O Globo sobe o muro digital

Jornal passa a cobrar pelo acesso online e investe no pacote de conteúdo para aumentar a percepção de valor

Por BÁRBARA SACCHITIELLO bsacchitiello@grupomm.com.br

Nesta segunda-feira, 16, o "muro" de proteção ao conteúdo online — já utilizado por diversos veículos do mundo —também será erguido no jornal O Globo. Após um longo período de pesquisas, preparação e testes, o título finalmente apresenta seu modelo de cobrança que, mais do que uma versão de paywall, pretende ser um novo conceito de combo de conteúdo oferecido aos assinantes.

"Demoramos para lançar nosso modelo porque sempre pensamos que a maior chance de obter sucesso não é apenas comercializando um modelo de paywall, mas sim criando um grande conjunto de produtos que desperte nas pessoas o desejo de se tornar assinante", afirma Marcello Moraes, diretor-geral da Infoglobo.

Esse "kit" de conteúdo citado pelo executivo será composto por todas as reportagens, textos, fotos, colunas e análises que o jornal oferece, tanto na internet como no papel. Além disso, entram no "combo" os materiais e serviços adicionais lançados pelo título, como o acervo digital, um canal online que reúne os 88 anos de história do Globo e também a Globo a Mais, revista eletrônica diária oferecida apenas para tablets. "Também ampliaremos os serviços de nosso Clube de Assinantes, disponibilizando mais vantagens e itens", acrescenta Moraes.

A reunião de todo esse conteúdo é estratégica para passar ao público a ideia de que, se por um lado está cobrando por aquilo que, até então, estava disponível de graça, por outro, o jornal ampliou a quantidade de produtos a quem faz parte de seu clube. "Claro que esse modelo de paywall tem o objetivo de aumentar nosso número dos assinantes. Queremos mais parceiros, mais pessoas engajadas com nosso conteúdo e que façam parte do nosso dia a dia. Essa cultura precisa chegar aos leitores esporádicos", diz o executivo.

Marcello Moraes, da Infoglobo: modelo adotado segue o exemplo do The New York Times

DIVULGAÇÃO

Barreira dos 30 cliques

O acesso ao site de O Globo a partir deste dia 16 seguirá sem nenhuma alteração aparente. Qualquer pessoa poderá, gratuitamente, acessar até 20 links (sejam reportagens, blogs ou colunas). No 20º acesso, o site solicitará o envio de alguns dados pessoais para um cadastro. Cumprida essa etapa, o usuário ganha mais dez cliques. Ao chegar à 30ª notícia, o acesso é bloqueado, e uma oferta com as opções de assinatura, enviada. No primeiro mês, uma promoção disponibilizará o acesso digital pelo valor de R$ 1,90.

Chamado de paywall poroso, o modelo de O Globo é o mesmo usado pela Folha de S.Paulo, Zero Hora e outros jornais brasileiros (*veja quadro*). Outros, como o Estado de S.Paulo e o Lance, optaram pelo modelo de signwall, em que nenhuma cobrança é feita, mas um cadastro é exigido para a leitura das notícias.

"O conceito que adotamos foi criado pelo The New York Times e, até o momento, vem se mostrando um dos mais efetivos métodos de cobrança por conteúdo jornalístico", explica Moraes.

Na prática, quem já é assinante da versão impressa do jornal O Globo ganha, automaticamente, o direito de trafegar por todo o site e de usufruir todos os serviços físicos e digitais da publicação. Aos assinantes digitais, a lógica é semelhante: nenhum valor adicional será cobrado para acessar livremente o site de O Globo. "Achamos justo contemplar com mais conteúdo quem já é assinante", acrescenta o diretor-geral da Infoglobo.

A diretoria do jornal, não teme uma reação tão negativa da audiência por conta do bloqueio aos acessos online. De qualquer maneira, pesquisas foram encomendadas para avaliar o impacto da nova estratégia no público leitor. Segundo Moraes, o exemplo doThe New York Times mostrou que, com o tempo, o público se conscientizou de que, para oferecer um conteúdo de qualidade, é preciso buscar novos meios de remuneração, que incluem a cobrança pelo o que é oferecido na internet.

Comunicação

A nova fase do jornal O Globo será comunicada ao público por uma campanha, que contemplará diversos canais de mídia, no final do mês de setembro. A Artplan, uma das agências que atende a publicação, assinará o trabalho.

Cobrança por conteúdo online dos jornais do Brasil

Veículo	UF	Início da cobrança	Modelo
Folha de S.Paulo	SP	Junho de 2012	Paywall poroso*
Zero Hora	RS	Agosto de 2012	Paywall poroso
O Popular	GO	Agosto de 2012	Metered freemium**
Gazeta do Povo	PR	Dezembro de 2012	Paywall poroso
Valor Econômico	SP	Janeiro de 2013	Freemium ***
Estado de Minas	MG	Fevereiro de 2013	Assinatura digital
Correio Braziliense	DF	Fevereiro de 2013	Assinatura digital
Diário Catarinense	SC	Março de 2013	Paywall poroso

* A partir de um certo número de cliques, o acesso passa a ser cobrado
** Mix de conteúdos abertos com cotas de conteúdo premium, oferecidos como crédito
*** Conteúdo liberado somente para assinantes; não assinantes conseguem ler apenas o primeiro parágrafo dos textos

Anúncio

A utilização deste material é exclusiva para fins educacionais

Fonte: Meio & Mensagem, São Paulo, ano 35, n. 1577, p. 33, 16 set. 2013.