

Artigo recebido em:

16.04.2019

Aprovado em:

14.07.2020

Alexandre Lenzi

Doutor e mestre em
Jornalismo pela UFSC.
Pós-doutorado em Co-
municação pela Univer-
sidade Federal de Mato
Grosso do Sul (PPG-
COM/UFMS), com bolsa
Capes.

E-mail: lenzi.alexandre@
gmail.com

Experiências com reportagens multimídia em um jornal nativo digital: um olhar para o site *Nexo*

Alexandre Lenzi

Resumo

As nove reportagens da seção “Especial” do jornal nativo digital *Nexo*, publicadas em 2018, são analisadas por meio de pesquisa exploratória descritiva, complementada com levantamento bibliográfico sobre o tema. No estudo do material, buscou-se identificar características próprias do gênero jornalístico e, principalmente, outras surgidas ou potencializadas pelo fato de os especiais serem publicados on-line, tendo como base elementos do webjornalismo identificados em trabalho organizado por João Canavilhas (2014). Desta forma, identificam-se que qualidades como hipertextualidade, multimídia e memória aparecem em evidência no *Nexo*, enquanto a interatividade, a personalização e a ubiquidade surgem com menos intensidade do que poderiam, considerando o potencial próprio de um nativo digital.

Palavras-chave: Jornalismo digital. Reportagem multimídia. *Nexo*.

Experiences with multimedia reporting in a digital native newspaper: a look at the *Nexo* website

Abstract

The nine reports published in 2018 in section called “Special” of digital native journal *Nexo* are analyzed in this article through an exploratory descriptive research, complemented with a bibliographic survey about the theme. The objective is to identify characteristics of the traditional journalistic format. And, especially, to identify qualities emerged or potentialized by the fact that this journalistic content are published online. The theoretical baseline are elements of webjournalism identified in a book organized by João Canavilhas (2014). In this way, it is identified that qualities such as hypertextuality, multimedia and memory appear in evidence in the *Nexo*, while interactivity, personalization and ubiquity arise with less intensity that it could, considering the potential of a digital native.

Key words: Digital journalism. Multimedia report. *Nexo*.

Em mais de duas décadas de jornalismo on-line, é possível identificar boas iniciativas além dos experimentos bem-sucedidos de jornais impressos e emissoras de rádio e televisão que investiram na criação e no aprimoramento de suas respectivas versões digitais. Ganham espaço no cenário mais recente também os chamados jornais nativos digitais, publicações informativas que existem única e exclusivamente na plataforma *on-line*. Ao olhar para o caso brasileiro do jornal *Nexo*, este artigo surge com um primeiro passo de um estudo com foco neste novo grupo de publicações jornalísticas digitais, com o objetivo de buscar entender o que realmente as diferenciam e como elas podem contribuir para uma reflexão sobre o futuro do jornalismo como um todo. A escolha do *Nexo* para o primeiro exercício neste sentido deve-se ao reconhecido desempenho positivo da publicação, criada em novembro de 2015, e que ao longo deste período ganhou importantes prêmios, como *Online Journalism Awards 2017*, na categoria “excelência geral em jornalismo *on-line* – pequenas redações”. A premiação é anual, ocorre desde 2000 e é organizada pela *Online News Association*. Foi a primeira vez que um veículo brasileiro obteve tal reconhecimento.

O *Nexo* é um jornal digital sem cobertura factual, priorizando trazer contexto às notícias e ampliar o acesso a dados e estatísticas, conforme comunicado pela própria empresa na seção “Sobre o *Nexo*”. Trata-se uma iniciativa independente, financiada com recursos próprios. Sem publicidade no site, o jornal dá acesso a cinco conteúdos livres por mês. A partir disso, é preciso pagar assinatura, a principal fonte de receitas. Com sede em São Paulo, conta com equipe de 30 pessoas com diferentes formações, incluindo jornalismo, ciências sociais, estatística, ciência de dados, design, tecnologia, marketing e negócios.

Neste artigo, foram analisadas, por meio de pesquisa exploratória descritiva, especificamente as reportagens especiais do *Nexo*, com o objetivo de identificar elementos que as diferenciam das publicações em outras plataformas e também indicadores de inovação no formato narrativo que é entregue ao público. Para isso, foram selecionadas todas as reportagens publicadas ao longo de 2018 na seção chamada “Especial”. O jornal apresenta outros espaços com características próprias do meio digital – como as seções “Gráfico”, “Vídeo”, “Interativo” e “Podcast” – que merecem ser estudadas em outros momentos. Mas aqui optou-se pela reportagem especial por este ser um gênero já consolidado em outras plataformas, o que é considerado mais justo para uma reflexão comparativa. Entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018 foram publicadas nove reportagens na seção “Especial” (uma em janeiro, uma em abril, uma em maio, uma em julho, duas em setembro, uma em outubro e duas em dezembro). São elas: “Cidades em disputa”¹, “Um país que mata”², “130 anos pós-abolição”³, “A genealogia e o perfil dos partidos brasileiros”⁴, “A origem de ‘A Origem das Espécies’”⁵, “Políticas públicas: o que sabemos, o que queremos”⁶, “Do que o Brasil precisa nos próximos quatro anos. E o que farei por isso”⁷, “Como foi 2018 em gráficos”⁸ e, por fim, “247 livros”⁹. Todas foram analisadas em busca da identificação ou não da presença de características próprias do jornalismo produzido para o ambiente *on-line*. Nas leituras das reportagens buscou-se a identificação dos diferentes recursos utilizados em cada uma. E, em seguida, lançou-se um olhar para pontos que se destacam por serem diferenciais em uma determinada edição em relação às demais e também para aqueles aspectos que chamam a atenção justamente pelo contrário, por estarem presentes na maioria das reportagens analisadas.

