

JORNALISMO NATIVO DIGITAL REGIONAL:

UM ESTUDO DO PIONEIRO CAMPO GRANDE NEWS

Regional digital native journalism: a study of the pioneer Campo Grande News

Periodismo nativo digital regional: un estudio del pionero Campo Grande News

Alexandre Lenzi

Doutor e mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professor de Jornalismo na Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul). Bolsista Capes de pós-doutorado em Comunicação na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

E-mail: lenzi.alexandre@gmail.com

Gerson Luiz Martins

Professor associado da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Coordenador do Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo (Ciberjor/UFMS), certificado pelo CNPq. Doutor em Jornalismo e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Membro do Grupo de Pesquisa LAICOM da Universidade Autônoma de Barcelona (UAB).

E-mail: gersonluizm@gmail.com

Resumo

O Campo Grande News foi lançado em 1999 e desde então existe exclusivamente no ambiente digital fazendo cobertura regional do estado de Mato Grosso do Sul. Ao estudá-lo neste artigo, parte-se de uma reflexão envolvendo os conceitos de jornalismo regional, jornalismo digital, ciberjornalismo e jornalismo nativo digital. Em seguida, é realizada análise do atual momento do veículo, por meio de pesquisa exploratória descritiva do site e de entrevistas com integrantes da equipe profissional.

Palavras-chave: Ciberjornalismo. Jornalismo digital. Jornalismo nativo digital. Jornalismo regional. Campo Grande News.

Abstract

The Campo Grande News was created in 1999 and since then exists exclusively in the digital environment publishing news of the state of Mato Grosso do Sul. Studying it in this article, we start with a reflection about the concepts of regional journalism, digital journalism, cyber journalism and native digital journalism. Then, an analysis of the current moment of the journal is performed through descriptive exploratory research of the site and interviews with members of the professional team.

Keywords: Cyber journalism. Digital journalism. Digital native journalism. Regional journalism. Campo Grande News.

Resumen

El sitio web de Campo Grande News fue creado en 1999 y desde entonces existe exclusivamente en el entorno digital haciendo cobertura regional del estado de Mato Grosso do Sul. Al estudiarlo en este artículo, comenzamos con una reflexión sobre los conceptos de periodismo regional, periodismo digital, ciberperiodismo y periodismo nativo digital. El momento actual del periódico se analiza mediante investigación exploratoria descriptiva del sitio y entrevistas con miembros del equipo profesional.

Palabras clave: Ciberperiodismo. Periodismo digital. Periodismo nativo digital. Periodismo regional. Campo Grande News.

Introdução

Os maiores jornais impressos começaram a experimentar versões on-line na década de 1990, em especial na segunda metade. No Brasil, o UOL foi um dos produtos jornalísticos pioneiros entre os nativos digitais, lançado em 28 de abril 1996, anunciado como o primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa. Pouco menos de três anos depois, em 4 de março de 1999, a capital de Mato Grosso do Sul era sede para o lançamento do site Campo Grande News, que até hoje existe exclusivamente na versão on-line. Com o detalhe de focar na informação local.

Este artigo lança um olhar atual para a rotina de produção e para os conteúdos deste pioneiro caso de jornalismo nativo digital regional. A pesquisa é dividida em três partes. A primeira, de fundamentação teórica, aborda os conceitos de jornalismo regional, jornalismo digital, ciberjornalismo e jornalismo nativo digital. A segunda traz os resultados de uma análise prática do atual momento do veículo sul-mato-grossense, realizada em setembro de 2019, por meio de pesquisa exploratória descritiva do site, em busca da identificação ou não de características do ciberjornalismo. Para tanto, são adotadas como base as sete características do webjornalismo, elencadas em obra organizada por João Canavilhas (2014). E, por fim, são apresentados depoimentos de integrantes da equipe de gestão do Campo Grande News, coletados em visita presencial à sede da redação, em Campo Grande, no dia 23 de setembro de 2019.

1. Regional e mais do que digital, nativo digital

É importante relembrar alguns conceitos que serão trabalhos na análise do Campo Grande News, três em especial que definem o site sul-mato-grossense: jornalismo regional, jornalismo digital e jornalismo nativo digital. Muitas vezes usadas como sinônimos, as expressões jornalismo

regional, jornalismo comunitário e jornalismo do interior apresentam peculiaridades que merecem reflexão. De forma resumida, o jornalismo regional é aquele com foco na cobertura de uma determinada área geográfica limitada, o que evidentemente marca o trabalho do Campo Grande News, pautado pelos fatos registrados em Mato Grosso do Sul, em especial na capital.

O jornalismo comunitário pressupõe um envolvimento mais ativo da própria comunidade no fazer jornalístico. Para José Marques de Melo (2014), uma imprensa só pode ser “considerada comunitária quando se estrutura e funciona como meio de comunicação autêntico de uma comunidade, sendo produzido pela e para esta comunidade” (MELO, 2004). No caso do Campo Grande News, há canais como a seção “Direto das ruas”, pela qual os próprios leitores podem enviar textos, fotos e vídeos. É uma ferramenta de estímulo ao jornalismo comunitário, mas entende-se que este não é o objetivo central do jornal. E, por fim, de forma semelhante ao jornalismo regional, o jornalismo do interior envolve principalmente uma questão de delimitação geográfica, mas com o diferencial de tradicionalmente estar demarcado fora da capital ou dos grandes centros urbanos, o que não é o caso do Campo Grande News.

