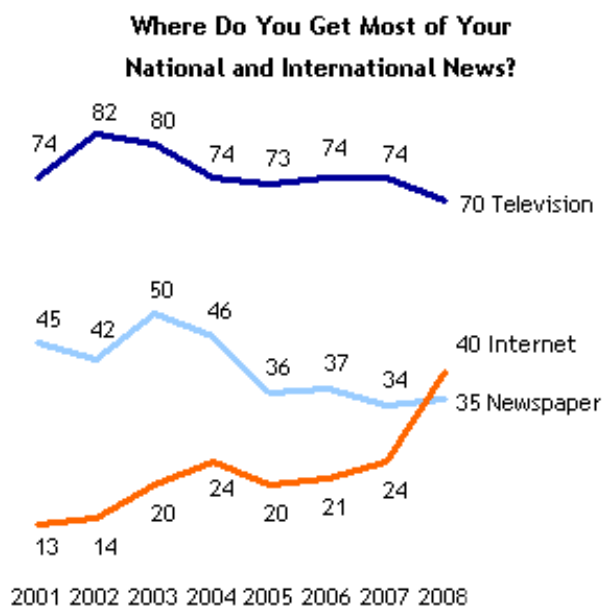


Internet passa jornais [e vai passar TV]



As duas primeiras imagens deste texto dão uma idéia do tamanho do problema que a indústria de notícias já enfrenta, hoje, e também a pedreira daqui pra frente. à esquerda, um gráfico do [pew research center for people and the press](#) mostra que os jornais foram superados pela internet, este ano, como fonte de informação nos EUA.

Entre 2007 e 2008, as notícias dos jornais ganharam 1% de audiência, as da TV perderam 4% e a internet -como fonte de informação- ganhou 16%. os totais de audiência, somados, passam de 100% porque a resposta é de escolhas múltiplas. de seu pico, em 2002, a TV perdeu 12 pontos; do pico de 2003, o rádio perdeu 15 pontos. por outro lado, de sua base

de 2001, que é quando banda começa a se tornar realmente disponível para a internet nos EUA, a audiência para notícias, na rede, saiu de 13 para 40 pontos. sinal dos tempos.

Mas mudança ainda mais radical já é percebida na faixa etária entre 18 a 29 anos. olhe a tabela à direita: nela, a internet já empata com TV como principal fonte de informação, enquanto rádio, jornais e revistas estão muito atrás. para os mais jovens, TV perdeu 11 pontos entre 2007/8 e a internet cresceu 25 pontos. isso pode ser resultado do interesse despertado pela campanha eleitoral americana, com o time vencedor usando a rede ostensivamente e atraindo, para lá, uma grande parcela dos mais jovens... ou vice-versa: o fato dos jovens estarem na rede fez o time de obama levar boa parte da campanha para lá e, com isso, quem já vivia a campanha, na rede, acabou vendo as notícias sobre a eleição e outras por lá mesmo. e pode ser uma combinação

Internet Rivals TV as Main News Source for Young People*

Main source of news	Aug 2006	Sept 2007	Dec 2008	07-08 Change
Television	62%	68%	59%	-11
Internet	32%	34%	59%	+25
Newspapers	29%	23%	28%	+5
Radio	16%	13%	18%	+5
Magazines	1%	*	4%	+4
Other (Vol.)	3%	5%	6%	+1

* Ages 18 to 29.
Figures add to more than 100% because multiple responses were allowed.

-definitiva- dos dois fatores.