Prioridade ao jornalismo digital

Empresas jornalísticas que visam um futuro de médio e longo prazo precisam estar presentes de forma eficiente no ambiente *on-line*. Depois de muitos anos em que empresas apenas replicavam em seus sites o mesmo conteúdo produzido para plataforma de origem, os últimos anos finalmente trouxeram uma carga extra de inovação nas páginas *on-line* de jornais impressos e emissoras de rádio e de televisão.

¹Publicada em 26/01/18. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/especial/2018/01/26/Cidades-em-disputa>>. Acesso em: dez. 2018.

²Publicada em 12/04/18. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/especial/2018/04/12/Um-pa%C3%ADs-que-mata>>. Acesso em: dez. 2018.

³Publicada em 11/05/18. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/especial/2018/05/11/130-anos-p%C3%93s-aboli%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: dez. 2018.

⁴Publicada em 16/07/18. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/especial/2018/07/16/A-genealogia-e-o-perfil-dos-partidos-brasileiros>>. Acesso em: dez. 2018.

⁵Publicada em 13/09/18. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/especial/2018/09/13/A-origem-de-A-Origem-das-Esp%C3%A9cies>>. Acesso em: dez. 2018.

⁶Publicada em 19/09/18. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/especial/2018/09/19/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-o-que-sabemos-o-que-queremos>>. Acesso em: dez. 2018.

⁷Publicada em 6/10/18. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/especial/2018/10/06/Do-que-o-Brasil-precisa-E-o-que-farei-por-isso>>. Acesso em: dez. 2018.

⁸Publicada em 18/12/18. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/especial/2018/12/18/Como-foi-2018-em-gr%C3%A1ficos>>. Acesso em: dez. 2018.

⁹Publicada em 28/12/18.
Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/especial/2018/12/28/247-livros-as-recomenda%C3%A7%C3%B5es-de-51-pessoas-ao-longo-de-2018>>. Acesso em: dez. 2018.

As diferentes etapas de evolução do jornalismo *on-line* já foram estudadas amplamente por autores como John Pavlik (2001), Luciana Mielniczuk (2003) e Suzana Barbosa (2013). Presentes no que se enquadraria em uma terceira fase do jornalismo na *web*, de acordo com os citados autores, os especiais multimídia, ou grandes reportagens multimídia (GRMs), vêm ganhando cada vez mais destaque como apostas dos jornais *on-line*. Estes novos formatos buscam uma real imersão do leitor na experiência de consumo de informação jornalística na plataforma da internet. No novo cenário, equipes reduzidas e a necessidade de constante atualização de conhecimentos técnicos dificultam a multimídiação da cobertura factual para os jornais *on-line*. Mas é nas grandes reportagens multimídia que estão aparecendo com frequência as experiências mais ousadas em inovação.

Em dissertação sobre o consumo da reportagem por diferentes gerações, a pesquisadora Kérley Winques (2016) entende que a grande reportagem multimídia é um gênero webjornalístico que ainda se encontra em pleno desenvolvimento, como resultado da evolução do ambiente *on-line*, sendo que sua conceituação se situa “em um espaço intermediário entre o ideal de reportagem multimídia e suas manifestações na prática jornalística” (WINQUES, 2016, p. 60). Na mesma linha, Daniela Bertocchi (2016) defende que, no ambiente *on-line*, trabalha-se com formatos adaptativos que permitem mais leveza no lugar de estruturas narrativas rígidas e sólidas. “O jornalismo digital precisa se habituar a pensar o formato menos como artefato e como entrega final, e mais como processo, fluxo, resultado do sistema aberto em constante adaptação” (BERTOCCHI, 2016, p. 211).

Também estudiosa das transformações na reportagem no ambiente *on-line*, Liliane de Lucena Ito (2019) ressalta, no entanto, que além das novas potencialidades tecnológicas, para conseguir o tal feito da imersão do receptor na narrativa, de transportar o receptor para o cenário onde esteve o repórter, é preciso “dom para escrever”, sem o qual “é muito mais complicado dar alma, textura, cor, cheiro e sabor a uma reportagem” (ITO, 2019, p.153).

As reportagens especiais multimídia são assim exemplos do que se reconhece como uma fase mais recente do jornalismo *on-line*, na qual se estabelece a atualização contínua, a hipertextualidade com o recurso do *link*, combinada com áudios, vídeos e fotos, fóruns e enquetes deflagrando a interatividade, a disponibilização dos arquivos potencializando a memória, além das possibilidades de personalização da informação. Produto nobre nos sites, é a reportagem que traz as características do gênero já consolidadas em outras plataformas, mas agora combinadas com o potencial de características que se expandem na internet, como a hipertextualidade, a multimídiação e a interatividade.

Nas empresas tradicionais, como jornais impressos e emissoras de rádio e de televisão, o novo contexto gera um movimento de mudança no qual grandes marcas consolidadas em outras plataformas passam a priorizar a produção de conteúdo *on-line*. Estudando as transformações recentes em jornais de origem impressa em trabalho anterior, identificou-se um processo definido como “inversão de papel”, quando ocorrem “mudanças de mentalidade, de comportamento e de ação prática no fazer jornalismo” (LENZI, 2018, p. 251). Tal priorização da produção de conteúdo informativo para as plataformas digitais em redações com um fluxo de trabalho até então regido pelo ritmo do impresso é entendida como um novo e necessário ciclo de inovação em empresas jornalísticas. “Trata-se de uma inversão de papel que acarreta mudanças de formatos narrativos e de processos de produção, com impactos em diferentes frentes, promovendo, por exemplo, a antecipação das jornadas de trabalho e a criação de diferentes *deadlines* dentro do mesmo dia” (LENZI, 2018, p. 251).