Estudiosos do tema, Beatriz Dornelles (2004) e Mario Luiz Fernandes (2003) ressaltam a importância do enfoque no noticiário local como característica básica da imprensa regional. Dornelles (2004) defende que de nada serve os jornais interioranos repetirem o noticiário nacional já fartamente de conhecimento de todos por meio dos veículos tradicionais. Da mesma forma, Fernandes (2003) acredita que a notícia local é a missão dos

jornais de pequeno porte, entendendo a proximidade como o principal valor-notícia¹ deste nicho da imprensa.

Outro conceito que precisa ser abordado aqui é o de jornalismo digital. No meio acadêmico, Salaverría (2019) lembra que durante as últimas décadas o termo jornalismo on-line foi o mais usado, sendo, no entanto, substituído no cenário mais recente pelo conceito de jornalismo digital, hoje imperante. Há, ainda, outras vertentes, que preferem uma especificação maior, adotando termos como ciberjornalismo ou webjornalismo.

Mielniczuk (2003) defende que as terminologias não são excludentes, mas aponta especificações dos diferentes conceitos. Salaverría (2019) entende que jornalismo digital é um termo mais amplo, pois “designa todo aquele jornalismo que se pratica com tecnologias digitais” (SALAVERRÍA, 2019, p. 3, tradução livre), enquanto ciberjornalismo refere-se exclusivamente ao jornalismo praticado pelos meios no ciberespaço, ou seja, na rede. O caso do Campo Grande News, desta forma, enquadra-se nos dois conceitos: digital e ciber.

O conceito de ciberjornalismo é defendido por Carla Schwingel (2012), entre outros, entendido da mesma forma que aponta Salaverría (2019), como o jornalismo praticado na rede, na internet, no ciberespaço. Schwingel (2012) acrescenta que trata-se de uma modalidade jornalística fundamentada pela utilização de sistemas automatizados de produção de conteúdos que possibilitam a composição de narrativas hipertextuais, multimídias e interativas, apresentando ainda características como: a customização dos conteúdos/personalização, a memória, a atualização contínua, a flexibilização dos limites de tempo e espaço como fator de produção, o uso de ferramentas automatizadas. “Seu processo de produção contempla a atualização contínua, o armazenamento e recuperação de conteúdos e a liberdade narrativa com a flexibilização dos limites de tempo e

espaço, e com a possibilidade de incorporar o usuário nas etapas de produção” (SCHWINGEL, 2012, p. 37).

Ao também estudar especificamente o jornalismo produzido para a internet, João Canavilhas (2014) organiza trabalho que reúne pesquisadores destacando sete principais características na prática contemporânea do que chama de webjornalismo. São elas: hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade.

A hipertextualidade trata do conceito de hipertexto, recurso que 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, igualmente, 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).

As outras seis características são trabalhadas por diferentes autores dentro do livro organizado por Canavilhas (2014). Ao abordar a multimidialidade, Ramón Salaverría 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, ressaltando que estes devem estar devidamente coordenados para que o resultado seja harmonioso, mesmo sendo essa uma tarefa mais complicada do que parece. A interatividade é entendida por Alejandro Rost como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (interatividade seletiva) como em possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa). A memória é defendida por Marcos Palacios como um elemento de produção de contexto e adição de profundidade para o produto jornalístico. A instantaneidade é apresentada por Paul Bradshaw como o desafio de contar o que está ocorrendo

¹ Critérios de noticiabilidade de um fato que acompanham a rotina de produção jornalística. Ao selecionar o que vira notícia, os jornalistas dão preferência para aqueles acontecimentos que carregam uma dose extra destes critérios.

no momento. Em relação a personalização, Mirko Lorenz propõe diferentes níveis de aplicação no conteúdo jornalístico na web no sentido de reunir, classificar e filtrar o material disponível em resposta às novas necessidades das audiências. E a ubiquidade é abordada por John V. Pavlik, no atual contexto da mídia, no sentido de implicar que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real.

Levantados estes aspectos, uma última demarcação conceitual necessária é a de jornalismo nativo digital. O conceito de nativo digital tem aparecido em diferentes contextos, principalmente como referência aos jovens que nasceram cercados pelas tecnologias digitais (PRENSKY, 2001; GASSER e PALFREY, 2011). John Palfrey e Urs Gasser (2011) afirmam que nativos digitais são todos que nasceram depois de 1980, quando as tecnologias digitais chegaram on-line. Trata-se de uma geração que desde cedo tem acesso a tais inovações e, por isso, tem habilidades para usá-las. Enquanto os imigrantes digitais são aqueles que adotaram a internet e as tecnologias relacionadas, mas que nasceram antes do advento da era digital. Os nativos digitais, segundo os autores, “compartilham uma cultura global comum que não é rigidamente definida pela idade, mas por alguns atributos e experiências relacionadas a como eles interagem com as tecnologias da informação, com a própria informação, um com o outro e com outras pessoas e instituições” (GASSER e PALFREY, 2011, p. 324).

