

ESG EM PAUTA: UM ESTUDO DO NATIVO DIGITAL CAPITAL RESET

ESG on the agenda: a study of digital native Capital Reset

ESG en la agenda: un estudio del nativo digital Capital Reset

Alexandre Lenzi

Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP)
Brasília – DF, Brasil

alexandre.lenzi@idp.edu.br

<https://orcid.org/0000-0003-3517-8434> 

Resumo: A cobertura especializada em ESG e o jornalismo nativo digital, dois movimentos crescentes na imprensa nacional, são aspectos estudados de forma simultânea neste artigo ao olharmos para o veículo *Capital Reset*. O estudo compreende a identificação das motivações da equipe para cobertura da área, realizada por meio de entrevistas com diretoras da empresa, e uma análise do conteúdo trabalhado, a partir da seleção de cinco matérias ao longo de uma semana construída. Como resultados, percebe-se uma motivação para pautas que possam dar visibilidade para ações rumo a economia mais sustentável, em uma cobertura que ora assemelha-se aos veículos tradicionais de economia, ora parece ser diferenciada.

Palavras-chave: jornalismo nativo digital; ESG; *Capital Reset*.

Abstract: The specialized coverage about ESG and the digital native journalism, two growing movements in the Brazilian press, are aspects studied simultaneously in this article that looks at the *Capital Reset*. The study comprises the identification of the team's motivations for covering the area, completed through interviews with company directors, and an analysis of the content, based on the selection of five news reports over the course of a constructed week. As a result, we can see a motivation for agendas that can give visibility to actions in search of a more sustainable economy, in a coverage that sometimes resembles traditional economic journals, and sometimes seems to be different.

Keywords: native digital journalism; ESG; *Capital Reset*.

Resumen: La cobertura especializada de ESG y el periodismo nativo digital, movimientos en crecimiento en la prensa brasileña, son aspectos estudiados simultáneamente en este artículo al analizar el periódico *Capital Reset*. El estudio comprende la identificación de las motivaciones del equipo para cubrir el área, realizada a través de entrevistas a directivas de la empresa, y un análisis del contenido trabajado, a partir de la selección de cinco reportajes publicadas a lo largo de una semana construida. Como resultado, podemos ver una motivación para agendas que puedan dar visibilidad a acciones en busca de una economía más sustentable, en una cobertura que a veces se asemeja a periódicos económicos tradicionales, y otras veces parece diferente.

Palabras-clave: periodismo nativo digital; ESG; *Capital Reset*.

Introdução

O crescimento no número de veículos jornalísticos nativos digitais e a ampliação da cobertura pela mídia de temas voltados para as questões de ESG (*environmental, social and governance*, na sigla original, ou meio ambiente, social e governança, na tradução) são temas em evidência no contexto atual. Neste artigo, olhamos de forma simultânea para esses dois movimentos ao apresentarmos um estudo do *Capital Reset*, site de notícias com foco na área de sustentabilidade.

O termo ESG em si não é novo, apareceu já em 2004, no relatório "*Who cares wins*", do Pacto Global da Organização das Nações Unidas, uma iniciativa de responsabilidade corporativa lançada pelo então secretário-geral, Kofi Annan, em 2000, com o objetivo principal de implementar princípios universais nos negócios. Desde então, tem ganhado evidência em diferentes frentes. E a comunicação é uma delas.

Neste estudo, optou-se pelo nativo digital *Capital Reset* como objeto de pesquisa diante da segmentação do veículo, que cobre exclusivamente assuntos dentro da temática ESG desde o início de suas atividades, em 2020. Vale registrar ainda que atualmente o *Capital Reset* está hospedado dentro do portal UOL, um dos pioneiros nativos digitais do país e de reconhecida relevância no cenário jornalístico nacional.

O presente estudo está dividido em duas partes. Na primeira, o objetivo é a identificação das motivações da equipe do *Capital Reset* para cobertura dos temas ligados às questões de ESG. Para isso, foram realizadas duas entrevistas estruturadas por e-mail com representantes da diretoria do veículo. A segunda consiste em um olhar para o conteúdo trabalhado, a partir da seleção de cinco matérias ao longo de uma semana construída, no período compreendido entre 15 de julho e 16 de agosto de 2024, com foco em mapear os tipos de fontes jornalísticas que aparecem nas matérias, os formatos e, de forma complementar, a repercussão do assunto, por meio da busca pelo tema no Google. Dentro de uma perspectiva de análise de conteúdo e leitura criativa das fontes, busca-se identificar os "significados menos óbvios, despercebidos em um primeiro contato, usando pistas existentes na mensagem" (Martino, 2018 p. 157).

O objetivo aqui foi mapear características e movimentos a serem aprofundados em nova pesquisa com um olhar para um grupo maior de veículos jornalísticos nativos digitais que cobrem prioritariamente a área de meio ambiente. Antes do estudo de caso do *Capital Reset* propriamente dito, no entanto, é importante contextualizarmos esses dois grupos em expansão no mercado jornalístico brasileiro.

