

## Nexo Jornal: Um Novo Modelo de Negócio no Jornalismo<sup>1</sup>

Adélia FARIAS<sup>2</sup>

Alice SOUSA<sup>3</sup>

Rafael RODRIGUES<sup>4</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### RESUMO

Este trabalho tem como objetivo se debruçar sobre o jornal digital Nexo como exemplo de um novo modelo de negócio no jornalismo. O relatório de pesquisa sobre jornalismo pós-industrial produzido por C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky provou dois pontos sobre a atual crise das instituições norte-americanas de jornalismo: “não há como preservar ou restaurar o formato do jornalismo que tem sido praticado nos últimos 50 anos” e que é necessário que nós encontremos uma nova saída para o exercício de um jornalismo que não descambe para a venalidade e a pura defesa de interesses pessoais. Através de análise de conteúdo, buscaremos explicar o funcionamento do jornal e como ele se difere dos demais através do seu modelo de negócio jornalístico.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; jornalismo digital; inovação; modelo de negócio.

Este trabalho tem como objetivo analisar o jornal digital Nexo<sup>5</sup> como exemplo de um novo modelo de negócio no jornalismo. O relatório de pesquisa sobre jornalismo pós-industrial produzido por C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky provou dois pontos sobre a atual crise das instituições norte-americanas de jornalismo: “não há como preservar ou restaurar o formato do jornalismo que tem sido praticado nos últimos 50 anos” e que é necessário que nós encontremos uma nova saída para o exercício de um

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo do I.C.A.-UFC, email: [liamariefarias@gmail.com](mailto:liamariefarias@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo do I.C.A.-UFC, email: [alicesousa205@gmail.com](mailto:alicesousa205@gmail.com).

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: [rafaelrg@gmail.com](mailto:rafaelrg@gmail.com).

<sup>5</sup> Na semana em que este ensaio estava sendo produzido, o Nexo ganhou medalha de bronze no Malofiej, o prêmio reconhece os melhores trabalhos de infografia no mundo e o nexo ganhou na categoria portfólio.

jornalismo que não descambe para a venalidade e a pura defesa de interesses pessoais. Através de análise de conteúdo, buscaremos explicar o funcionamento do jornal e como ele se difere dos demais através do seu modelo de negócio jornalístico.

O Nexo surge em novembro de 2015 com a proposta de fazer um jornalismo claro, plural e independente com explicações precisas e interpretações equilibradas, como eles se apresentam no próprio site na aba “sobre o Nexo”.

O jornal surgiu em um cenário de crise financeira no país, em uma época onde a polarização e as *fake news* faziam (e fazem) a população desacreditar nos meios de comunicação tradicionais, perdendo sua credibilidade. A busca por novas maneiras de fazer jornalismo é incessante e os modelos de negócio que podem sustentar esse “novo jornalismo” não param surgir.

A partir de uma análise imersiva do conteúdo do site sob uma visão tecnicista, traçamos um paralelo com as características pontuadas por Lucy Kung como características inovadoras comuns percebidas em organizações digitais a fim de descrever até que ponto podemos classificar o modelo do Nexo como organização digital pontuando sua inserção como novo modelo de negócio a partir da leitura de dois ensaios publicados nas edições 5 e 6, respectivamente, da revista de jornalismo ESPM.

Lucy KUNG, em seu livro *Innovators in Digital News* (2015), identifica cinco “características inovadoras comuns percebidas em organizações digitais” (apud SOUZA, SILVEIRA, 2017, p. 1):

1. O propósito singular;
2. O foco estratégico;
3. A cultural pró-digital;
4. A interação entre jornalismo e tecnologia;
5. O pioneirismo.

A seguir, iremos expor algumas características do jornal Nexo que se encaixam nessas premissas listadas por KUNG, demonstrando como ele se destaca dos demais jornais e o que ele oferece de inovador para seu leitor.

Segundo ANDERSON, BELL e SHIRKY, um dos motivos pelos quais algumas empresas jornalísticas inovadoras não conseguem a estabilidade necessária para exporem suas ideias é que “[...] o modelo de negócios nas últimas décadas criou uma monocultura jornalística na qual o subsídio publicitário era a principal fonte de receita até para organizações que também obtinham receita diretamente de seus usuários.” (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p. 87).