Fazendo a devida analogia ao trazer o conceito para o jornalismo, entende-se como nativos digitais os jornais que nasceram exclusivamente na internet, e não aqueles que migraram de uma outra plataforma para o ambiente on-line. Tal ressalva é importante porque sabe-se que durante as primeiras décadas de presença na internet, veículos jornalísticos faziam basicamente a transposição dos conteúdos do meio original para o digital; depois passaram a utilizar algum complemento multimídia, mas ainda tendo o impresso como principal referência; e apenas em um cenário mais recente começaram a oferecer materiais noticiosos originais desenvolvidos especificamente para a rede; em uma linha evolutiva já evidenciada por pesquisadores como John Pavlik (2001) e Luciana Mielniczuk (2003). Desta forma, enquanto o conceito de pessoas nativas digitais remete à 1980, a ideia de jornalismo nativo digital parece estar situada em uma linha temporal mais

próxima da segunda década dos anos 2000. O que evidencia o pioneirismo do Campo Grande News, fundado como nativo digital em 1999.

Neste contexto, o caso do Campo Grande News reflete a peculiaridade do mercado jornalístico sul-mato-grossense. Em trabalho com recorte regional, Fernanda França Fortuna (2017) resgata que jornais impressos no estado começaram a disponibilizar conteúdo na rede em 1997, embora de maneira transpositiva, e que em 1999 o Campo Grande News surge como o primeiro cibermeio de noticiário 100% on-line no estado. “Esse cibermeio se consolidou não só como o maior sítio de webnotícias de Mato Grosso do Sul, como um dos mais importantes do Centro-Oeste” (FONTANA, 2017, p. 170).

Ao olhar para todo o estado de Mato Grosso do Sul, a pesquisa de Fortuna (2017) revelou a existência de 328 portais noticiosos, após levantamento entre novembro de 2012 e março de 2014. E na análise da amostra, afirma que trata-se de uma região peculiar, onde os cibermeios se multiplicam rapidamente na mesma velocidade em que alguns deixam de existir. “Tanto na capital, Campo Grande, quanto no interior, Mato Grosso do Sul tem um ciberjornalismo ativo e volátil, o que fica constatado a partir do histórico dos cibermeios e da evolução do jornalismo local especializado em internet” (FORTUNA, 2017, p. 167). E acrescenta:

Outro ponto a ser observado é que, enquanto em vários estados brasileiros o ciberjornalismo se desenvolveu basicamente vinculado a outros veículos — jornais, emissoras de rádio e televisão —, em Mato Grosso do Sul o processo se deu de forma diferente: pouco tempo após o surgimento da internet no país, começaram a funcionar veículos exclusivamente on-line, sem vínculo com outras empresas jornalísticas (FORTUNA, 2017, p. 184-185).

Tais características do mercado sul-mato-grossense justificam a atenção de pesquisadores para o olhar regional, reconhecendo o Campo

Grande News, objeto deste estudo, como o representante máximo da realidade local contemporânea.

2. Análise exploratória descritiva do site Campo Grande News

As seções fixas do nativo digital Campo Grande News serão descritas e analisadas neste tópico por meio de pesquisa exploratória do site www.campograndenews.com.br, realizada em setembro de 2019, em versão para visualização em desktop. Com mais de 20 anos de história, o jornal já apresentou diferentes reformulações, sendo que a análise proposta será concentrada na versão então atual, permitindo um registro contemporâneo da publicação. São observados os diferentes formatos e recursos utilizados e busca-se um diálogo da análise exploratória com a definição teórica das características do jornalismo produzido para a internet, tendo como base o já citado livro organizado por Canavilhas (2014).

O acesso ao conteúdo do Campo Grande News é gratuito, ilimitado e livre de cadastros. Para comentar nas matérias, no entanto, é preciso preencher um cadastro on-line. A página principal intercala chamadas para as matérias, incluindo para conteúdos patrocinados, e anúncios publicitários. No topo, existe uma aba com os telefones de contato (convencional e celular para WhatsApp) e o serviço de busca, o que já evidencia a característica da memória, sendo que a audiência pode localizar matérias antigas no acervo do site. Há, ainda, links para as páginas oficiais da marca em redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp), para as matérias mais lidas e para as últimas notícias. No rodapé, estão disponíveis a seção de classificados e links para baixar os aplicativos do jornal nas versões iOS (AppStore) e Android (Google play).

O menu principal, disposto de forma horizontal, está dividido em “Capa”, “Editorias”, “Lado-B”, “Direto das Ruas”, “Conteúdo patrocinado”, “Colunistas”, “Educação e tecnologia”, “Fale conosco”, “Anuncie” e “Veículos”. Algumas destas seções, com conteúdos institucionais, têm link de

acesso publicado também no rodapé da página principal. De forma complementar, o rodapé traz links para o expediente, para cadastro para receber newsletter diária, para reportar erro e para a política de privacidade do jornal. Esta última seção, segundo publicado no próprio site, foi criada para reafirmar o compromisso do Campo Grande News com a segurança e a privacidade dos seus usuários de seus serviços on-line, de forma que dados e informações pessoais devidamente não sejam revelados a terceiros. “Em nenhuma circunstância vendemos, alugamos ou trocamos informações pessoais”, aponta a empresa, em texto publicado na seção.