Jornalismo nativo digital e cobertura de meio ambiente

Entendemos o jornalismo nativo digital como o conteúdo informativo produzido por veículos que nasceram e existem exclusivamente no ambiente da internet. Conforme conceito trabalhado em estudo anterior (Lenzi, 2020), não se enquadram no mesmo rótulo, portanto, sites de jornais impressos e/ou de emissoras de rádio e televisão, que via de regra produzem conteúdo primordialmente para a plataforma de origem, embora possam sim ter produtos pensados especificamente para as suas versões na web. Enquanto o conceito de pessoas nativas digitais remete a uma geração nascida a partir de 1980 (Prensky, 2001; Gasser; Palfrey, 2011), a ideia de um jornalismo nativo digital parece estar situada em uma linha temporal mais próxima da segunda década dos anos 2000.

Globalmente, os empreendimentos de jornalismo nativo digital começaram na década de 1990, mas cresceram em consonância com a crise econômica que permeou a indústria da mídia jornalística, à medida que a crise se acelerou particularmente no setor de jornais impressos, no início dos anos 2000 (Joyce, 2024).

Na América do Sul, o boom das organizações de notícias nativas digitais coincide, tecnologicamente, com o surgimento e a proliferação da chamada Web 2.0, que fomentou a interatividade e ferramentas de participação, como blogs e mídias sociais, facilitando a produção e a distribuição descentralizada.

Pesquisa internacional sobre sustentabilidade e inovação de organizações de jornalismo nativas digitais realizada desde 2019 na América do Norte, o Project Oasis trouxe pela primeira vez informações sobre veículos brasileiros em 2024, resultado de uma parceria com a Google News Initiative e a Associação de Jornalismo Digital (Ajour), que se somou a um grupo de organizações aliadas à SembraMedia, líder do programa. O estudo aponta que durante os mais de 30 anos desde que a mídia digital nativa começou a aparecer na web, muitas delas se transformaram em importantes organizações de notícias que atraem milhões de visitantes. Alguns estão entre os 10 sites de notícias mais visitados nos seus países.

No contexto global, a pesquisa internacional revela que mais de 60% da mídia mapeada são organizações com fins lucrativos, 32% são organizações sem fins lucrativos, 5% operam informalmente e ainda não se registraram e 3% têm organizações híbridas que combinam organizações sem fins lucrativos e com fins lucrativos. Entre os meios de comunicação sem fins lucrativos, a maioria relata que os subsídios são a sua principal fonte de receitas. Entre as organizações com fins lucrativos, a principal fonte é a publicidade.

No recorte nacional, conforme divulgado pelo Festival 3i (2024) foram mapeados 164 veículos brasileiros nativos digitais. Os resultados da pesquisa revelam que mais de 80% dessas mídias têm pelo menos uma mulher em sua equipe de fundadores — 18% foram fundadas por homens, 44% por mulheres e 38% por ambos.

Outra observação da equipe foi a necessidade de mais apoio ao jornalismo local e hiperlocal. Os veículos com cobertura internacional registram receitas 50% maiores do que aqueles que cobrem questões nacionais. Estes últimos, no entanto, têm rendimentos cerca de quatro vezes maiores do que os que focam na agenda regional e local (Festival 3i, 2024, s. p.).

Em estudo anterior liderado por Ramón Salaverría (2019), com foco em empresas de mídia nativas digitais na América Latina, os autores constatarem que tais publicações usam termos como “independente”, “diferente”, “direitos humanos” e “jornalismo investigativo” para descrever seus conteúdos, apontados ainda como mais interativos, conversacionais e explicativos do que os de seus rivais tradicionais. A pesquisa indica que embora fortes em relação ao jornalismo, de forma geral, tais publicações apresentavam fraquezas, principalmente no trabalho com tecnologia ou na gestão dos negócios.

A pesquisadora Summer Harlow (2023) defende que o jornalismo oferecido por esses veículos nativos digitais está muito longe do modelo de mercado da mídia tradicional, corporativa e convencional.

Eles (os sites de notícias nativos digitais) proclamam com orgulho sua independência editorial e financeira, priorizando o interesse público em detrimento do lucro. Dependem fortemente de financiamento de fundações, o que torna a sustentabilidade a longo prazo uma busca constante, mas também permite que esses sites pratiquem um jornalismo crítico e independente, oferecendo contra-narrativas e incluindo vozes e perspectivas normalmente ignoradas pela mídia convencional” (Harlow, 2023, p. 16 tradução livre)¹.

Nesse contexto, ainda segundo a perspectiva de Harlow, os jornais nativos digitais operam como agentes externos a um sistema de mídia que favorece o status quo político e econômico, contestam um ecossistema midiático tradicional dominado por interesses comerciais e políticos e oferecem um jornalismo profissional idealizado, cuja responsabilidade reside em servir ao interesse público, defendendo os direitos humanos e

¹ Texto original: *They proudly proclaim their editorial and financial independence, prioritizing public interest over profits. They rely heavily on foundation funding, making long-term sustainability a perpetual quest, but also allowing these sites to practice critical, independent journalism, offering counter narratives and including voices and perspectives normally ignored by mainstream media.*

a democracia, inclusive tornando-se alvos de assédio, ataques e acusações de viés ideológico ou partidarismo.

A maioria desses sites, no entanto, não se identifica como mídia alternativa ou ativista. Em vez disso, eles oferecem uma alternativa à mídia convencional, trabalhando dentro e contra o sistema para reformá-lo e regenerar um jornalismo que desafie nossa compreensão do que o jornalismo da região deveria ser. Esses sites estão inovando com novas abordagens — contrárias — ao financiamento, às narrativas, às fontes, às mídias sociais, ao público, à identidade e às normas e valores jornalísticos, criando uma maneira diferente de pensar o jornalismo que está transformando todo o cenário da mídia noticiosa (Harlow, 2023, p. 17, tradução livre)².