As publicações chamadas nativos digitais, ou seja, nascidas já originalmente *on-line*, podem ter pulado muitas destas etapas, e, por isso, merecem ser foco de novos estudos acadêmicos. Ramón Salaverría (2019; 2020) e Mark Deuze (2018) são exemplos de pesquisadores atentos a este novo grupo de empresas. Salaverría (2020) aponta a distinção que estudiosos e profissionais do jornalismo têm feito em um contexto mais recente: as empresas tradicionais (jornais impressos e emissoras

de rádio e televisão), que também estão presentes no ambiente da internet com produtos derivados de marcas consolidadas, têm sido denominadas como empresas de legado, enquanto as novas publicações essencialmente on-line, caracterizadas por sua natureza digital e origem recente, são nativas digitais. E defende: “A mídia nativa digital chegou para ficar, mas seu caminho para a consolidação pode ser mais difícil do que alguns acreditam” (SALAVERRÍA, 2020, p. 2, tradução livre).

Ao olhar ao mesmo tempo para o passado e presente, Mark Deuze e Mirjam Prenger (2018) lembram que a tecnologia sempre foi um amplificador e um acelerador das tendências da indústria da mídia. Mas eles reconhecem que nas últimas décadas tal influência tecnológica tem sido ainda mais poderosa, determinando como o conteúdo de mídia é produzido, distribuído e experimentado. “À medida que as instituições de mídia (e as pessoas que trabalham nas indústrias de mídia) se adaptam a essa nova realidade, os valores, expectativas e estruturas da economia digital passam a co-determinar decisões e processos criativos” (DEUZE; PRENGER, 2018, p. 15, tradução livre).

Em estudo sobre nativos digitais da América Latina, Salaverría *et al.* (2019) apontam 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. O posicionamento reflete, segundo os autores, um resgate global por parte da indústria da “importância da credibilidade como um ativo de mídia que pode ser monetizado, concentrando-se nos leitores, e não nos anunciantes, como os clientes mais importantes de uma organização de mídia” (SALAVERRÍA *et al.*, 2019, p. 237, tradução livre).

O estudo liderado por Salaverría (2019) indica que, embora fortes em relação ao jornalismo, tais publicações nativas digitais da América Latina apresentavam fraquezas, principalmente no trabalho com tecnologia ou na gestão de negócios. Como trata-se de um setor em crescimento e em considerável transformação, novos estudos podem contribuir no acompanhamento das mudanças nas empresas nativas digitais olhando para a mídia do mercado, a exemplo da pesquisa liderada por Salaverría. Da mesma forma, é de se esperar que trabalhos específicos sobre exemplos bem-sucedidos também gerem reflexões que possam acrescentar em uma análise mais ampla. O olhar para o *Nexo*, realizado neste artigo, é um primeiro passo de uma pesquisa a ser realizada neste sentido.

As reportagens especiais do *Nexo* e as características do webjornalismo

Na análise das reportagens especiais do *Nexo*, a proposta é, principalmente, identificar características próprias da web ou então qualidades que já existiam em outros meios, mas que são potencializadas na internet. Para isso, foram selecionadas sete características básicas, adotando como referência aquelas apresentadas em trabalho organizado por João Canavilhas (2014): hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade, sendo cada uma destas abordada por um autor diferente. Neste contexto, ao explorar estas e outras características, “a apresentação da notícia e da reportagem na internet é (ou, pelo menos, tem potencial para ser) diferente das publicadas em papel ou exibidas na rádio ou na TV” (LENZI, 2018, p. 26). A seguir, será apresentado um breve resgate da conceituação destas características e, então, se buscará identificar de que forma cada uma delas está presente no material analisado.

a) Hipertextualidade - O hipertexto, por meio de links (ou hiperlinks), conduz o leitor de forma não necessariamente linear para outros textos, inclusive de outros sites. Ou ainda, no caso da hipermídia, para galerias de fotos, vídeos, animações, áudios e/ou infográficos. Canavilhas (2014) lembra que o sucesso do webjornalismo depende da qualidade dos conteúdos e da “criação de rotinas de consumo que facilitem a tarefa dos leitores num meio onde a ansiada liberdade de leitura se pode facilmente transformar num labirinto” (CANAVILHAS, 2014, p. 21). Theodore Nelson (in FERRARI, 2014), considerado um dos pais do conceito de hipertexto, o entende como um texto elástico que se expande e se contrai conforme as solicitações do leitor,

fazendo com que o mesmo assuma o comando da ação, trocando filmes, vídeos, diálogos, textos, imagens como se estivesse em uma grande biblioteca digital. Lucia Leão (2001) acrescenta que o conceito requer e cria um leitor ativo, que, ao percorrer o sistema, faz existir um espaço que se desdobra, estabelecendo elos e delineando um tipo próprio de leitura. “Com o novo tipo de interatividade possível através do computador, novas relações emergem e o leitor passa a ter uma função capital, pois sem ele a obra se reduz à mera potencialidade” (LEÃO, 2001, p. 42).

O uso de *links* é comum em todas as reportagens analisadas do *Nexo*, seja para permitir ao público conduzir a ordem de leitura entre as diferentes seções de uma mesma matéria, ou seja, para aprofundar o conhecimento sobre o tema, levando a audiência para outras reportagens sobre o assunto feitas pelo próprio *Nexo* ou mesmo por jornais concorrentes. Os *links* também aparecem para permitir acessos a documentos, relatórios e artigos científicos.