Partimos então para a análise exploratória das seções presentes na aba principal, disponível não apenas na página inicial, mas em toda nova página aberta. Ou seja, a qualquer momento, a audiência, por meio dos links desta aba, pode voltar para a capa ou ir diretamente para outra seção escolhida, o que, de forma casada com os links publicados nas reportagens, evidencia a presença da característica da hipertextualidade no site. As seções serão aqui apresentadas repetindo a ordem em que aparecem na aba do site, sendo que algumas terão uma análise mais aprofundada por apresentarem subseções.

É o caso da seção “Editorias”, dividida em “Capital”, “Empregos”, “Interior”, “Política”, “Cidades”, “Reportagens especiais”, “Apuração eleições 2018”, “Concursos”, “Economia”, “Esporte”, “Meio ambiente”, “Educação e tecnologia”, “Artigos”, “Conteúdo patrocinado”, “Turismo” e “TV News”. Vale a observação de que as “Educação e tecnologia” (notícias temáticas) e “Conteúdo patrocinado” (textos sobre produtos e/ou serviços de anunciantes) aparecem como subseção da seção “Editorias”, mas também como seção da aba principal. Outra observação necessária é que, na ocasião da análise, as subseções “Apuração eleições 2018” e “Concursos” não estavam funcionando, apresentando links quebrados. A seção de conteúdos patrocinados foi objeto de estudo de Fraga (2016), que os define como formatos “com fins publicitários e características de construção jornalísticas, que, associado à imagem da marca, pretendem conquistar a simpatia dos leitores mais do que por meio de peças publicitárias tradicionais (FRAGA, 2016, p. 79).

Na subseção “Reportagens especiais” são publicados trabalhos combinando textos, fotos, links e, com menos frequência, vídeos. Não foi identificado o uso de infográficos. E o recurso de áudio surge apenas na opção de ouvir a leitura do texto da matéria por meio de ferramenta tecnológica disponível no site, para isso basta acionar um botão no início de cada página. Esse, no entanto, é um recurso que aparece também em matérias de outras seções e subseções do site.

Um fato que chama a atenção é a baixa frequência de publicações de reportagens especiais, com o agravante de que o número tem diminuído nos últimos anos. Em 2019, foi publicada uma reportagem no dia 4 de março, sobre o aniversário de 20 anos do Campo Grande News. Até 25 de setembro de 2019, esta era a única reportagem especial publicada no ano. Em 2018, ao longo de todo o ano, foram publicadas 14 reportagens na subseção, sendo nove integrando uma série de retrospectiva, publicadas na última semana de dezembro; uma sobre o aniversário de 19 anos do Campo Grande News e outras quatro de temas diversificados. E em 2017, foram 25 reportagens especiais, sendo 10 integrando uma série de retrospectiva, publicadas na última semana de dezembro; nove integrando uma série sobre o aniversário de 118 anos de Campo Grande, publicadas em 26 de agosto; duas sobre o aniversário de 18 anos do Campo Grande News; e quatro de outros temas, mas destas duas também associadas ao aniversário da cidade e duas traziam conteúdo de retrospectivas de programas musicais.

Embora rotuladas como reportagens especiais, são produções que trazem basicamente textos, fotos e links para outros conteúdos do próprio site. Desta forma, entende-se que não se enquadra no que tem sido definido como grande reportagem multimídia (LONGHI, 2014; LENZI, 2018), produções jornalísticas que têm permitido a exploração de diferentes recursos em uma mesma unidade informativa, buscando uma experiência de imersão narrativa por parte da audiência e exigido novas habilidades e competências dos seus produtores. O texto destas grandes reportagens multimídia tende a

ser caracterizado pelo formato *longform* (LONGHI e WINQUES, 2015), ou seja, longo e aprofundado.

É justo observar, porém, que exemplos mais tradicionais de reportagens especiais podem ser encontrados fora da editoria, como é o caso do trabalho *A rotina sobre-humana de quem apaga um “inferno em chamas” por R\$ 998*², publicada no sábado, 14 de setembro, com a cartola “Interior”. A produção reúne textos, links, fotos e vídeos, além do áudio no já citado recurso de leitura do texto por meio de inteligência artificial, para contar a rotina de profissionais que combatem incêndios florestais no estado de Mato Grosso do Sul. E também traz anúncios publicitários (em banners ao longo da página e em comerciais audiovisuais de 30 segundos cada, exibidos antes dos vídeos).

O texto da reportagem mescla trechos narrativos com outros descritivos, sem o tradicional formato declaratório com depoimentos entre aspas. Com 1.680 palavras (9,5 mil caracteres contando os espaços), percebe-se uma aproximação do formato que tem sido chamado de narrativa *longform*, característica de trabalhos mais aprofundados. Sete fotos são trabalhadas ao longo da matéria e 14 em uma galeria em formato *slideshow*. E dois vídeos integram o trabalho (um com um minuto e 53 segundos de duração, apresentando o percurso percorrido até os incêndios, e outro com um minuto e 49 segundos, mostrando o trabalho dos profissionais em um dos incêndios). Merece ser observado que a reportagem narra um dia de trabalho, no caso a sexta-feira, 13 de setembro, véspera da publicação, o que demonstra agilidade na produção.