Em trabalho com recorte geográfico voltado para a América do Sul, Vanessa de Macedo Higgins Joyce (2024) destaca que, nas últimas décadas, testemunhou-se a proliferação de organizações de notícias nativas digitais nos países da região, trazendo inovação ao jornalismo, atendendo a novos públicos e abordando novas questões. E embora muitas destas ainda lutem para consolidar sua reputação no contexto atual, à medida que crescem em número e força, são cada vez mais reconhecidas pela qualidade das notícias produzidas. “Em um cenário de mídia tradicionalmente concentrado nas mãos de poucos, com laços estreitos com as elites políticas, a independência se torna uma grande inovação” (Joyce, 2024, p. 12, tradução livre)³.

Em relação à crescente cobertura de questões de ESG, em especial de temas na área de sustentabilidade, o movimento ganha força diante da necessidade de um olhar mais atento para as mudanças climáticas e os efeitos cada vez mais concretos na sociedade. São alertas com embasamento científico.

A mudança climática que vivenciamos hoje difere de todas as anteriores. Depois de décadas de negação e ceticismo, a crescente quantia de evidências coletadas pela ciência é alarmante. O planeta está aquecendo a uma taxa sem paralelos, e a causa principal é a atividade humana, não os fenômenos naturais (Berkhout et al, 2023, p. 7).

² Texto original: *Most of these sites, though, don't identify as alternative or activist media. Rather, they offer an alternative to the mainstream, working within and against the system to reform it and regenerate a journalism that challenges our understanding of what the region's journalism should be. These sites are pioneering new — counter — approaches to financing, narratives, sourcing, social media, audiences, identity, and journalistic norms and values, innovating a different way of thinking about journalism that is disrupting the entire news media landscape.*

³ Texto original: *In a news media landscape traditionally concentrated in the hands of a few, with close ties to the political elites, independence becomes a major innovation.*

Pertinente lembrar que o ano de 2025 ampliou o debate ambiental no Brasil, que pela primeira vez sediou em Belém, em meio à Floresta Amazônica, a Conferência das Partes (COP), que integra a Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC, na sigla em inglês). Uma oportunidade para muitos jornais adequarem a cobertura dos temas ambientais diante da nova realidade.

Em artigo com olhar para estudos de comunicação sobre mudanças climáticas em língua espanhola e portuguesa na América Latina, Takahashi, Iasmin e Salas (2025) apontam que os principais discursos midiáticos identificados nesses estudos abrangem perspectivas pessimistas e catastróficas, otimismo tecnológico e soluções reducionistas. Ao mesmo tempo, identificam que a cobertura jornalística é amplamente impulsionada por fontes e discursos internacionais, que politizam o enquadramento da cobertura jornalística e a descontextualizam de questões locais, de modo que a ausência de vozes céticas sugere uma tomada de decisão editorial alinhada ao consenso científico.

Para a jornalista especializada em ciência e meio ambiente Giovana Girardi, quanto mais cedo o jornalismo incorporar que o mundo já é outro nas suas reportagens, melhor vamos poder cobrar governantes e empresas e ajudar a sociedade a entender as mudanças no clima. “Cabe a nós todos (jornalistas) explicar esse novo mundo para as pessoas. [...] Hoje a gente não precisa ler relatórios científicos com previsões futuras, basta abrir a janela para ver as mudanças climáticas em curso” (Girardi, 2023, s. p.).

A especialista defende que cabe ao jornalismo ajudar a sociedade a entender a mudança de modo que ela também possa incorporar a questão em seus planejamentos para a vida. “Virar essa chavinha na mentalidade de como fazemos jornalismo é urgente, porque o tempo para tomar uma atitude que evite o pior das mudanças climáticas é cada vez mais curto” (Girardi, 2023, s. p.).

O tema vem se intensificando ano a ano. A pesquisadora Eloisa Beling Loose (2024) defende que diante dos novos desastres climáticos obrigam o campo jornalístico, os enquadramentos de tais acontecimentos devem ser aprofundados, relacionando causas e consequências dos efeitos climáticos, mas, principalmente, colaborando com uma cultura de prevenção e autoproteção. “Os critérios de noticiabilidade devem incorporar os riscos e o tempo do jornalismo deve antecipar ainda mais nossos passos. Não é especulação, é serviço público” (Loose, 2024, s. p.).

Na mesma linha, a ambientalista Greta Thunberg entende que a responsabilidade de contar histórias, escrever artigos sobre a crise e apontar os responsáveis é, em última

análise, dos meios de comunicação. “Sem os meios de comunicação, simplesmente não temos como alcançar os nossos objetivos climáticos globais” (Thunberg, 2023, p. 435).

Em dissertação de mestrado sobre ESG no discurso jornalístico sobre meio ambiente, Janaína Cardoso Capeletti afirma que “é preciso, na cobertura ESG, empregar uma lente mais crítica sobre as práticas do mercado, verificar se as promessas estão sendo cumpridas e quais os impactos de tais ações” (Capeletti, 2024, p. 111). E o espaço da temática, que segundo a pesquisadora cresce nos veículos hegemônicos, é apontado como uma oportunidade de avançar na urgente educação ambiental da sociedade.