A reportagem “Políticas públicas: o que sabemos, o que queremos” ilustra bem a presença da hipertextualidade. O material foi produzido a partir de um seminário realizado em São Paulo poucos dias antes da publicação do especial. Todo o conteúdo é dividido em sete capítulos, sendo o primeiro uma introdução e os seis restantes temáticos. A ordem de leitura é definida pelo público que escolhe no *menu* qual o tema interessa mais. Ao acessar cada um dos seis capítulos temáticos, o visitante encontra um breve texto, um link para um relatório aprofundando o tema em questão e um vídeo com especialistas debatendo o assunto. Aqui, os vídeos ganham destaque, com duração média de 10 minutos cada um, reforçando também o aspecto multimídia.

Da mesma forma, a reportagem “Como foi 2018 em gráficos” traz seis infográficos temáticos que podem ser acessados de forma linear por ordem de publicação ou de maneira aleatória, com o público tendo acesso já na página de abertura a um *menu* que permite escolher diretamente qual o gráfico acessar primeiro entre seis temas: Política, Cultura, Economia, Meio Ambiente, Futebol e Internet. Em cada seção, há um texto prévio que introduz o tema e traz links para matérias anteriores publicadas no *Nexo*.

b) Multimídia - Dos diferentes contextos do conceito multimídia, aqui nos interessa aquele com foco na combinação de linguagens. Neste sentido, entendida como a utilização de duas ou mais mídias na mesma produção informativa, a prática multimídia não é exclusividade do ambiente *on-line*. No impresso, ao usar texto, infográfico e fotos, já temos um conjunto multimídia. Na TV tradicional, imagens e áudios também se complementam. No *on-line*, todos os recursos estão lá, mas com o diferencial de que a condução da leitura é feita pelo usuário, criando um novo padrão de interatividade. Usando uma metáfora de Javier Díaz Noci (2001), na multimídia, 1+1+1 soma algo mais do que 3. Mas é justamente no processo de multimídia da produção jornalística *on-line* que surgem novos desafios, diante da proposta de promover uma real integração entre diferentes conteúdos apresentados em distintos formatos. Ramón Salaverría (2014) chama a atenção para a importância da integração eficiente entre os diferentes elementos: o texto, o som, as imagens e o vídeo, assim como outros que possam surgir no futuro, devem estar devidamente coordenados para que o resultado seja harmonioso, mesmo sendo essa uma tarefa mais complicada do que parece.

No *Nexo*, as reportagens analisadas utilizam no mínimo dois recursos, sendo que o texto é o único sempre presente. Entre os demais, aparecem fotos, ilustrações, vídeos, áudios e infográficos. Vale registrar a valorização dos vídeos (que aparecem em, pelo menos, três especiais) e dos infográficos (destacados em quatro especiais). A reportagem que combina mais elementos é a “130 anos pós-abolição”, que aborda o tema da desigualdade racial no Brasil apresentando conteúdo em textos, fotos, áudios e infográficos. A discussão proposta é dividida em oito tópicos, sendo que todos trazem textos e infográficos.

Em sete dos oito tópicos, aparece ainda um depoimento de uma personalidade negra (tem artista, ativista, músico, poeta, político, entre outros) falando sobre desigualdade racial, sendo que seis depoimentos são apresentados em áudios e um em texto. A duração dos áudios varia bastante, com o menor tendo apenas 46 segundos

e o mais longo 5 minutos e 32 segundos. O texto também é valorizado, tanto como fio condutor da reportagem, como elemento para aprofundar o assunto. No fim da reportagem são disponibilizados links para três ensaios inéditos produzidos por colunistas do *Nexo* exclusivamente para o especial. Sem contar os ensaios, o total de texto soma cerca de 3.100 palavras (19.500 caracteres, contando os espaços), o que caracteriza o formato *longform*, conceito que tem sido aplicado para narrativas onde textos longos e aprofundados são o grande atrativo. Raquel Longhi e Kérley Winques (2015) lembram que a dimensão narrativa verticalizada, favorecendo a publicação de textos longos, tem se destacado com maior frequência na grande reportagem multimídia e em portais específicos de *longform*. Em alguns casos, a GRM é dividida em capítulos ou seções, que possibilitam ao usuário diferentes caminhos de leitura. Estas direções de leitura, segundo as autoras, aparecem simultaneamente em grandes produções mais recentes, a partir de 2012.

Outro exemplo que integra texto e vídeo é a reportagem “Cidades em disputa”, que aborda questões ligadas ao processo de urbanização. O texto aparece na abertura, com uma introdução ao tema, no glossário criado para explicar termos técnicos da área e na reprodução de oito ensaios sobre o assunto produzidos por especialistas e pesquisadores. De forma complementar, é publicado também um vídeo, com 1 minuto e 34 segundos de duração, com breves trechos de depoimentos dos oito especialistas que produziram os ensaios em textos.

c) Interatividade – Característica entendida como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (interatividade seletiva) como em possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa). Alejandro Rost (2014, p. 60, tradução livre) proporciona um quadro comparativo da evolução vivida nas últimas décadas. O jornal impresso oferece sua dose de interatividade seletiva com o controle pelo leitor do ritmo e a sequência da leitura, além de um precedente de interatividade comunicativa com as cartas de leitores, mesmo diante de todas as suas limitações. A televisão tem no controle remoto a ferramenta para exercer a interatividade seletiva, mas também tem suas limitações em relação à interatividade comunicativa reconhecida. E o rádio é apontado como o meio, por um lado, menos interativo em possibilidades de seleção já que as suas mensagens se apresentam de forma linear e sequencial, sem condições de retroceder, nem avançar, nem procurar uma notícia. E, por outro lado, é o meio que tradicionalmente teve maior abertura à interatividade comunicativa, tendo no exemplo de uma chamada telefônica ao vivo a presença da opinião da audiência.