Fechando a seção “Editorias” temos a subseção “TV News”, que traz a publicação de conteúdo em formato audiovisual, incluindo produções próprias da equipe do jornal e flagrantes registrados e enviados pela audiência. Na época de lançamento da “TV News”, em fevereiro de 2016, o jornal publicou notícia afirmando que “o projeto foi amadurecendo desde a criação do Campo Grande News e esperou a ampliação do acesso às tecnologias que facilitam a visualização de vídeos na internet para, finalmente,

² Publicada por Campo Grande News em 14 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://www.campograndenews.com.br/cidades/interior/a-rotina-sobre-humana-de-quem-apaga-um-inferno-em-chamas-por-rs-998>>. Visitado em setembro de 2019.

entrar em prática” (CAMPO GRANDE NEWS, 2016). Estudioso do audiovisual, o documentarista João Wainer (2016) lembra que iniciativas interessantes surgiram nos últimos anos, como a TV Folha e a Vice. Mas o autor explica que, com os cortes de gastos nas redações, essas iniciativas foram sucateadas e poucas sobreviveram, o que aponta como um grande erro das empresas. “Considerando que o vídeo cresce enquanto o papel minguava a cada ano, é para aquele formato que os poucos investimentos que sobraram das empresas deveriam ser direcionados. É uma questão de sobrevivência” (WAINER, 2016). O que reforça a importância da disposição do Campo Grande News em trabalhar o conteúdo audiovisual no noticiário local.

A seção seguinte, “Lado-B”, também é dividida em subseções: “Arquitetura”, “Comportamento”, “Sabor”, “Faz bem!”, “Guia gastronômico”, “Artes”, “Consumo”, “Diversão” e “Games”. São páginas abastecidas com matérias e reportagens temáticas publicadas diariamente, com exceção do “Guia gastronômico”, que traz uma relação de estabelecimentos comerciais classificados por categoria, com telefone e valor médio do prato. Merece destaque a subseção “Comportamento”, que traz temas diversos e histórias de pessoas da cidade, em alguns casos complementados com vídeo.

Na seção “Direto das ruas” temos um exemplo de interatividade comunicativa, que convida a audiência a participar diretamente da produção de conteúdos para o jornal digital. Segundo é explicado no próprio canal, o objetivo é promover o jornalismo colaborativo, voltado para os leitores dispostos a contribuir com textos, fotos, vídeos do YouTube relacionados a fatos verdadeiros. Para ter a sugestão publicada, deve-se preencher um cadastro e atender aos critérios previamente estabelecidos pela equipe do Campo Grande News. De acordo com as orientações do jornal, não são publicados textos contendo palavrões, ofensas, preconceitos de qualquer ordem ou incitação à violência; nem conteúdos de propaganda comercial, institucional ou política; nem acusações a terceiros ou textos opinativos. A equipe do Campo Grande News se reserva no direito de editar o conteúdo enviado.

A seção “Colunistas” traz links para as seis colunas fixas do jornal digital. “Jogo aberto” é publicada de segunda à sábado, com notas sobre temas diversos, em especial sobre política. A coluna não é assinada, mas cada edição traz créditos de diferentes integrantes da equipe da redação. “Ampla visão” é semanal, assinada, publicada às sextas-feiras, com notas principalmente sobre política. “De olho na TV” é publicada três vezes por semana (segundas, quartas e sextas-feiras), assinada, com notícias e comentários sobre o mercado e a programação de emissoras locais. “Finanças e investimentos” não apresenta ter periodicidade fixa, é assinada e traz comentários e dicas sobre economia. “Em Pauta” é diária, assinada e com comentários sobre temas diversos. Por fim, “Compartilhando justiça” é semanal, publicada sempre nas quartas-feiras, e assinada pela equipe de um escritório de advocacia. Com exceção da coluna “Compartilhando justiça”, as demais não trazem uma apresentação dos colunistas e nem mesmo um espaço para contato direto com cada coluna, como um e-mail, por exemplo.

Ainda complementando a aba principal do Campo Grande News, estão as seções “Fale conosco”, com contatos da equipe do jornal digital; “Anuncie”, com contatos específicos do setor comercial e link para os classificados; e “Veículos”, com matérias temáticas.