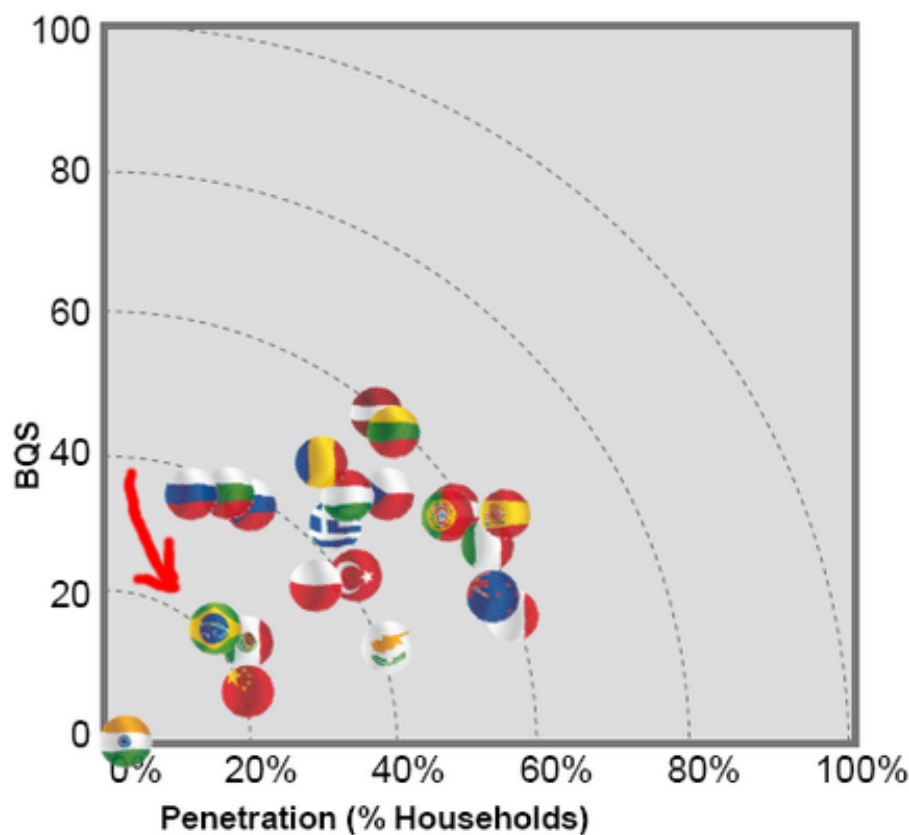
Estes resultados estão em linha com dois textos recentes deste blog, um sobre [o destino \[quase certo\] dos jornais de papel](#), de 2 de dezembro passado, quando falávamos de mais de 13 mil jornalistas e pessoal auxiliar demitidos nos EUA, no ano, até então. nos últimos dias de 2008, [mais 2 mil perderam o emprego](#) levando a mais de 15.500 demissões no setor, nos EUA, em um único ano. no primeiro mês de 2009, quase 1.000 jornalistas e e assistentes [já foram demitidos por lá](#). é como se toda uma era, incluindo a dos grandes jornais, estivesse chegando ao fim, com

ícones como o new york times e o chicago tribune em vias de passar, também, para a história. o outro texto era sobre o [crescimento da publicidade na internet, no brasil](#), que vem aumentando aí pelos 45% por ano, ritmo no qual deve passar rádio em 2009, depois de já ter empatado, em

2008, com TV por assinatura. e o total do investimento em propaganda, por sinal, deve cair na soma de todos os meios à medida que a internet cresce... como diz [jeff zucker, da NBC](#), a revolução da informação é a transformação de dólares analógicos em centavos digitais.

E no brasil, quando é que veremos coisas como o PEW está descobrindo nos EUA? sem contar com mais e melhores pesquisas sobre comportamento na internet, pra começar, precisamos de muito mais banda e universalização. outro texto publicado aqui no blog, em setembro, relatava uma [pesquisa da universidade de oxford](#) onde o brasil aparece no honroso terceiro lugar... de baixo pra cima, em uma lista de 42 países, quando o assunto é qualidade da banda larga. ainda precisamos descobrir, por aqui, que quem não tem banda larga [mesmo] não tem internet.

BROADBAND LEADERSHIP MATRIX (21-42)



Logo depois, precisamos fazer a tal banda chegar em todos os lugares e à vasta maioria das pessoas no país, especialmente os locais mais remotos e à gente mais necessitada. feito isso, não vai dar outra: vai rolar por aqui o que está ocorrendo no mundo inteiro e iremos todos, e de uma vez por todas, para a internet. inclusive o rádio, jornais e TV, com muito maior contribuição, colaboração e controle do que se chamava de audiência, no passado, e que hoje se torna, onde há banda para todos, uma multitude de comunidades, criativas, participativas...