Com a internet, o cenário muda significativamente. A interatividade seletiva nos meios digitais é identificada nas opções de seleção e personalização de conteúdo, para citar apenas um exemplo, e a interatividade comunicativa se faz presente por meio de publicações de comentários e compartilhamento em redes sociais, ambos em tempo real.

O *Nexo* segue a tendência com a interatividade seletiva claramente presente nos especiais analisados. Já a comunicativa não foi identificada de forma significativa, considerando que não é possível para o leitor comentar nas reportagens. Vale registrar, no entanto, que existem na abertura das reportagens uma espécie de links para compartilhar o conteúdo em diferentes redes sociais, onde a postura comunicativa da audiência é reconhecidamente mais forte.

Ao longo das reportagens analisadas, também foi identificado pelo menos um modesto exercício para estimular a interação mais ativa, ainda que seletiva. O especial “A genealogia e o perfil dos partidos brasileiros” é, na verdade, um grande infográfico sobre as histórias das siglas que têm representação no Congresso. O infográfico principal apresenta a trajetória dos partidos, destacando dados em comum e pontos de destaque, como, por exemplo, aqueles que já elegeram um presidente. Ao final da reportagem, há um infográfico interativo, onde a audiência escolhe entre diferentes opções de partidos para ter acesso a informações específicas sobre o grupo escolhido, como número de filiados e representantes eleitos, os principais nomes do partido e link para o site oficial do partido.

¹⁰Referência ao navio bergantim *Her Majesty Ship Beagle*, no qual Darwin embarcou em expedição em 1831.

d) Memória - Para Marcos Palacios (2014), os efeitos da digitalização da informação, no que diz respeito à memória, fazem-se sentir, entre outros fatores, na produção de formas narrativas diferenciais, com distintos modos de incorporação de memória em seus diferentes formatos; e nas formas de interação com o usuário, que passa a dispor de recursos para investigar aspectos históricos/memorialísticos em torno do material de atualidade oferecido. Ou seja, além do conteúdo “novo” dos jornais on-line, existe também todo um acervo disponível, que tende a ser facilmente acessível. O autor considera que a possibilidade de dispor de espaço ilimitado para apresentação de material noticioso é a maior ruptura resultante do advento da web como suporte mediático para o jornalismo, tendo como um dos seus principais a “multiplicação dos espaços para a memória em rede, fazendo de cada usuário um produtor potencial de memória, de testemunhos” (PALACIOS, 2014, p.95).

As reportagens do *Nexo* apresentam a característica memória dentro da perspectiva de Palacios de incorporação desta qualidade em diferentes formatos. Da mesma forma que ocorre em outras plataformas, tal característica fica ainda mais evidente em produções temáticas sobre um produto de resgate histórico. Mas no *on-line*, a memória é ainda mais ampliada, uma vez que são vencidas barreiras de tempo e espaço. O que fica bastante evidente no especial “A origem de ‘A Origem das Espécies’”. Na reportagem, o *Nexo* destaca as inspirações filosóficas, científicas e sociais que entraram com Charles Darwin nas expedições marítimas bancadas pelo império britânico. O trabalho é essencialmente de resgate histórico, apresentado em texto (cerca de 3.900 palavras, ou 24.400 caracteres contando os espaços, ou seja, *longform*), ilustrações e links para conteúdos diferenciados, como artigos acadêmicos em português e em inglês. Trechos originais do livro são destacados ao longo da reportagem. E como recurso fortalecido no *on-line* vale citar as seções “O que Darwin lia no Beagle”¹⁰, que traz *links* para conteúdos de bibliotecas virtuais.

Também na reportagem “Como foi 2018 em gráficos”, por tratar-se de uma espécie de retrospectiva, a memória é explorada. Os gráficos são resultado de um trabalho de jornalismo de dados, com uma evidente preocupação com a apresentação visual, mas sem recursos como interatividade ou personalização. Todas as imagens são estáticas e desta forma poderiam ser replicadas em um jornal impresso, por exemplo, desde que este tivesse o espaço necessário. Vale observar que o especial “247 livros”, o último do ano, é na verdade um compilado das diferentes matérias com indicações de livros da seção “Favoritos” do *Nexo*. Desta forma, trabalha diretamente características como hipertextualidade (por permitir que o público escolha a ordem em que deseja ver ou rever os conteúdos) e, principalmente, memória (por ser um resgate de um material já publicado ao longo do ano no site, mas agora reorganizado e agrupado em um mesmo especial).

e) Instantaneidade - Apresentada por Paul Bradshaw (2014) como o desafio de contar o que está ocorrendo no momento, surge como uma nova versão das transmissões ao vivo já consolidadas em emissoras de rádio e de televisão, o que reflete em novas formas de pensar a distribuição do conteúdo jornalístico na internet, impulsionadas também por novas ferramentas disponibilizadas por redes sociais, como o recurso de streaming do Facebook. Bradshaw (2014) lembra que o desafio é que “agora as notícias estão a ser produzidas sem as limitações do espaço físico que sustentava a organização das redações. A captação de notícias, a produção e distribuição podem, agora, ocorrer simultaneamente – e serem potencializadas” (BRADSHAW, 2014, p. 116).

