

99% das notícias de blogs vêm de jornais ou da TV

Estudo aponta que temas que ganham a atenção de redes sociais diferem dos cobertos por mídia tradicional

Levantamento mostra ainda que é breve a atenção dispensada aos assuntos no YouTube, nos blogs e no Twitter

As redes sociais, como blogs e Twitter, têm uma dinâmica em que as notícias mais importantes mudam rapidamente, mas permanecem dependentes do material produzido pelas mídias tradicionais, como jornais e emissoras de TVs.

Essa relação é mais clara no caso dos blogs, em que mais de 99% das histórias eram provenientes de jornais ou emissoras de TV, segundo estudo do instituto Pew Research Center, que mostrou também que BBC, CNN, "The New York Times" e "The Washington Post" respondem por 80% do conteúdo.

No caso do Twitter, a "dependência" também é alta: metade das notícias vem das mídias tradicionais.

O levantamento apontou ainda que as histórias que ganham a atenção das redes sociais diferem daquelas cobertas pela maioria das mídias tradicionais. Feito nos EUA, demonstrou que blogs compartilham a mesma temática principal com mídias tradicionais em 13 das 49 semanas pesquisadas.

No microblog Twitter, a igualdade de principais temas com a imprensa ocorreu apenas em 4 de 29 semanas. Já no YouTube, ela se repetiu em 8 de 49 semanas.

A disparidade, entretanto, também ocorre entre as três plataformas de redes sociais pesquisadas. Das 29 semanas seguidas, blogs, Twitter e YouTube compartilharam a mesma história principal em somente uma ocasião: em junho do ano passado, durante os protestos sobre a eleição presidencial no Irã.

Nas três plataformas sociais, a atenção dispensada aos assuntos é breve. Em blogs, 53% das histórias principais dadas em uma determinada semana ficam como tema principal não mais que três dias. No Twitter, isso ocorre em 72% dos temas.

Google revela divisão de ganho com anúncio

Após ser alvo de críticas, o Google revelou como divide a receita ganha com publicidade.

Há duas categorias principais para quem usa seu serviço de publicidade, o AdSense, e a divisão do dinheiro é diferente.

Em uma das categorias, o AdSense para conteúdo (que é aquela publicidade nos sites que está relacionada com o tema), os editores ficam com 68% do faturamento com os anúncios que aparecem na página na internet.

No AdSense para pesquisa (que é quando o site usa o mecanismo de busca do Google), essa divisão é de 51% para os editores e o resto para o Google.

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 25 maio 2010, Mercado, p. B5.