EVENTO PROXXIMA 2011

O MAGO DE HITS EDITORIAIS DA WEB

O jornalista britânico, criador do Gizmodo, Jalopnik, Kotaku, vem ao Brasil, em maio, para participar do evento ProXXIma. Veja o que pensa e o que faz Nick Denton para obter sucesso no mundo digital

Por Roberta Queiroz

O jornalista britânico e empresário de internet Nick Denton confirmou presença para participar do evento **ProXXIma 2011,** que acontecerá nos dias 04 e 05 de maio, no WTC, em São Paulo. Denton é o fundador e titular do blog coletivo Gawker Media e editor-chefe do Gawker.com, baseado em Nova York, inventou o Gizmodo, o Jalopnik, o Rotaku, alguns dos seus vários hits editoriais na web. 0 portfolio atual da Gawker tem oito marcas - a maioria delas com versões em outras línguas e países. A Gawker Media disputa com o Huffington Post a condição de ser a Time Inc. do século 21, a melhor, maior e mais influente publishing house da era digital.

A Gawker é o seu terceiro business de internet - criou e vendeu o First Tuesday e a Moreover Technologies - e tem 300 milhões de dólares na conta. Denton falou com exclusividade com a **ProXXIma** e contou como usa o mundo digital a favor de seus negocios. Confira o que faz, como pensa e a visão de Denton sobre o Brasil.

ProXXIma - Você se considera um heavy user de tecnologia? Define-se como um geek (indivíduo com grande habilidade em tecnologia) ou um nerd (solitário que se engaja em atividades intelectuais)?

Nick Denton - Sim, tenho sido há um bom tempo um fanático por tecnologia. Eu gastava um valor demasiado da minha magra renda em gadgets e softwares que eu acreditava que poderiam transformar meu trabalho ou minha vida. Raramente conseguiam. Em algum lugar em um armário, tenho um Apple Newton acumulando pó. Acho que sou mais o tipo nerd do que geek. Meus interesses são obsessivos, mas abrangem uma área maior do que de um típico geek. Sou mais ligado a mapas, por exemplo, do que a jogos.

ProXXIma - Qual seu item favorito com tecnologia mais simples? E qual o de alta tecnologia que você mais detesta? Quais são seus gadgets favoritos?

> "O perfil das pessoas no Facebook é o mais próximo ao antigo blog pessoal"

Denton - Meu item favorito que tem uma tecnologia mais simples é um conjunto de rolhas Vacu Vin com aquela bombinha que retira ar das garrafas. É simples – e não deixa o vinho ou o leite estragar. Detesto meu Time-Warner DVR, porque tem uma dependência continua em uma grade de programação, a maneira mais ineficaz de navegar que foi desenvolvido por essas empresas. Meu gadget favorito? iPhone, Sodastream, Nespresso.

ProXXIma - Os blogs são uma mídia social ou você acredita que a "blogosfera" é algo diferente? Por quê? De que maneira?

Denton - A diferenciação não é clara. O perfil das pessoas no Facebook é o que há de mais próximo ao antigo blog pessoal. E os antigos blogs pessoais se tornaram sites de discussão - ou novos sites como o nosso.

ProXXIma - Twitter ou Facebook? Por quê? Quais são as diferenças principais entre os dois?

Denton - Facebook. Pessoas reais usam Facebook. As histórias que surgem no Facebook são mais interessantes. Twitter - pelo menos quando faço uma busca de meu próprio nome - parece que está dominado por profissionais de tecnologia de meia idade que se levam a sério demais. E simplesmente por terem muitos seguidores não significa que alguém realmente lê o que dizem - ou dão uma olhada em sua lista de links.

ProXXIma - Você criou Gizmodo, Jalopnik, Kotaku, entre outros sucessos editoriais, sem qualquer tipo de suporte ou conexão com as editoras tradicionais. Quais têm sido os motivadores principais de seu sucesso com estas marcas?

Denton - Contratar pessoas jovens e talentosas mesmo que sejam pessoas difíceis. Fazer com que os números sejam públicos. Pagar bônus baseado nos números.

ProXXIma - A Gawker Media disputa com a Huffington Post a condição de se tornar a Time Inc. do século 21, a editora mais influente da era digital. O que isso significa para você?

Denton - Temos concorrentes de grande porte como AOL Huffington Post e TMZ. Temos

concorrentes de influência como Techcrunch, The Awl ou Deadline Hollywood. Gostaria de ter rivais que eu pudesse respeitar tanto editorialmente como comercialmente. Poderiam fazer com que ficássemos mais afiados.

ProXXIma - Huffington Post acabou de ser vendida para AOL por 315 milhões de dólares. O que vai acontecer com a Arianna's Creation agora que foi engolida pela grande mídia tradicional? Qual sua visão para o que ocorreu com a Engadget, por exemplo, depois de ter sido vendida para a AOL?

Denton - Engadget é eficiente e sem graça - mas sempre foi assim. Fiquei desapontado que a AOL não tenha feito um trabalho mais eficiente de sufocar a entidade em si.