Como aqui foram analisadas essencialmente as reportagens especiais, conteúdo não factual, a instantaneidade não aparece no sentido descrito acima. Contudo, o próprio Bradshaw (2014) defende que tal velocidade tão presente no *on-line* precisa ser complementada com “a profundidade que as pessoas estão dispostas a pagar (...). Não é como ter a escolha entre uma coisa e outra, mas sim a habilidade de escolher e combinar velocidade e profundidade no tempo correto com o objetivo certo” (BRADSHAW, 2014, p. 134). E essa profundidade está presente em todas reportagens analisadas, trazendo textos *longform* e recursos em diferentes mídias, como citado em exemplos anteriores.

f) Personalização - No webjornalismo, tem o sentido de reunir, classificar e filtrar o material disponível em resposta às novas necessidades das audiências. É apresentada por Mirko Lorenz (2014) em seis diferentes níveis. O primeiro é o da capacidade de resposta (a possibilidade das páginas se adaptarem a diferentes tamanhos de telas); o segundo é o da possibilidade de alteração do conteúdo com base na hora do dia, apoiado no tempo e nas necessidades do utilizador; o terceiro é o da interação significativa, que consiste em apresentar o conteúdo de novas formas, onde o utilizador pode, por exemplo, deixar comentários; o quarto é o da ajuda na decisão, com oferta de elementos que ajudam a embasar a audiência com informações para tomadas de decisões; o quinto é o do que o autor chama de calibração e algoritmos, entendendo este processo como pegar dados frescos quando estiverem disponíveis, sabendo que estes podem mudar a qualquer momento e recalibrar o modelo, com algoritmos de correção, pode ser frequentemente necessário. Ou seja, em uma informação de trânsito, a via que apresenta engarrafamentos pode mudar de uma hora para outra, e é preciso estar atento a esta mudança para prestar um serviço com real relevância. Por último, o sexto nível é o de ser adaptável para mudar, o que, para o autor, “significa que as aplicações do futuro devem ser baseadas em componentes com relações entre si e com a capacidade de reconfigurar, realinhar e reavaliar fatores que deveriam influenciar os fatores de mudança” (LORENZ, 2014, p. 151). No mesmo sentido que personalização ou ainda individualização, Carla Schwingel (2012) fala em customização do conteúdo, como a possibilidade de o usuário escolher o que deseja receber e como receber, com o material hierarquizado de acordo com seus interesses manifestados. “Customizar relaciona-se à escolha prévia, à opção de leitura e acesso, portanto, através deste parâmetro, o usuário pode alterar os critérios editoriais do produto” (SCHWINGEL, 2012, p. 57).

Do ponto de vista técnico, a personalização evidente nas reportagens do *Nexo* consiste na adaptação do site para as diferentes telas por meio de um design responsivo, o que consiste no primeiro dos níveis listados por Lorenz (2014). Mas não foram identificados exemplos explícitos dos demais graus de personalização. De forma menos objetiva, pode-se relativizar a personalização por meio do que o autor chama de ajuda na decisão, com matérias trazendo diferentes perspectivas sobre um determinado assunto, a exemplo da reportagem “Do que o Brasil precisa nos próximos quatro anos. E o que farei por isso”, publicada durante a campanha eleitoral em andamento no Brasil em outubro de 2018. O especial consiste em 21 entrevistas com pessoas de perfis distintos respondendo duas perguntas: 1) Do que o Brasil precisa nos próximos quatro anos? 2) E o que você vai fazer para isso, para além do voto? É de se esperar que tal diversidade de visões possa contribuir por uma maior empatia e reflexão com o tema por parte da audiência, o que reforça o papel da reportagem no que Lorenz (2014) chama de ajuda na decisão. Mas ainda assim, reconhece-se, trata-se de uma iniciativa bastante limitada diante do potencial da personalização no ambiente *on-line*.

g) Ubiquidade - Segundo John V. Pavlik (2014), no atual contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real, promovendo o chamado jornalismo produzido com a colaboração do cidadão e o jornalismo orientado por dados, ao mesmo tempo em que acarreta questões como o declínio da privacidade e sua substituição por uma sociedade da vigilância global. “Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global” (PAVLIK, 2014, p. 160).

A ideia de ubiquidade no jornalismo avança conforme aumenta também a presença dos dispositivos móveis e da internet de alta velocidade na rotina da sociedade de forma geral. Mas um jornalismo ubíquo (SALAVERRÍA; 2016; SILVEIRA; 2017) vai além do que se conhece como jornalismo móvel. Para Salaverría (2016), o jornalismo ubíquo é aquele que “está – ou melhor dizendo, estará - ao alcance das pessoas em todo momento e lugar, e que se adapta(rá) automaticamente a seus interesses e necessidades informativas” (SALAVERRÍA, 2016, p. 259, tradução livre).

Por isso, para o pesquisador, é mais do que o jornalismo móvel, que trata apenas de o usuário ter consigo um dispositivo a partir do qual possa consultar periodicamente a informação. Desta forma, o autor entende que o jornalismo móvel é (ou foi) uma prévia do jornalismo ubíquo.

A presença de tal característica em um jornal nativo digital como o *Nexo* é considerada apenas diante do fato de este pode ser lido por qualquer um, em qualquer local, em um aplicativo com acesso à internet. Lembrando que o conteúdo é limitado quando acessado de forma gratuita e ilimitado a partir da assinatura paga. Na internet, os especiais do *Nexo* transformam-se em produtos relativamente atemporais, abordando com profundidade temas que podem render leitura e, com isso, debates e reflexões, muito tempo depois de publicados. Mas no novo contexto de jornalismo ubíquo exemplos concretos ainda não fazem parte das reportagens analisadas. Porém vale registrar que no mercado de forma geral iniciativas começam a se destacar em grandes empresas, como aponta Silveira (2017), ao indicar o uso da geolocalização (identificação da localização geográfica do usuário e uso deste tipo de informação para oferecer conteúdo contextualizado), narrativas mais interativas, gamificação (incorporação de jogos na narrativa) e o uso da realidade aumentada e da realidade virtual, entre outros exemplos.