O jornalismo ambiental propõe que as especialidades do jornalismo incorporem a racionalidade ambiental, para que o meio ambiente passe de exceção a tema transversal no fazer jornalístico. A crise socioambiental é complexa e para seu enfrentamento é necessário reorientar a sociedade em direção diversa a que estamos seguindo, ainda mais com evidências científicas incontestáveis sobre a proximidade do colapso do planeta (Capeletti, 2024, p. 112).

Desta forma, é de se esperar que além da maior cobertura do tema nos veículos tradicionais, possam surgir cada vez mais novos veículos dedicados especialmente ao assunto, como é o exemplo do *Capital Reset*. Um compromisso que remete aos elementos do jornalismo, ao lembrarmos o que defendem Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004, p. 31): “a principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar [...] Cada geração cria seu próprio jornalismo. Mas a finalidade, nós constatamos, é a mesma”.

Capital Reset, nativo digital com foco em ESG

Fundado em 2020, com sede em São Paulo, o *Capital Reset* (<https://capitalreset.uol.com.br/>), ou apenas *Reset*, é um “veículo de jornalismo econômico, digital e independente, contemporâneo de uma transformação do capitalismo”, conforme autodefinição disponível na seção ‘Quem somos’ do portal. Tem como especializações os temas ESG, transição energética, agro sustentável, carbono, bioeconomia, finanças sustentáveis, governança e diversidade e inclusão.

O acesso ao conteúdo do Reset é gratuito. Nos dois primeiros anos, o projeto contou com o apoio de um grupo de doadores. Atualmente, o modelo de negócios é baseado na receita gerada por anúncios, parcerias e patrocínios de empresas e marcas. Há, ainda, um canal para assinaturas espontâneas, aberto para leitores e/ou empresas. Postura alinhada com o mapeado pelo pesquisador Caio Túlio Costa:

A salvação depende da capacidade de a indústria tradicional da imprensa criar novas fontes de receita para recompor o que perde na vida digital, tanto com as receitas de publicidade quanto com as de circulação - dado que o valor de cobrança unitária de uma assinatura digital é significativamente menor do que o da assinatura do produto impresso (Costa, 2021, p. 153).

No caso do *Capital Reset*, o objetivo anunciado pela empresa é cobrir negócios e investimentos conectados com a busca de soluções para os desafios ambientais e sociais do nosso tempo, seja pelo desejo de melhorar o mundo ou pela necessidade de gerenciar riscos e identificar oportunidades. “Somos a fonte confiável de notícias e análises rumo a uma economia mais justa e sustentável”, promete o veículo no texto institucional da seção “Quem somos”.

Figura 1 – Print da tela de apresentação do *Capital Reset*



Fonte: captura de tela feita pelo autor em dez. 2024.

[Descrição da imagem] Imagem de destaque do portal *Reset*, com ilustração colorida que reúne elementos ligados à sustentabilidade, transição energética e meio ambiente. No centro, há um notebook exibindo o logotipo “reset”, cercado por flores e folhagens estilizadas. Ao fundo, aparecem ondas, áreas urbanas, plantações, árvores e torres de transmissão de energia. No topo, há um menu de navegação com categorias como Mercado de Carbono, Transição Energética, Regulação, Startups e Net Zero. [Fim da descrição].

O *Reset* foi fundado pela jornalista Vanessa Adachi, que no momento desta pesquisa respondia como *publisher* do veículo. Antes de lançar o *Reset*, Vanessa Adachi teve passagens por veículos como *Valor Econômico*, *Folha de S. Paulo*, *Gazeta Mercantil* e pela Editora Abril. A equipe fixa contava com a jornalista Raquel Salgado como sócia e diretora de negócios, o jornalista Sérgio Teixeira Júnior no posto editor e as jornalistas Ilana Cardial e Thais Folego no cargo de repórteres.

Ao dedicar-se exclusivamente ao jornalismo ambiental, o *Capital Reset* assume então o desafio de fazer uma cobertura diferenciada das outras editoriais. Para contexto do tamanho deste desafio, recorremos ao pesquisador Wilson da Costa Bueno (2007), referência nos estudos da área, que explica:

O jornalismo ambiental anseia por um conceito que extrapole o do jornalismo científico tradicional (comprometido com uma parcela significativa da comunidade científica que tem privilegiado a continuidade das suas pesquisas, sem contextualizar as suas repercussões), que não se confunda, em nenhuma hipótese, com o jornalismo econômico (impregnado pelo canto de sereia do modelo agroexportador, da revolução tecnológica a qualquer preço e da apologia das aplicações rentáveis do capital financeiro) e que não se apoie em um jornalismo cultural, quase sempre tipificado pelo diálogo surdo das elites (Bueno, 2007, p. 36).

Um olhar para as motivações

Um dos objetivos deste estudo é entender as motivações para a criação de um veículo jornalístico com foco na cobertura de questões na área de ESG. Para isso, foram entrevistadas duas diretoras da empresa, a fundadora e *publisher* Vanessa Adachi e a sócia e diretora de negócios Raquel Salgado, ambas jornalistas de formação. Em entrevista por e-mail, Vanessa Adachi afirma que a motivação para o lançamento do *Reset* foi “a percepção de que a forma como a economia está estruturada hoje — como produzimos, consumimos e investimos — tem gerado externalidades graves para o planeta e as pessoas, principalmente a crise climática e a ampliação da desigualdade social” (Adachi, 2024, s. p.). O entendimento da jornalista era de que havia um espaço para fazer uma cobertura de negócios e finanças com esse olhar, que integrasse os temas com um olhar profundo e técnico e não ativista, voltado ao *mainstream* econômico.