Desta forma, das sete características trabalhadas por Canavilhas (2014), pode-se afirmar que pelo menos cinco estão presentes na versão atual do site do Campo Grande News, mesmo que parcialmente. A hipertextualidade é identificada nos links publicados nas próprias reportagens e também na aba principal que permite a qualquer momento redirecionar a leitura para uma seção diferente. A multimidialidade está no uso de diferentes recursos (textos, fotos e vídeos, principalmente) nas reportagens, embora outros elementos tradicionais, como infográficos, ainda não sejam incorporados. A interatividade tem no seu exemplo mais claro a seção “Direto das ruas”, que permite o envio de sugestões de textos, fotos e vídeos, e produções realizadas neste contexto foram identificadas. O site também permite, por exemplo, comentários nas matérias (mediante cadastro) e compartilhamento nas redes sociais. A memória está presente por meio do mecanismo de busca que permite acesso ao acervo de matérias e também pelo uso de hiperlinks nas reportagens. E a ubiquidade é uma característica que

pode ser considerada presente diante do fato de o Campo Grande News ser um jornal nativo digital, ou seja, desde o nascimento, está disponível na internet, podendo ser acessado por qualquer um conectado à rede, em qualquer local e em qualquer horário. É importante reconhecer, no entanto, que a presença de tal característica cresce conforme avança a penetração dos dispositivos móveis na rotina da sociedade em geral e também no processo de produção por parte dos próprios jornalistas.

Em relação à instantaneidade, não foram identificadas transmissões ao vivo ou coberturas minuto a minuto dentro do site. Mas importante ressaltar que o olhar desta pesquisa volta-se ao site do Campo Grande News e não às redes sociais da marca, espaço que pode ser mais propício para a prática da cobertura em tempo real e que merece atenção em outros estudos. E conforme entrevista com os profissionais do jornal, abordadas no tópico a seguir, são realizadas periodicamente transmissões ao vivo via Facebook. Importante citar ainda que no site, por meio do monitoramento da seção “Últimas notícias”, identifica-se o fluxo contínuo de publicação de textos durante o dia e também na parte da noite, suspenso apenas na madrugada. São publicadas novas matérias no Campo Grande News das 6h às 24h, entre segundas e sextas-feiras, e das 7h às 22h, nos sábados e domingos, um fluxo que merece ser enaltecido.

E, por fim, ao analisar a personalização no Campo no Campo Grande News, a única manifestação identificada é a do design responsivo, que garante a adaptação do desenho das páginas aos diferentes formatos de telas (desktop, notebook, tablet ou smartphone). Em relação ao conteúdo, não foi percebida qualquer opção de personalização. Nem mesmo no aplicativo do grupo, considerando a versão 10.0.1, para iOS, baixada em setembro de 2019, para complementar a análise aqui proposta. Observação semelhante apresenta Elton Tamiozzo Oliveira (2016), em dissertação voltada ao estudo de aplicativos. Na época, segundo relata o pesquisador, o aplicativo apresentou problemas de travamento na realização do estudo e a análise foi realizada por meio do acesso ao site via navegador de smartphone. “O Campo Grande News não conta com qualquer forma de personalização ou customização de conteúdo. Não existe área de login, menu de configuração, não é possível

priorizar conteúdos, receber notificações, alterar cor, tamanho de letra, entre outros” (OLIVEIRA, 2016, p. 104).

A análise aqui apresentada permite um registro contemporâneo do site Campo Grande News em um momento de maturidade, após 20 anos de atividades como um jornal nativo digital. Embora perceba-se o domínio do fluxo de atividades e da linguagem digital, ainda são identificados pontos que podem ser aprimorados. E para tentar identificar o que está sendo feito neste sentido e também os próximos passos e projetos do veículo campo-grandense foi realizada pesquisa de campo, a ser detalhada no tópico seguinte.

3. Com a palavra, a equipe do Campo Grande News

O expediente publicado no site traz 38 nomes, sendo cinco da diretoria (diretor geral, diretor executivo, diretora de jornalismo e duas pessoas na chefia de redação), dois na área de produção audiovisual e *webmaster*, quatro no departamento fotográfico, um *social media*, três específicos na editoria Lado B, um na TV News, 16 na reportagem, dois estagiários e quatro na área comercial. No dia 23 de setembro de 2019, em visita à sede da redação do Campo Grande News, foram entrevistados pessoalmente pelo autor o diretor geral e sócio fundador Lucimar Couto, o diretor executivo Samuel Echeverria e a diretora de Jornalismo Ângela Kempfer. Desta forma, o recorte possível aqui é o da perspectiva dos gestores da redação, sem trazer a visão dos repórteres, um olhar reconhecido como pertinente e que poderá ser abordado em novos trabalhos.

Na rotina padrão, conforme os relatos dos entrevistados, metade da equipe trabalha pela manhã e metade na parte da tarde. Um repórter trabalha sozinho das 19h às 24h, sendo responsável pela atualização do site à noite. Os chefes de reportagem ajudam a definir apostas editoriais e a cuidar da logística nos deslocamentos dos repórteres. E o comando da redação fica sob responsabilidade de Ângela Kempfer, então há 12 anos na empresa.

Não há uma rotina de reuniões para definições de pautas ou planejamento de produção dos conteúdos. Segundo diretora Ângela

Kempfer, por ser uma equipe pequena e todos trabalharem muito próximo, o diálogo é constante e imediato e também conta com o reforço de aplicativos como o WhatsApp. Contudo, ela reclama de ainda não ter conseguido implantar um sistema que permita ter um acompanhamento e um gerenciamento de uma “visão geral” do que a redação está produzindo a cada momento. Diante deste quadro, reconhece que os repórteres trabalham com muita autonomia, na maioria das vezes publicando textos sem que estes tenham passado pela revisão de outro profissional da equipe. O que faz com que algumas matérias sejam atualizadas, editadas e/ou corrigidas depois de publicadas.

