



O grande encontro

O objetivo do Gaterlist é deixar o jornalista mais perto da notícia e o assessor de imprensa com o controle de um instrumento de relacionamento eficaz e criado dentro da lógica da web 2.0

O jornalista quando termina a faculdade quer ser jornalista. Depende. Para a sorte do mercado nem todos recém-formados deixam a sala de aula em busca de uma oportunidade numa organização já estabelecida. Fernanda Lara é uma das exceções dignas de registro. Aos 24 anos, ela se transformou na principal executiva do **Gaterlist**, um serviço que coloca em tempo real, de maneira ordenada, na lógica da web 2.0 os seus colegas de profissão e os assessores de imprensa. Com a ajuda de um grupo de investidores de Brasília, ela transformou uma idéia da época de estudante em um negócio. O Gaterlist usa os princípios dos serviços de busca, como o Google, e uma lógica de algoritmos matemáticos, análises estatísticas para deixar o jornalista mais próximo das suas fontes e da notícia. O serviço, que será lançado nesta quarta-feira, dia 19, é utilizar palavras-chaves no seu processo de pesquisa. Por exemplo, se um repórter de um grande jornal recebe a missão de escrever um texto sobre perfumes, ele poderá entrar no Gaterlist e digitar a expressão. Em seguida o sistema apresentará

várias assessorias de imprensa que trabalham com esse produto, fontes de informação de universidades nacionais e até links para pautas já publicadas. “Queremos atender o jornalista com a melhor lógica de Web 2.0”, afirma Fernanda. “O Gaterlist está além de um simples repositório de press releases ou uma simples lista telefônica de assessores.” O produto, realmente, ultrapassa algumas fronteiras. Dentro do sistema há um publicador de releases no qual o assessor de comunicação pode escrever seus textos utilizando fotos e links para outros sites e disparar o conteúdo com mensagens personalizadas para a sua base de jornalistas. Há um recurso capaz de identificar como o email chegou ao seu destino: se ficou na caixa postal, foi lido ou encaminhado para outra pessoa. Há, por exemplo, um diário no qual o assessor pode manter informações atualizadas sobre o jornalista com quem costuma falar com frequência. Ainda há o recurso de vender pautas através de um chat do próprio sistema. “Nossa intenção foi criar um espaço virtual onde o assessor e o jornalista resolvam seus problemas”, afirma Fernanda, que antes

de lançar o Gaterlist fez uma pesquisa sobre as necessidades reais das 5.000 assessorias de imprensa existentes no Brasil. Esse é o seu universo de prospecção. Não à toa, ela tem passado as últimas semanas dentro do avião visitando clientes e fechando acordos com as áreas de comunicação das maiores empresas do País. O Gaterlist segue com determinação a lógica da web 2.0 onde o usuário final, no caso o jornalista, é o centro das atenções e tudo é feito para deixá-lo mais confortável em seu trabalho. Para o assessor de imprensa, o produto também agrega valor. Em função da lógica matemática e estatística por trás do banco de dados, o Gaterlist tem a capacidade de fazer um ranking dos profissionais de mídia impressa, de rádio e de televisão do País. Saber que William Bonner é o manda-chuva na TV Globo é algo óbvio. Difícil é entender quem é influente na redação do jornal A Crítica de Manaus. Para alguns, a publicação da capital do Amazonas pode não ter tanta importância, mas para o assessor de imprensa o que importa é a demanda do cliente. E nesse ponto, o Gaterlist é uma grande ajuda.