O objetivo era catalisar uma transição da economia para um sistema mais inclusivo e sustentável. Procuramos entender quais as políticas públicas e regulatórias estão ajudando a moldar a transição. Também os negócios e mecanismos de financiamento que promovem essas mudanças de forma efetiva. Um dos maiores desafios é entender o que realmente importa ao escolher as pautas, fugindo de medidas cosméticas (Adachi, 2024, s. p.).

De forma complementar, a diretora Raquel Salgado explica que o público-alvo do *Reset* são “profissionais que querem estar informados sobre os caminhos do mundo dos negócios e das finanças para construirmos uma economia mais sustentável” (Salgado, 2024, s. p.). A jornalista informa alguns dados da audiência do veículo, atualizados em agosto de 2024: 55% são homens e 45% mulheres, a maior parte (35%) tem idade entre

35 e 54 anos (grupo seguido por 29% com idade entre 25 e 34 anos, 21,8% entre 18 e 24 anos e 14,2% acima de 55 anos) e um terço dos leitores está em São Paulo.

Temos profissionais de empresas e startups de áreas como sustentabilidade, finanças e comunicação. Temos também investidores e operadores do mercado financeiro, além de advogados. É um público bem variado que lê o *Reset* como ferramenta de trabalho: querem saber o que outras empresas estão fazendo, querendo descobrir novas oportunidades no mercado (Salgado, 2024, s. p.).

A partir das declarações das diretoras, é possível observar que o *Capital Reset* se posiciona em um espaço intermediário entre o jornalismo econômico tradicional e a cobertura especializada em sustentabilidade. Ao evitar deliberadamente um enquadramento ativista e priorizar uma abordagem técnica, o *Reset* busca ocupar uma lacuna do mercado: a de traduzir a complexidade regulatória, financeira e científica da agenda ESG para profissionais que tomam decisões estratégicas. Entende-se que a escolha editorial revela uma compreensão de que a sustentabilidade deixou de ser um tema periférico para se tornar insumo central na análise de risco, na formação de políticas corporativas e na formulação de novos modelos de negócios. Assim, mais do que informar, o veículo se propõe ao desafio de atuar como mediador especializado entre conhecimento técnico e prática empresarial. Ao mesmo tempo, as motivações relatadas evidenciam um movimento de ampliação do jornalismo nativo digital para nichos altamente segmentados, contribuindo para uma perspectiva de que o público busca cada vez mais conteúdo aprofundado, qualificado e conectado à sua atividade profissional.

Um olhar para o conteúdo

De forma complementar, foi realizado um exercício de análise de matérias publicadas pelo *Capital Reset*. Para coleta do conteúdo a ser analisado, foram selecionadas matérias dentro do conceito de semana construída, de Klaus Krippendorff (1980), no qual a partir de um universo amplo de dados é selecionada uma pequena amostra que é organizada de forma a ser representativa do conjunto total. Dentro desta proposta, pega-se o domingo da primeira semana, a segunda-feira da segunda semana e assim sucessivamente até ter uma semana completa. Como não foram identificadas publicações nos domingos e sábados, foram selecionadas cinco matérias publicadas entre a segunda-feira, dia 15 de julho, e a sexta-feira, dia 16 de agosto de 2024 (Adachi e Teixeira Jr, 2024; Bertão Filho, 2024; Borges, 2024; Cardial; 2024a; e Cardial; 2024b).

Em relação aos formatos, o *Reset* publica basicamente textos e fotos, sem qualquer recurso adicional como vídeos e/ou infográficos, recursos comumente utilizados por outros veículos digitais. Nas cinco matérias analisadas, o formato padrão identificado foi título, linha de apoio, uma foto em destaque e texto corrido, intercalado apenas por anúncios. O tamanho médio do texto foi de 3740 caracteres, incluindo espaços (importante apontar a considerável variação dos tamanhos, sendo que o maior texto analisado tinha 7600 caracteres e o menor tinha 230 caracteres).

Em tempos digitais, era de se esperar a presença de recursos multimídia nas reportagens, além do tradicional formato texto e foto, herança dos jornais impressos. Reconhecemos que o processo de multimídiação da produção jornalística abrange uma série de novos desafios, diante da proposta de promover uma real integração entre diferentes conteúdos apresentados em distintos formatos. Mas entendemos que é preciso acompanhar as inovações de formatos.

Steve Hill e Paul Lashmar (2014), em seu guia para o jornalismo on-line, apontam a característica multimídia como uma das principais vantagens da divulgação de notícias na internet, no sentido de poder fornecer uma variedade de conteúdo em textos, áudios e vídeos, que podem ser facilmente atualizados ao longo do dia. Ao estudar os meios de comunicação diante de outros momentos de renovação tecnológica, Marshall McLuhan (1979) já afirmava que o meio é a mensagem, ou seja, um novo ambiente transforma a mensagem em relação ao modelo praticado até então. Trata-se de um movimento contínuo de evolução, não necessariamente de substituição, e que no caso da produção on-line multimídia ainda enfrenta uma série de testes e de adaptações de linguagens e também de processos produtivos. Mas um movimento que não pode mais ser ignorado.