Os diretores informam que no passado até houve interesse em fazer uma versão impressa do jornal, mas que hoje a ideia é descartada e o foco segue exclusivamente no conteúdo digital. Sobre as linguagens e formatos atualmente utilizados, reconhecem que o infográfico não faz parte da rotina por falta de profissionais especializados na área, apontam interesse em dar início à produção de podcasts, a continuarem valorizando os vídeos e indicam que em 2020 o jornal deve passar por uma revisão do layout e o sistema de publicação deve ser atualizado, buscando meios para uma melhor exploração e integração dos conteúdos multimídia.

Em relação aos formatos, reconhecem que houve uma redução no número de reportagens especiais e apontam que as matérias da editoria “Labo B” têm sido o espaço mais promissor para a experimentação. Segundo Ângela Kempfer, é nesta seção que as três repórteres, que não batem cartão e têm horários mais flexíveis, exercitam mais a convergência de mídias e experimentam mais novas linguagens. De forma geral, no entanto, ela afirma que para garantir quantidade de novas publicações para movimentar o site, a prioridade é o conteúdo factual com textos mais curtos. A ideia é trabalhar conteúdos mais aprofundados em formato de vídeo, na TV News. A demanda por vídeos tem exigido mais trabalho da equipe nas ruas, inclusive para produção de transmissões ao vivo pelas redes sociais oficiais do Campo Grande News.

O site nunca cobrou assinaturas e, segundo os diretores, atualmente não existem planos de cobrança previstos. Qualquer mudança nesse sentido

passaria antes por estudos mais aprofundados. As fontes de renda são os anúncios e os conteúdos patrocinados (que não são feitos pela equipe da redação, quando algum repórter tem interesse em produzir material nesta seção, faz fora do expediente e é remunerado à parte pelo trabalho extra). Os três entrevistados também destacam que no atual contexto, com anúncios e conteúdos pagos, o Campo Grande News é um jornal on-line viável financeiramente. E apontam números crescentes de audiência, com 24,9 milhões de visualizações do site registradas em agosto de 2019.

O caráter regional da cobertura também é enaltecido nos depoimentos. O diretor e sócio fundador Lucimar Couto diz que esta é uma preocupação presente desde o início. E que foi preciso insistir ao fazer uma aposta de longo prazo, pois depois de cinco anos é que o site começou a ser viável do ponto de vista financeiro. E mesmo hoje, quando busca referências de inovações em outros sites, mantém a preocupação em adaptar as novidades para a realidade local. A diretora Ângela Kempfer endossa a fala, ao afirmar que o site é 100% Mato Grosso do Sul. Segundo ela, temas nacionais aparecem apenas quando têm impacto direto no estado e, ainda assim, com repercussões com fontes locais.

Considerações finais

Pelo pioneirismo, por conseguir construir uma história de 20 anos em um período em que muitos jornais fecharam as portas e por manter o caráter regional da cobertura, o Campo Grande News merece lugar de destaque na imprensa sul-mato-grossense. E do ponto de vista técnico, a análise aqui apresentada confirma a presença, em diferentes níveis de intensidade, de características que fazem do jornal um produto digital autêntico, sem amarras a processos e rotinas que se justificam principalmente no trabalho jornalístico voltado para outras plataformas. O olhar para a linha editorial, do ponto de vista político e/ou comercial, não foi apresentado aqui e pode e merece ser trabalhado em novos estudos.

Em relação aos novos formatos próprios do ciberjornalismo, a rotina de produção digital apontada pelos gestores demonstra uma disposição para a

experimentação, mas que esbarra no tamanho da equipe. Enquanto é possível identificar reportagens multimídiais, um fluxo contínuo de publicação de notícias, a valorização do conteúdo audiovisual e o incentivo à interatividade, outros recursos tão consolidados na rede, como os áudios e os infográficos, ainda não são trabalhados na perspectiva da cobertura jornalística. Os procedimentos diários de produção também merecem um acompanhamento mais detalhado. A mencionada autonomia dos repórteres para publicar textos sem uma revisão editorial é um ponto que, embora favoreça a agilidade necessária ao meio, pode refletir na qualidade do produto final, por exemplo.

Reconhecendo qualidades e pontos a serem aprimorados no Campo Grande News, a comparação dos dados aqui obtidos com outros produtos nativos digitais de diferentes estados é um caminho a ser seguido em busca de contribuições mais abrangentes para pensar o presente e o futuro do jornalismo produzido para a internet.

Referências

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

DORNELLES, Beatriz. Jornalismo “comunitário” em cidades do interior. Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 2004.

FERNANDES, Mario Luiz. A força do jornal do interior. Editora Univali: Itajaí, 2003.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital. 4ª edição. São Paulo: Contexto, 2014.

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.

FORTUNA, Fernanda França. Trajetória do ciberjornalismo em Mato Grosso do Sul. In: MARTINS, Gerson Luiz; REINO, Lucas S. Arraes; BUENO, Thaísa (Org.). Performance em ciberjornalismo: tecnologia, inovação e eficiência. Campo Grande: UFMS, 2017, p. 167-185.