Considerações finais

A análise das reportagens da seção “Especial”, publicadas pelo *Nexo* ao longo de 2018, reforça a ideia de que ao unir características própria do gênero jornalístico (como profundidade, interpretação e contextualização) com aquelas potencializadas pela publicação *on-line* (com destaque para a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade), o produto informativo digital torna-se algo realmente diferenciado. Um produto que só no *on-line* encontra o espaço para existir de forma plena. Desta forma, entende-se que ao ser transportada para um dos formatos tradicionais (impresso, radiofônico ou televisivo), algo se perderia. Ou seja, temos no material analisado um produto que pode ser claramente enquadrado no gênero reportagem jornalística, independentemente da plataforma, uma vez que traz diversidade de fontes, informação aprofundada e contextualizada e estilo textual interpretativo. Mas ao trabalhar também pelo menos algumas das características próprias do webjornalismo, tais reportagens vão além do que poderia ser oferecido exclusivamente em um jornal impresso, uma emissora de rádio ou uma emissora de televisão. Em maior ou menor grau, os trabalhos do *Nexo* combinam características das diferentes plataformas em um trabalho que só tem a publicação viável, na forma como é construído, no ambiente *on-line*.

Para isso, contudo, é necessário reconhecer o uso das qualidades *on-line* com um verdadeiro propósito de contribuir para a narrativa e não apenas de entreter com uma espécie de pirotecnia gratuita. A hipertextualidade no digital garante uma importante autonomia para a audiência conduzir o consumo das informações na ordem e na velocidade desejadas, processo favorecido principalmente com menus intuitivos no início da reportagem. E ao permitir que o leitor se aprofunde ainda mais no tema indo além do que está publicado na reportagem, por meio de *links* para os canais mais distintos, transcende a ideia de profundidade presente no conceito de reportagem em um veículo tradicional.

A multimídia também é trabalhada com preocupações específicas, como o propósito de garantir uma real complementariedade informativa entre os conteúdos apresentados em diferentes formatos, sem redundância narrativa. Cada peça contribui com informações novas (sejam depoimentos em vídeos ou áudios, estatísticas em infográficos ou imagens em fotografias ou ilustrações) que aprofundam o conhecimento sobre o tema abordado. Nos casos em que todos os elementos citados estão presentes em uma mesma produção, entende-se que a versão *on-line* traz o melhor do impresso, do rádio e da televisão ao considerar o gênero específico da reportagem, marcado pela não factualidade. Na cobertura factual, cada plataforma

pode trazer praticamente o mesmo conteúdo, como em uma transmissão ao vivo, por exemplo. Mas na reportagem, só o *on-line* consegue combinar todos os recursos citados em uma única produção. E com a vantagem de poder ser acessado pelos diferentes aparatos tecnológicos, incluindo os dispositivos móveis.

A interatividade, a personalização e a ubiquidade ainda não aparecem em todo o seu potencial. Nem mesmo um recurso tão básico, como o espaço para publicação de comentários por parte da audiência, está presente. É de se esperar avanços em curto prazo nesse quesito, principalmente na promoção da interatividade, reconhecidamente uma das características mais marcantes do webjornalismo. Recurso já básico em diferentes empresas, a geolocalização, que impulsiona ao mesmo tempo a interatividade e a personalização, também não foi identificado. Considerando elementos mais avançados, como a gamificação e o uso da realidade virtual, o *Nexo* aparece ainda mais distante de grandes concorrentes.

A instantaneidade, como já dito, não se aplica ao conteúdo produzido pelo *Nexo* por este não se tratar de noticiário factual. E a memória, quando parte da narrativa, é explorada de forma semelhante às outras plataformas de publicação do conteúdo jornalístico, mas diante da liberdade de espaço do *on-line*, potencializa ainda mais o caráter de aprofundamento e contextualização do gênero reportagem. Outra vantagem é que no *on-line* o material publicado passa a ser ele próprio um arquivo de memória, podendo ser acessado a qualquer momento, o que é resultado de outra característica específica do webjornalismo: a ubiquidade. É justo reconhecer, no entanto, que esse potencial de transformar a reportagem em uma experiência *on-line* que só ocorre de forma plena no digital aparece de forma concreta em diferentes níveis nas reportagens analisadas. Sendo que duas delas, “Um país que mata” e “130 anos pós-abolição”, destacam-se consideravelmente em relação as demais, diante de uma maior diversidade de formatos integrados em produto multimídia.

Com dito, o conteúdo jornalístico analisado traz, sim, muito da essência do gênero reportagem, consolidado em outras plataformas. Para resgatar algumas dessas qualidades, vale lembrar Nilson Lage (2012), que afirma que tal gênero jornalístico compreende desde a complementação de uma notícia ao situar um fato em suas relações com outros fatos “até o ensaio capaz de revelar, a partir da prática histórica, conteúdos de interesse permanente” (LAGE, 2012, p. 107). Entre os diferentes estilos de reportagem, como a investigativa ou a que se aproxima mais do texto literário, merece destaque a interpretativa, em que “o conjunto de fatos é observado da perspectiva metodológica de dada ciência” (LAGE, 2012, p. 108), sendo que as interpretações mais frequentes são sociológicas e econômicas.

A reportagem “Um país que mata” pode ser enquadrada como um exemplo tradicional do gênero jornalístico ao mesmo tempo em que traz elementos de qualidades já citadas da web, como a hipertextualidade, a multimídia, a interatividade e a memória. A reportagem traz dados de 20 anos de homicídios e aborda explicações para o crime que é uma epidemia nacional. Logo após o título, como abertura da reportagem, é apresentado um infográfico animado com números de homicídios no país, trabalhado em um formato próprio da internet, com acionamento automático que conduz a uma sequência de três telas. Ao longo da reportagem, são publicados 12 infográficos, alguns subdivididos em outros infográficos, o que demonstra a valorização do recurso para ajudar na interpretação dos dados.