Em todas as matérias analisadas, há oportunidades claras de incremento de recursos multimídias, seja com uma simples galeria de imagens, indo além da única foto estática, ou mesmo a incorporação de entrevistas em áudio e/ou vídeo e principalmente, demandas por infográficos. Na reportagem “A crise climática chegou ao ketchup Heinz” (Cardial, 2024b), publicada em 16 de agosto de 2024, por exemplo, há dados sobre a produção anual da empresa no mundo e especificamente nos Estados Unidos e explicações sobre o impacto nas mudanças climáticas nessa produção, tudo apresentado em texto, mas que também poderiam ser trabalhadas de forma visual em infográficos.

Na análise das cinco matérias, buscou-se identificar também o tipo de fontes utilizadas para elaboração do conteúdo jornalístico, mapeando-se fontes diretas e indiretas. Duas matérias contam com depoimentos coletados a partir de entrevistas diretas (sendo

que em uma delas trechos da mesma entrevista já haviam sido usados em matéria publicada anteriormente pelo portal, conforme informado na própria reportagem); outras duas foram produzidas a partir, essencialmente de documentos públicos e comunicados oficiais das empresas citadas; e uma última matéria foi embasada principalmente em conteúdo divulgado por agência de notícias, devidamente creditada. Entende-se que uma maior apuração a partir de fontes primárias, principalmente por meio de entrevistas, pode ser um caminho para incrementar a relevância da cobertura realizada pela equipe.

Na matéria “Noah vai construir primeiros prédios de madeira na Faria Lima” (Cardial, 2024a), publicada em 15 de julho de 2024, por exemplo, que aborda os projetos de uma empresa voltada para a construção de edifícios corporativos feitos com madeira como tendência de sustentabilidade, o uso de entrevistas enriquece o caráter informativo do texto, trazendo comparações com os modelos de tradicionais de construção. Já no texto “Uber terá 100 mil elétricos da BYD em sua frota”, publicado em 31 de julho de 2024, produzido essencialmente a partir de comunicados oficiais, há lacunas de informações que a própria equipe de reportagem admite, conforme os trechos “O comunicado não traz detalhes sobre o lançamento do programa para os brasileiros” e “As empresas não informaram a data exata em que os veículos da montadora chinesa começarão de fato a serem oferecidos aos motoristas da Uber” (Bertão Filho, 2024, s. p.).

Diante da urgência do tema, principalmente em questões que abordam as mudanças climáticas, voltamos a citar Kovach e Rosenstiel (2004, p. 226), como provocação sobre o que mais poderia ser feito pela equipe da *Capital Reset*: “a tarefa do jornalista é encontrar formas de transformar o significativo em interessante, em cada matéria, e encontrar a mistura exata do sério e do menos sério que oferece um relato do dia”. O desafio aqui é lutar para transformar o fato significativo em interessante e relevante para o grande público.

Jornalismo é contar uma história com uma finalidade. A finalidade é fornecer às pessoas informação que precisam para entender o mundo. O primeiro desafio é encontrar a informação que as pessoas precisam para tocar suas vidas. O segundo desafio é tornar essa informação significativa, relevante e envolvente (Kovach; Rosenstiel, 2004, p. 226).

Um último exercício sobre o conteúdo foi uma proposta de avaliar o ineditismo das notícias publicadas pelo *Reset*. Para isso, a partir do título de cada matéria analisada, em setembro de 2024, fez-se uma busca no Google e mapeadas as ocorrências das três primeiras páginas de resultados, filtrando-se as publicações jornalísticas. Em dois dos cinco

casos analisados, os temas trabalhados pelo *Reset* não foram identificados em jornais concorrentes e, inclusive, após publicação foram repercutidos em outros portais.

Em outro caso, o tema abordado pelo *Reset* já havia sido noticiado por outros veículos da grande imprensa dias antes, entre eles o jornal *Valor Econômico* e a revista *Veja*. Os outros dois casos abordavam temas bastante factuais, desta forma apareceram com destaque também na concorrência, incluindo jornais como *O Globo* e *O Estadão* e revistas como *Exame* e *Um só planeta*.

A análise das matérias permite, enfim, observar que o *Capital Reset* opera em uma lógica editorial que prioriza a profundidade temática, mas que ainda não explora plenamente os potenciais narrativos e informativos oferecidos pelo ambiente digital. A ausência quase completa de elementos multimídia não pode ser lida apenas como uma escolha estética ou como limitação operacional; ela revela um posicionamento que se aproxima do jornalismo econômico tradicional, mesmo estando abrigado em um ecossistema nativo digital. Assim, entende-se que a estrutura textual adotada pelo veículo cumpre a função de informar, mas não dialoga integralmente com as expectativas contemporâneas de consumo jornalístico na perspectiva de narrativas digitais.

Considerações finais

O olhar para o *Capital Reset* nos permite algumas reflexões sobre a importância do jornalismo nativo digital com foco na cobertura de questões de ESG, a serem aprofundadas em pesquisa futura, ampliando o estudo também para outros veículos com o mesmo perfil.

