

"New York Times" anuncia cobrança de conteúdo on-line

Prevista havia mais de um ano e terceira tentativa nesse sentido, política passa a valer globalmente no dia 28

Pagamento será exigido a partir de 20 artigos por mês; acesso via internet, smartphone e tablets custará US\$ 35

Mais de um ano depois de anunciar que pretendia voltar a cobrar pelo conteúdo on-line, o "New York Times" revelou ontem que a assinatura vai começar a valer a partir do dia 28 em todo o mundo (menos no Canadá, onde começou ontem).

Essa é a terceira tentativa do jornal de cobrar pelo acesso ao seu material na internet e segue uma tendência que vem crescendo no setor.

O modelo seguido pelo "New York Times" é uma espécie de assinatura mista.

Quem ler até 20 artigos por mês não precisa pagar. Quem exceder essa cota (a contagem começa no dia 1º de cada mês) precisará pagar pelo conteúdo.

As assinaturas custam US\$ 15 por mês (assinatura do conteúdo na internet mais aplicativo para smartphone), US\$ 20 (pelo material on-line e pelo aplicativo para tablets, como o iPad) e US\$ 35 (com as três alternativas).

O valor da versão impressa -sem descontos e com acesso ao conteúdo na internet, em smartphones e em tablets- é de US\$ 46,80 por quatro semanas.

Os valores pela assinatura on-line do "New York Times" são superiores aos do rival "Wall Street Journal", de Rupert Murdoch, que hoje é o jornal mais vendido dos EUA e cobra US\$ 7,96 mensais pelo seu conteúdo na web.

O Daily, o recém-fundado jornal exclusivo para iPad e que também é uma iniciativa de Murdoch, sai por US\$ 0,99 por semana (ou US\$ 3,96 ao mês).

Na sua tentativa anterior, o "New York Times" cobrava US\$ 50 ao ano pelo acesso a parte do seu conteúdo, especialmente colunistas.

Esse sistema do "New York Times" durou de 2005 a 2007 e gerava receita de US\$ 10 milhões anuais.

A outra vez que o jornal cobrou pelo acesso foi quando ingressou na internet.

BRECHAS

Porém, o "New York Times" deixou várias brechas intencionais para o acesso às suas reportagens porque não quer perder a receita com publicidade on-line, que vem crescendo e ganhando espaço cada vez mais expressivo no seu balanço.

Por exemplo, quem acessar links vindos do Facebook ou do Twitter poderá ler as reportagens mesmo que já tenha superado a cota de 20 artigos ao mês. Para quem não chegou ao limite, no entanto, esses artigos contarão para o limite mensal.

Quem chegar ao "New York Times" vindo da busca do Google poderá ler cinco artigos gratuitos por dia.

TENDÊNCIA

O "Wall Street Journal" e o "Financial Times" (que têm como alvo principal o público interessado em economia) são considerados os modelos mais bem-sucedidos de assinatura on-line.

Mas outros jornais têm voltado a apostar na cobrança do seu conteúdo. O "Times" fechou integralmente o acesso para não assinantes em 2010. No início deste mês, o "Dallas Morning News" passou a cobrar por parte do seu material.

E a Garnett, dona do "USA Today", que só perde em circulação para o "Journal", começou recentemente a testar modelos de cobrança com três pequenos jornais.

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 18 mar. 2011, Mercado, p. B8.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais