Como a teoria da cauda longa impacta a produção de notícias?

A Internet permitiu a difusão de informações e modificou o comportamento das pessoas. Ela também criou oportunidade para que os meios de comunicação oferecessem conteúdos de massa e conteúdos segmentados, por meio da teoria da cauda longa.

Neste post, entenda como essa teoria tem impactado a produção de notícias. Boa leitura!

O que é teoria da cauda longa?

A teoria da cauda longa ou "long tail", em inglês, foi utilizada pela primeira vez pelo jornalista norte-americano Chris Anderson, em seu livro "A Cauda Longa" de 2006. Ela foi baseada na regra 80/20 de Vilfredo Pareto.

Segundo o seu raciocínio, 80% dos efeitos são obtidos por 20% das causas. Ou seja, se aplicado à economia, significa que 80% do faturamento de uma empresa são obtidos com a venda de 20% dos produtos.

Entretanto, com a chegada da Internet, Anderson previu uma mudança na lógica de consumo. As empresas alterariam o foco da economia: dos hits em grande quantidade, no topo da curva, para os nichos, que se encontram na cauda.

Assim, as mercadorias com alta saída no mercado passaram a dividir espaço com os serviços segmentados no ambiente virtual. De acordo com ele, isso foi possível devido a três fatores:

- Democratização da produção: a produção de conteúdo deixou de ser exclusiva de um grupo de empresas, já que, com a expansão da Internet, qualquer um com domínio do assunto poderia oferecer produtos e serviços.
- Democratização da distribuição: a Internet acabou com a limitação de espaços físicos, o que acontecia nas prateleiras das lojas. Agora, os dados dos produtos são armazenados na nuvem, o que facilita a oferta de produtos de massa e abre espaço para os itens de nicho.
- Flexibilização da relação entre oferta e demanda: o indivíduo não está mais limitado como antes. Hoje, ele pode escolher entre uma variedade de opções disponíveis no mercado.

Os mercados estão cada vez mais diversificados e cada vez menos concentrados para atender aos diferentes perfis de clientes. A partir da teoria da cauda longa, percebeu-se que os produtos segmentados podem ser tão atrativos quanto os de massa.

Quais são seus impactos na produção de notícias?

Cauda longa do tempo

O ciclo de vida das notícias na web é maior do que o ciclo de vida das notícias de comunicação tradicional. Isso se deve ao fato de as informações ficarem armazenadas e disponíveis em arquivos digitais.

Os conteúdos relevantes são acessados a qualquer momento por meio de mecanismos de buscas ou de sistemas de recomendação.

Cauda longa da abundância de conteúdo

Na atualidade, há uma profusão de criadores de conteúdos e uma pluralidade de conteúdos, que são

disseminados por meio de sites jornalísticos, blogs e redes sociais.

Antes, o poder da disseminação da informação estava sob o controle dos jornais e revistas. Agora, com o grande fluxo de notícias sobre temas específicos, os usuários escolhem o que desejam acessar.

E como fica o jornalismo na web?

O acesso ilimitado e imediato à informação trouxe desafios para a produção de notícias: a credibilidade e o direito autoral do conteúdo. Como garantir a qualidade e a confiabilidade do texto jornalístico na web diante da diversidade de conteúdos amadores e profissionais?

Essa é uma tarefa complexa, ainda mais em um ambiente em que o consumidor, além de ser um leitor passivo, também é um criador de conteúdo.

Nesse cenário, os jornais e revistas digitais devem realizar parcerias com blogs, estar presentes nas redes sociais, estreitar seu relacionamento com os leitores e criar conteúdos segmentados para os diferentes grupos, a fim de prolongar sua vida útil.

Como Anderson previu com sua teoria da cauda longa, a Internet mudou a relação entre leitores e empresas de comunicação. Logo, é cada vez mais importante atender às necessidades dos pequenos nichos, adaptando-se ao novo comportamento do internauta. Quem não seguir tais tendências corre um sério risco de acabar obsoleto.

Gostou deste post? Aproveite e leia também "O que um portal de notícias precisa ter?"!