Aqui já é importante reconhecer o espaço conquistado pelo *Reset*, que entra em seu sétimo ano de atividades, oferecendo conteúdo gratuito sobre o tema e garantindo financiamento por meio de publicidade, parcerias e assinaturas espontâneas. Embora a cobrança pelo conteúdo jornalístico seja uma tendência entre veículos digitais (Costa, 2014; Lenzi, 2018), reconhece-se e valoriza-se a postura do *Reset* diante da proposta de uma cobertura que se destaca pela relevância social, ao buscarem dar visibilidade para ações rumo a economia mais sustentável, como explicaram as diretoras entrevistadas.

Em relação aos formatos, entende-se que há bastante espaço para inovações, pois os conteúdos mapeados limitam-se a textos e fotos, sendo usada apenas uma imagem por matéria. Recursos consolidados, como infográficos, vídeos ou mesmo galerias de imagens, para citar apenas os mais comuns entre veículos digitais (Salaverría, 2014), poderiam contribuir para tornar a narrativa mais atrativa e até mesmo mais didática para o grande público. Hoje, como revelam as diretoras nas entrevistas, o público-alvo são profissionais

que querem estar informados sobre os caminhos do mundo dos negócios e das finanças, mas defendemos aqui que a temática merece um alcance mais amplo, diante a urgência de assuntos como os impactos das mudanças climática na sociedade de forma geral.

Uma última sinalização refere-se ao potencial do veículo para publicação de conteúdos originais e inéditos. Na amostra analisada, duas das cinco notícias foram divulgadas em primeira mão pelo *Reset*, enquanto as demais três abordavam temas que apareceram de forma simultânea em outros veículos da imprensa econômica tradicional. Há de se reforçar a pesquisa em uma amostra maior. A presente análise baseou-se em uma amostra reduzida de matérias e em entrevistas realizadas exclusivamente com representantes da direção do *Capital Reset*, o que pode limitar a variedade de perspectivas consideradas. Pesquisas futuras podem aprofundar a investigação ampliando o corpus de análise e comparando o *Reset* com outros nativos digitais e explorando técnicas metodológicas complementares. Mas os indicativos aqui encontrados são de que o *Capital Reset* já está, sim, fazendo a diferença de forma positiva ao dar visibilidade para temas na área de ESG que outros jornais ainda não destacam no noticiário tradicional.

A análise realizada permite afirmar que o *Capital Reset* ocupa hoje um espaço relevante no ecossistema jornalístico brasileiro ao articular, de maneira consistente, a cobertura de temas de ESG com uma abordagem que combina rigor informativo e preocupação com o impacto social. Embora o estudo identifique oportunidades claras de aprimoramento, especialmente no uso de recursos multimídia e na ampliação do alcance para além do público especializado, os resultados apontam para um veículo que já contribui significativamente para qualificar o debate público sobre sustentabilidade. Ao mesmo tempo, o caso do *Reset* evidencia movimentos mais amplos do jornalismo nativo digital no país, que tem no nicho, na especialização e na busca por relevância social caminhos para seu fortalecimento e sua permanência. Assim, ao sinalizar tanto as potencialidades quanto os desafios dessa experiência, este estudo reforça a importância de investigações contínuas que examinem de forma comparativa o papel de outros nativos digitais dedicados à temática ambiental, contribuindo para compreender como o jornalismo pode responder às urgências de um mundo em transformação acelerada.

Referências

ADACHI, Vanessa. **Fundadora e publisher do Capital Reset**. [Entrevista ao autor por e-mail] 28 ago. 2024.

ADACHI, Vanessa; e TEIXEIRA JR, Sérgio. Yvy perto de fechar aporte de R\$ 300 mi na agtech Solinftec. **Capital Reset**, São Paulo, 8 ago. 2024. Disponível em: <https://capitalreset.uol.com.br/agronegocio/agricultura/yvy-perto-de-fechar-aporte-de-r-300-mi-na-agtech-solinftec/>.

BERKHOUT et al., Frans. **Simples: mudança climática**. Rio de Janeiro: Globo, 2023.

BERTÃO FILHO, Italo. Uber terá 100 mil elétricos da BYD em sua frota. **Capital Reset**, São Paulo, 31 jul. 2024. Disponível em: <https://capitalreset.uol.com.br/transicao-energetica/transportes/uber-tera-100-mil-eletricos-da-byd-em-sua-frota/>.

BORGES, André. Brasil Biofuels pede socorro ao governo para seguir operando. **Capital Reset**, São Paulo, 23 jul. 2024. Disponível em: <https://capitalreset.uol.com.br/empresas/brasil-biofuels-pede-socorro-ao-governo-para-seguir-operando/>.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação e jornalismo ambiental: teoria e pesquisa**. São Paulo: Majoara, 2007.

CAPELETTI, Janaína Cardoso. **O ESG no discurso jornalístico sobre meio ambiente**: uma análise da cobertura do portal do jornal Valor Econômico. 2024. 181f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRS, Porto Alegre, 2024.

CAPITAL RESET. **Quem somos**. Disponível em: <https://capitalreset.uol.com.br/quem-somos/>. Acesso em ago. 2024.

CARDIAL, Ilana. Noah vai construir primeiros prédios de madeira na Faria Lima. **Capital Reset**, São Paulo, 15 jul. 2024a. Disponível em: <https://capitalreset.uol.com.br/empresas/startups/noah-vai-construir-primeiros-predios-de-madeira-na-faria-lima/>.

