

# Guerra levou mais portugueses aos “sites” estrangeiros

## MEDIÇÃO DE AUDIÊNCIAS DA INTERNET

**CNN foi a fonte internacional de informação preferida pelos cibernautas. PÚBLICO liderou entre a oferta nacional**

MARIA LOPES

A curiosidade dos cibernautas portugueses sobre a guerra no Iraque levou a um aumento da procura de “sites” de informação internacionais, nomeadamente da CNN, BBC, Reuters e Al-Jazira, a partir do momento em que o conflito teve início no terreno. Entre os “sites” portugueses, os três mais procurados foram o do PÚBLICO, o da RTP — que sofreu uma remodelação para fornecer mais conteúdos informativos do que o habitual — e o da SIC.

Os dados são do NetPanel, um estudo de medição de audiências da Internet elaborado pela Marktest referente aos últimos três meses (entre 20 de Janeiro e 6 de Abril). O estudo tem por objectivo analisar o comportamento dos portugueses face à Internet. Os dados analisados referem-se a acessos a partir de casa e cada computador é considerado como tendo um único utilizador.

De acordo com este documento divulgado anteontem, na primeira semana da guerra — aqui contabilizada no período entre 17 e 23 de Março —, o “site” da CNN em língua inglesa subiu de dez mil utilizadores únicos para 44 mil, o que representa um crescimento de 340 por cento. Ao da CNN “original” soma-se ainda a “performance” da cnn.com.br — o “site” da estação em brasileiro — que aumentou dos mil (da semana anterior) para os nove mil utilizadores únicos.

A página da estação pública de televisão inglesa, em news.bbc.co.uk, também foi alvo de maior procura, passando o número de utilizadores únicos de sete mil para 11.000 nessa semana. Os portugueses consideraram a informação veiculada pela agência Reuters de confiança e por isso, quando o conflito se iniciou, cerca de sete mil utilizadores optaram por consultar o “site” desta agência noticiosa. A página do “Washington Post”, que costuma ter semanalmente entre mil a dois mil acessos, subiu para o dobro.

Novidade é, porém, o súbito interesse pelas páginas da televisão Al-Jazira, que saltou para a ribalta quando começou a transmitir os vídeos de Osama bin Laden, depois do 11 de Setembro. A www.aljazeera.net acederam, entre 17 de Março e 6 de Abril, cerca de três mil utilizadores únicos

por semana — um número bem interessante tendo em conta que a página está em árabe... Por seu lado, em aljazeera.org.uk — a página em inglês da estação considerada a “CNN do mundo árabe” — entraram mil utilizadores por semana desde o início da guerra.

Na sua busca por notícias da guerra em “sites” noticiosos nacionais, os cibernautas analisados pelo NetPanel elegeram em primeiro lugar o “site” do PÚBLICO, seguido pelo das três televisões, RTP, SIC e TVI, respectivamente. Entre a semana anterior à guerra e a do início do conflito, o PÚBLICO, já normalmente preferido como fonte de informação, subiu 8,1 por cento (de 49 mil para 53 mil utilizadores únicos), o “site” da RTP cresceu 27%, e o da concorrente SIC aumentou 15% — situação inversa deu-se com o “Diário de Notícias”,

cujos utilizadores únicos caíram 44 por cento, e “Correio da Manhã”, que diminuiu 21 por cento.

De acordo com o NetPanel, aqueles foram também os quatro “sites” de “media” portugueses mais procurados durante todo o período analisado, entre 20 de Janeiro e 6 de Abril. Os dois primeiros lugares continuam atribuídos aos portais Sapo e Clix, com médias semanais que rondam os 351 e os 221 mil utilizadores únicos. Desde o final de Janeiro, a média de utilizadores únicos é de 60 mil no caso do “site” do PÚBLICO, 40 mil para a RTP e 38 mil para a SIC.

No “ranking” aparecem depois os “sites” do “Diário de Notícias”, “Correio da Manhã” e “Expresso”, a que se seguem o do Portugal Diário, Diário Digital, “Jornal de Notícias”, noticias.clix.pt, TSF, noticias.sapo.pt, Lusa, “Visão” e Rádio Renascença. ■