ProXXIma - Daily Beast é seu novo Nêmesies? O site criado em 2008 pela Tina Brown salvou, na semana passada, a venerável Newsweek de 92 anos de idade. Este tipo de negócio seria um ícone de eventos que está por vir na indústria de mídia? Você tem planos de salvar a Time?

Denton - Tenho um grande respeito pelas pessoas que geram publicações impressas. O planejamento antecipado exigido é assustador. Aqueles que geram entidades de mídia impressa e online têm uma complexidade ainda maior com a qual precisam lidar. Nem imagino como conseguem. Sei o quanto para mim é difícil ter na mão uma operação como a Gawker Media, que é tão funcional e simplificada.

ProXXIma - Há rumores de que Buppert Murdoch está ansioso para comprar a Gawker Media. Você está à venda?

Denton - Estes rumores, provavelmente, começaram por que tive algumas conversas informais com um de seus executivos em 2006 e 2008. Mas não há nada para eles aqui. Não estamos à venda. Apesar de a News Corporation ser provavelmente a única empresa de mídia que entenderia nosso ethos, nosso espírito.

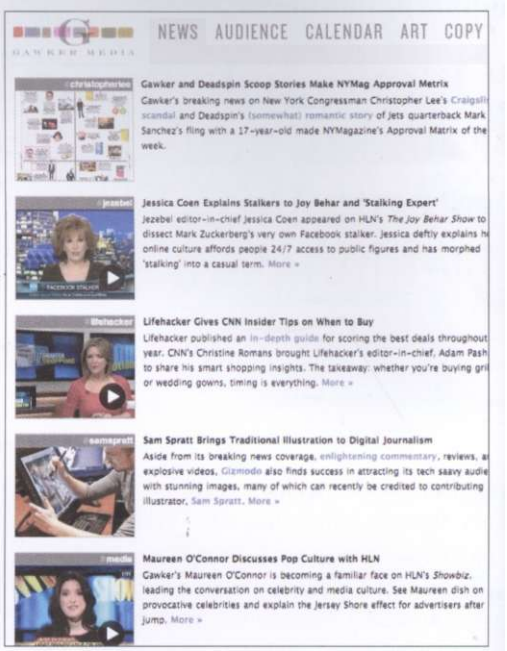
ProXXIma - O que você diria que foi seu maior erro nestes anos com a Gawker Media?

Nick Denton - Caminhar muito devagar no início. Somente quando sentimos a concorrência fui empurrado a agir. E o design reformulado que acabamos de lançar será uma tacada de mestre ou o equivalente a um suicídio corporativo.

ProXXIma - Blogging ***versus*** jornalismo. Primeiro vimos um boom de blogueiros roubando público dos jornalistas tradicionais. Agora, somente os relevantes estão prontos a sobreviver. O que você pensa deste movimento? Jornalismo ainda é necessário? Qual o futuro dos blogs?

Denton - Lembre-se de que os jornais americanos começaram como panfletos políticos e ganharam as massas por meio de jornalismo sensacionalista. Quem é o sucessor natural desta tradição? Não o monopólio de jornais cansativos dos Estados Unidos. Os blogs produzem um jornalismo que, geralmente, é sensacionalista e vulgar - mas pelo menos é cheio de vida. E os leitores estão mudando.

ProXXIma - A mídia tradicional perdeu participação de mercado para sempre? O que você faria para sobreviver na era digital se estivesse no lugar deles?



Gawker Media tem 8 marcas em seu portfólio

uma cobertura de interesse público, mas isso é bom também.

ProXXIma - Você vem ao Brasil para participar do evento **ProXXIma** em maio.

"Fiquei desapontado que a AOL não tenha feito um trabalho mais eficiente de sufocar a entidade em si"

Denton - Eu não seria tão presunçoso em achar que eu daria uma reviravolta de uma empresa de mídia tradicional. As barreiras culturais e institucionais são imensas. Olha, já é difícil para eu efetivar uma mudança em uma empresa como a Gawker que é nova, ainda maleável, e gerida de perto.

Uma coisa que pode facilitar a trazer mudanças mesmo em uma empresa bem conservadora é o seguinte: estatística. Coloque os números ao lado de cada artigo. Isso vai mostrar aos jornalistas e gerentes rapidamente quais histórias não têm valor para o público. Acaba sendo mais difícil justificar uma cobertura de interesse público, mas isso é bom também.

ProXXIma - Você vem ao Brasil para participar do evento **ProXXIma** em maio. Qual sua visão do Brasil?

Denton - Eu fui ao Brasil em 2004. Preciso confessar que a minha ideia do Brasil era um lugar quente para ir no inverno, uma versão bem maior de um país caribenho. Mas uma coisa me pegou. Países menores parecem uma cópia dos Estados Unidos ou sentem medo do domínio cultural americano.

O Japão e o Brasil são os únicos dois lugares que visitei e que parecem não ter insegurança cultural. Eles pegam o que gostam dos Estados Unidos, mas a cultura local - seja ela música, moda ou desenho gráfico - é robusta o suficiente. Ninguém tem uma preocupação de ser engolido pela globalização. Essa sensação foi animadora. • • •

Fonte: Proxxima, São Paulo, n. 26, p. 30-32, mar. 2011.