CARDIAL, Ilana. A crise climática chegou ao ketchup Heinz. **Capital Reset**, São Paulo, 16 ago. 2024b. Disponível em: <https://capitalreset.uol.com.br/agronegocio/agricultura/a-crise-climatica-chegou-ao-ketchup-heinz/>.

COSTA, Caio Túlio. Um modelo de negócios para o jornalismo digital. **Revista de Jornalismo ESPM**, v. 9, p. 51-115, abril/junho, 2014.

COSTA et al., Caio Túlio. **Tempestade perfeita**: sete visões da crise do jornalismo profissional. Rio de Janeiro: História Real, 2021

FESTIVAL 3I. **“Festival 3i 2024: Ajor e SembraMedia lançam dados inéditos sobre veículos nativos digitais no Brasil”**. Ajor, 14 jun. 2024. Disponível em: <https://ajor.org.br/festival-3i-2024-ajor-e-sembramedia-lancam-dados-ineditos-sobre-veiculos-nativos-digitais-no-brasil>. Acesso em set. 2024.

GASSER, Urs; PALFREY, John. **Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

GIRARDI, Giovana. “Em 2024, emergência climática precisará ser a pauta de todas as editorias”. **Farol Jornalismo**. 10 dez. 2023. Disponível em: https://faroljornalismo.substack.com/p/em-2024-emergencia-climatica-precisara?utm_source=substack&utm_medium=email. Acesso em jul. 2024.

- HARLOW, Summer. **Digital-native news and the remaking of Latin American mainstream and alternative journalism**. London/New York: Routledge Focus, 2023.
- HILL, Steve; LASHMAR, Paul. **Online journalism: the essential guide**. Londres: Sage, 2014.
- JOYCE, Vanessa de Macedo Higgins. **Digital-Native News in South America: building bridges with diverse audiences in Argentina, Brazil and Colombia**. Palgrave Macmillan, 2024.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração, 2004.
- KRIPPENDORFF, K. **Content analysis: an introduction to its methodology**. Beverly Hills: Sage, 1980.
- LENZI, Alexandre. **Inversão de papel: prioridade ao digital, um novo ciclo de inovação para jornais impressos**. Florianópolis: Insular, 2018.
- LENZI, Alexandre. Jornalismo nativo digital brasileiro: um estudo de caso do Nexô. **Revista Famecos**, v. 27, p. 1-14, 2020.
- LOOSE, Eloisa Beling. “Em 2025, coberturas de desastres climáticos vão exigir novos jornais”. **Farol Jornalismo**. 10.12.2024. Disponível em: <https://faroljornalismo.substack.com/p/em-2025-coberturas-de-desastres-climaticos>. Acesso em dez. 2024.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2018.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 5. ed. São Paulo: Cultrix, 1979.
- PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. **On the horizon**, v. 9, n. 5, 2001.
- PROJECT OASIS. **Independent Digital Native Media - Executive Summary**. 2024. Disponível em: <https://globalprojectoasis.org/global-report/executive-summary/>. Acesso em set. 2024.
- SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, p. 25-52, 2014.
- SALAVERRÍA, Ramón; SÁBADA, Charo; BREINER, James G; e WARNER, Janine C. A brave new digital journalism in Latin America. In: TÚÑEZ-LOPEZ, M.; MARTÍNEZ-FERNÁNDEZ, V. A.; LÓPEZ-GARCÍA, X.; RÚAS-ARAUJO, J.; e CAMPOS-FREIRE, F. (Orgs). A brave new digital journalism in Latin America. **Communication: innovation & quality**. Berlim (Alemanha): Springer International Publishing, p. 229-247, 2019.
- SALGADO, Raquel. **Sócia e diretora de negócios do Capital Reset**. [Entrevista ao autor por e-mail] 5 set. 2024.
- TAKAHASHI, Bruno; AMIDEN DOS SANTOS, Iasmin; SALAS, María Fernanda. Building bridges: a narrative literature review of Spanish and Portuguese-Language climate change communication scholarship from Latin America. **Environmental Communication**, v. 19, n. 5, p. 1016–1030, 2025.
- THUNBERG, Greta (org.). **O livro do clima**. São Paulo: Companhia das Letras, 2023.

DADOS DE PUBLICAÇÃO

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Concepção e elaboração do manuscrito: A. Lenzi

Coleta de dados: A. Lenzi

Análise de dados: A. Lenzi

Discussão dos resultados: A. Lenzi

Revisão e aprovação: A. Lenzi

ORIGEM DA PESQUISA

Artigo produzido com exclusividade para a Revista EJM.

USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Não se aplica.

FINANCIAMENTO

Não se aplica

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

Não se aplica.

CONFLITO DE INTERESSES

As pessoas autoras declaram não haver interesses conflitantes.

DISPONIBILIDADE DE DADOS DE PESQUISA E OUTROS MATERIAIS

Os dados parciais foram publicados no próprio artigo. Parte do conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo está incluído no corpo do artigo.

LICENÇA DE USO

As autorias cedem à revista Estudos em Jornalismo e Mídia os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Licença [Creative Commons Attribution](#) (CC BY) 4.0 International. Essa licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. As autorias têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em *site* pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

PUBLISHER

Universidade Federal de Santa Catarina. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade das pessoas autoras, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

EDITORES

Arthur Freire Simões Pires

Rogério Christofolletti

HISTÓRICO

Recebido em: 30-04-2025

Aprovado em: 15-03-2026

Publicado em: 31-07-2026