

'Wall Street Journal': luxo para os sábados

Revista 'WSJ.' é lançada para atrair consumidor e anunciante de produtos mais caros

Estréia no próximo sábado, de olho no consumo de luxo, a revista de estilo do "Wall Street Journal". O objetivo da nova revista, batizada de "WSJ." — o ponto não é pronunciado, é abrir novas frentes para atrair anunciantes em meio à desaceleração do setor nos Estados Unidos. A capa do primeiro número da "WSJ." traz uma modelo em um vestido feito com jornais.

Coincidentemente, a revista também traz uma reportagem sobre a prática de exercícios da governadora do Alasca, Sarah Palin. Ela foi anunciada semana passada como vice na chapa do candidato do Partido Republicano à Presidência americana, John McCain.

A "WSJ." surge no momento em que o desaquecimento da economia americana acelerou o declínio da receita com publicidade de jornais e revistas, com leitores e anunciantes se voltando para a internet. Mas quem compra jóias, roupas de grife e outros itens de luxo foi menos afetado pela desaceleração econômica. Os executivos do "Journal" disseram que nunca pensaram em adiar o lançamento da revista.

Ao apresentar ontem a revista, Michael Rooney, diretor de Receita da Dow Jones, controladora do "Journal", prometeu que a revista é só o começo da conquista do mercado de luxo. Inicialmente, a revista será trimestral, devendo passar a mensal em meados do ano que vem. Enquanto nos EUA ela sairá aos sábados, na Europa e na Ásia, onde o "Journal" não sai aos fins de semana, ela sairá às sextas-feiras.

Segundo executivos do "Journal", as vendas de publicidade para a "WSJ." superaram as expectativas. Quase metade comprou espaço em todas as edições de outros países, e muitos assinaram contratos de longo prazo.

O editor do "Journal", Robert Thomson, também informou ontem que o site do diário será modificado. A nova versão entra na rede no próximo dia 16. Thomson disse que haverá muitas novidades e acesso mais fácil a conteúdo gratuito. Ele afirmou ainda que o "Journal" pode lançar mais revistas em sua edição de sábado — vista pela Dow Jones como uma maneira de alcançar o leitor em um ambiente mais relaxado.

Fonte: O Globo, Rio de Janeiro, 4 set. 2008. Economia, p. 28.