FRAGA, Bruno Navarros. Hibridização da informação e conflitos de campo no ciberespaço: análise a partir de informes publicitários do site Campo Grande News. Campo Grande, 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2016.

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

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

LONGHI, Raquel Ritter. O turning point da grande reportagem multimídia. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 897-917, setembro-dezembro de 2014.

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

MELO, José Marques de. Os jornais do interior estão mais receptivos às demandas comunitárias. Portal Imprensa. São Paulo, 8 de dezembro de 2014. Disponível em: <http://www.portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/3577/jose+marques+de+melo+os+jornais+do+interior+estao+mais+receptivos+as+demandas+comunitarias>. Visitado em julho de 2019.

OLIVEIRA, Elton Tamiozzo. Ciberjornalismo e mobilidade: análise da experiência do usuário de smartphone em aplicativos de notícias de referência sul-mato-grossenses e nacionais. Campo Grande, 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação). UFMS, 2016.

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

PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. On the horizon, Reino Unido: Emerald Publishing, v. 9, n. 5, 2001. Disponível em: <<https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20PartI.pdf>>. Visitado em julho de 2019.

SALAVERRÍA, Ramón. Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, Barcelona, Espanha: v. 28, n. I, e280101, 2019, p.1-27.

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

TV News entrar no ar com assuntos de maior repercussão na semana, publicado por Campo Grande News em 26 de fevereiro de 2016. Campo Grande, MS. Disponível em: <<https://www.campograndenews.com.br/tecnologia/tv-news-entra-no-ar-com-assuntos-de-maior-repercussao-na-semana>>. Visitado em setembro de 2019.

WAINER, João. Futuro do jornalismo em vídeo tem potencial para transformar a fotografia, publicado por Farol Jornalismo e Abraji em 5/12/2016. Disponível em: <<https://jornalismonobrasil2017.com/futuro-do-jornalismo-em-v%C3%ADdeo-tem-potencial-para-transformar-a-fotografia-39e1a768d750>>. Acessado em maio de 2019.

Referências das últimas cinco publicações do autor:

Autor(a). A grande reportagem multimídia como expressão plena do jornalismo on-line: dos sucessos pioneiros aos produtos nativos digitais. In: HENRIQUES, Fernanda; CALVO, Pablo; ITO, Liliane de Lucena; LONGHI, Raquel; OGANDO, Luis Antonio; e MARTINEZ, Marcelo (Orgs.). Gênero, notícia e transformação social. Aveiro, Portugal: Ria Editorial, 2019, p. 279-299.

SANTOS, Ébida; Autor(a); MEDEIROS, Benedito; GHINEA, Gheorghita. Redações jornalísticas em contexto de convergência: um estudo comparativo exploratório no Brasil, na Costa Rica e na Inglaterra. *Revista Comunicação & Inovação* (Universidade Municipal de São Caetano do Sul), São Caetano do Sul, v. 20, n. 43, p. 102-124, maio-agosto de 2019.

Autor(a). (Org.). Histórias de quem faz notícia: empreendedorismo em comunicação no sul catarinense. Palhoça: Editora Unisul, 2019, 45 páginas.

Autor(a). Inversão de papel: prioridade ao digital, um novo ciclo de inovação para jornais impressos. Florianópolis: Editora Insular, 2018.

Autor(a); LONGHI, Raquel Ritter. Práticas ciberjornalísticas em Realidade Virtual: inovação e impacto nos processos de produção. Revista Famecos (PUC-RS), Porto Alegre, v. 24, n. 3, setembro a dezembro de 2017.

Co-autor(a); SANTOS, A. E. W. . WhatsApp: mensageiro instantâneo móvel utilizado na rotina de produção em cibermeios jornalísticos em Mato Grosso do Sul. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina; e GIACOMELLI, Fabio (Orgs.). Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis. Covilhã: Labcom, 2019, p. 305-322.

Co-autor(a); REINO, Lucas Santiago Arraes; BUENO, Thaísa (Org.). Performance em ciberjornalismo: tecnologia, inovação e eficiência. Campo Grande: UFMS, 2017.

Co-autor(a). Formação de profissionais e pesquisadores em ciberjornalismo. In: Co-autor(a); REINO, Lucas Santiago Arraes; BUENO, Thaísa (Org.). Performance em ciberjornalismo: tecnologia, inovação e eficiência. Campo Grande: UFMS, 2017.

Co-autor(a). Em defesa da comunicação pública. In: RAMOS, Murilo César; GERALDES, Elen Cristina; SILVA, Juliano Domingues da; SOUSA, Janara; NEGRINI, Vanessa Negrini. (Orgs.). Em defesa da comunicação pública. Brasília: UnB, 2016, p. 60-69.

Co-autor(a); TAMIOZZO, E. . A informação jornalística na ponta dos dedos: o ciberjornalismo e a leitura touchscreen. In: CANAVILHAS, João; e SATUF, Ivan. (Orgs.). Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo. Covilhã: Labcom, 2015, p. 423-441.