

No site do jornal The Guardian, o Facebook já supera o Google

Maurício Grego

Graças a um app para o Facebook, o site do jornal britânico The Guardian já recebe mais visitantes da rede social que do Google

Scott Barbour / Getty Images



Apesar de dar prioridade aos meios digitais, o Guardian ainda obtém a maior parte da sua receita da edição impressa

Desde que o jornal britânico The Guardian liberou seu app para o Facebook, em setembro do ano passado, as visitas originárias da rede social cresceram até ultrapassar as de pessoas que chegam ao site através do buscador do Google. O app foi um dos assuntos abordados por Piers Jones, executivo do jornal, numa palestra no evento Proxima 2012, hoje, em São Paulo.

Em cerca de sete meses, 11 milhões de pessoas instalaram o aplicativo. Jones diz que ele se insere numa estratégia que o Guardian chama de "open journalism", o jornalismo aberto. Ela envolve, em primeiro lugar, dar prioridade ao meio digital em relação ao jornal impresso. "Se chega uma notícia importante, ela vai imediatamente para o noticiário digital. Não guardamos para o jornal impresso", diz.

Outra parte da estratégia é incentivar a participação do leitor, considerando-o um dos agentes da produção do noticiário. Para isso, o jornal procura dar, a ele, ferramentas para colaborar. Há enquetes e espaço para comentários e sugestões, além da possibilidade de compartilhar notícias com os amigos. Na avaliação de Jones, esse esforço nas redes sociais trouxe vários benefícios. "Nosso público tornou-se mais global e mais jovem. E os leitores passaram a redescobrir matérias antigas porque alguém resolveu compartilhá-las", diz ele.

O Guardian oferece seu conteúdo online de graça. Quase toda a receita da empresa vem da publicidade. É um modelo diferente do adotado por outros jornais, como o New York Times, que procura cobrar pelo acesso a parte do conteúdo na web por meio do chamado "paywall".

O Guardian foi fundado em 1821, e, como outros jornais, tem buscado caminhos para continuar importante na era da internet e dos smartphones e tablets. Ele continua obtendo a maior parte da sua receita da edição impressa. "Achamos que não será assim sempre. Por isso, damos prioridade aos meios digitais. Não sabemos se esse é o modelo correto. Mas, considerando a rápida evolução da tecnologia e dos leitores, temos de arriscar", diz Jones.

Fonte: Exame. [Portal]. Disponível em:

<<http://exame.abril.com.br/tecnologia/facebook/noticias/no-site-do-jornal-the-guardian-o-facebook-ja-supera-o-google>>. Acesso em: 10 maio 2012.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.