O texto também é muito valorizado, sendo esta a reportagem com maior quantidade entre todas as analisadas. São 8.900 palavras, ou 54.600 caracteres contando os espaços, em um exemplo clássico de longform. Além da própria narrativa da reportagem, são publicadas em texto seis entrevistas pingue-pongue. São utilizados links em diferentes momentos, conduzindo para outras matérias do próprio *Nexo* e também para reportagens sobre o tema publicadas em outros jornais. Neste especial não há presença de vídeos, mas as fotos ganham mais destaque do que nas demais. São publicadas cinco fotografias, todas em preto e branco e abertas de modo a ocupar a largura inteira da tela, seja esta o ecrã de um desktop, um tablet ou um *smartphone*.

Trata-se, enfim, mais um exemplo, entre os demais apresentados neste artigo, de que a reportagem, sendo trabalho nobre do jornalismo, independentemente da plataforma, “também ganha destaque no on-line como sinônimo de conteúdo aprofundado, contextualizado e inovador, principalmente no quesito formato” (LENZI, 2018, p. 276).

A pluralidade de fontes, outra característica da reportagem, também está presente, como na já citada matéria “Do que o Brasil precisa nos próximos quatro anos. E o que farei por isso”. Entre os 21 entrevistados, estão 14 mulheres e sete homens, de profissões distintas. Não são divulgadas as idades dos entrevistados, mas pelas fotos percebe-se uma variedade de faixas etárias. Mais uma vez, uma característica do gênero em si, a pluralidade da reportagem, é potencializada pelo espaço ilimitado do ambiente *on-line*.

Por fim, é importante lembrar o mérito da empresa jornalística que valoriza a prática da reportagem, independentemente da plataforma de publicação do trabalho final. Voltando a citar Lage, no universo do jornalismo diário “para que uma boa reportagem se realize, é necessário que a indústria tenha interesse em produzi-la – eventualmente por questão de sobrevivência na luta pela conquista de leitores ou de prestígio” (LAGE, 2012, p. 109). E isso, com base na análise das reportagens aqui apresentadas, o *Nexo* tem feito, valorizando, de forma plena, as características próprias do gênero jornalístico e, de forma gradativa, aquelas que surgem ou se transformam quando o conteúdo é pensado para a publicação *on-line*, contribuindo para o processo de reconfiguração da reportagem no ambiente da internet.

Referências

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: João CANAVILHAS (Org.). **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom, p. 33-54, 2013.

BERTOCCHI Daniela. **Dos dados aos formatos: a construção de narrativas no jornalismo digital**. Curitiba: Appris, 2016.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2014, p. 111-136.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**. Covilhã: LabCom, 2014, p. 3-24.

DEUZE, Mark; PRENGER, Mirjam (Org.) **Making media: production, practices and professions**. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2018.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2014.

ITO, Liliane de Lucena. **A (r)evolução da reportagem: estudo do ciclo da reportagem hipermídia, da produção às respostas sociais**. Aveiro: Ria Editorial, 2019.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 4. ed. Insular: Florianópolis, 2012.

LEÃO, Lucia. **O labirinto da hipermídia**. 2. ed. São Paulo: Iluminaras, 2001.

LENZI, Alexandre. **Inversão de papel: prioridade ao digital, um novo ciclo de inovação para jornais impressos**. Florianópolis: Insular, 2018.

LONGHI, Raquel; WINQUES, Kérley. O lugar do longform no jornalismo online: qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 10, n. 3, p. 110-127, outubro de 2015.

LORENZ, Mirko. Personalização. *In*: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**. Covilhã: LabCom, 2014, p. 137-158.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Salvador, 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia, 2003.

NOCI, Javier Díaz. **La escritura digital**. Zarautz: Universidad del País Vasco, 2001.

PALACIOS, Marcos. Memória. *In*: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**. Covilhã: LabCom, 2014, p. 89-110.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. Nova Iorque: Columbia Press, 2001.

PAVLIK, John V. Ubiquidade. *In*: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**. Covilhã: LabCom, 2014, p. 158-184.

ROST, Alejandro. Interatividade. *In*: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**. Covilhã: LabCom, 2014, p. 53-88.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade. *In*: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**. Covilhã: LabCom, 2014, p. 25-52.

SALAVERRÍA, Ramón. Los medios de comunicación que vienen. *In*: CHALEZQUER, Charo S.; GARCÍA AVILÉS, José A.; MARTÍNEZ-COSTA, María del P. (Coords.) **Innovación y desarrollo de los cibermedios en España**. Pamplona: EUNSA, 2016, p. 255-263.

SALAVERRÍA, Ramón; SÁDABA, Charo; BREINER, James G., & WARNER, Janine C. A brave new digital journalism in Latin America. *In*: TÚÑEZ-LÓPEZ, M., Martínez-Fernández, V. A., López-García, X., Rúas-Araujo, J., & Campos-Freire, F. (Eds.) **Communication: Innovation & Quality**. Berlim: Springer, p.229-247, 2019.

SALAVERRÍA, Ramón. Exploring digital native news media. **Media and communications**, Lisboa: Cogitatio Press, v. 8, n. 2, p.1-4, 2020.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SILVEIRA, Stefanie Carlan da. **Conteúdo jornalístico para smartphones**: o formato da narrativa sistêmica no jornalismo ubíquo. 2017. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, 2017.

WINQUES, Kérley. **Tem que ler até o fim?**: o consumo da grande reportagem multimídia pelas gerações X, Y e Z nas multiteelas. 2016. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.