A assinatura é a única fonte de receita do Nexo Jornal, por meio do *paywall poroso*<sup>6</sup>. O jornal eletrônico não faz e nem nunca fez uso de publicidade de empresas privadas ou do poder público, desde o seu lançamento. Lá, a publicidade não apenas deixa de ser a principal fonte de renda do jornal, como está totalmente ausente da plataforma.

Lançado em novembro de 2015, o Nexo Jornal era de acesso integral gratuito. Apenas em setembro de 2016, passou a ser cobrada uma assinatura de 12 reais mensais ou 120 reais anuais para que o leitor tenha acesso integral ao conteúdo da plataforma. Não assinantes podem acessar livremente apenas as seções Vídeo, Externo e *Podcast* e cinco publicações abertas por mês. Além disso, o leitor não assinante também tem acesso integral ao conteúdo repassado no newsletter da plataforma, a *a\_nexo*.

Isso mostra o propósito singular do modelo de negócio do Nexo, pois, ao abrir mão do uso de publicidade em suas redes, e optar apenas por receita direta ela se aproxima do jornalismo ‘mais imparcial possível’, ao passo, que, o jornalismo independente produz o chamado jornalismo de qualidade. Segundo Conrado Corsalette, ex-editor de política do Estadão e um dos diretores do Nexo, o objetivo do jornal é dar, como

---

<sup>6</sup> O paywall é a cobrança de assinaturas para ter acesso ao conteúdo. Esse serviço é muito utilizado em sites de notícia. No caso do nexo, o paywall poroso se mostra pela liberação gratuita de um determinado número de acessos sem ser necessário efetuar a assinatura.

subsídio para os leitores, informação de qualidade para que as pessoas possam concluir por si mesmas sobre cada tema.

KÜNG (2015) indica que, para as organizações digitais, o conteúdo é uma entidade fluida, que pode tomar qualquer forma de acordo com a maneira que melhor convém à mensagem ou à maneira como as pessoas mais se interessarem por ler (SOUZA, SILVEIRA, 2017, p. 4).

Usando recursos como um jornalismo de dados consistente, infográficos e gamificação, o nexo constrói seu espaço na cultura pró-digital (cf. Fig. 1).



Figura 1: Exemplo de estratégia de gamificação utilizada semanalmente pelo Nexo

Caio Túlio Costa em seu relatório intitulado Um modelo de negócio para o jornalismo digital: Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado (2014), faz a seguinte pergunta a respeito dos desafios do jornalismo digital: “Como uma publicação pode vencer sem fazer apenas a transposição do modelo tradicional para o mundo digital?”.

Para o jornal Nexo, que sobrevive apenas de assinaturas e é exclusivamente digital, a estratégia é a inovação na abordagem e contextualização das publicações. A forma como o conteúdo é exposto na plataforma vai completamente de encontro com a forma usada pelos jornais tradicionais, e os métodos utilizados para conseguir o

interesse e atenção do leitor muitas vezes são completamente inviáveis em jornais impressos. Geralmente as publicações feitas na plataforma carregam no título as típicas perguntas que devem ser respondidas num lead jornalístico: o que, quem, quando, como e por quê. Isso demonstra a forma concisa e precisa como a notícia é abordada pelo Nexo. Também demonstra a preocupação com a difusão de debates através das pautas escolhidas pelo jornal e da forma como elas são abordadas, dando todas as informações necessárias para o leitor situar-se caso encontre-se numa discussão a respeito daquele determinado assunto.

A divisão de conteúdo da plataforma se dá por um menu lateral, composto das seguintes guias: expresso, explicado, gráfico, vídeo, interativo, entrevista, serviço, ensaio, podcast, estante, especial, externo, acadêmico, profissões, léxico e colunistas. As principais seções e as que mais sintetizam como o conteúdo do Nexo consegue se diferenciar e se sobrepôr ao conteúdo do jornal tradicional são:

A seção *expresso*, onde toda publicação tem o objetivo de explicar de forma direta algum assunto que está sendo muito comentado atualmente, respondendo as principais perguntas que são feitas a respeito desse assunto.

A guia *explicado* traz um resumo os assuntos mais complexos que são notícia atualmente, trazendo desde a sua origem histórica até os motivos da atual abordagem do assunto. São citados, por exemplo, a operação Lava-Jato, alimentos transgênicos e pílulas anticoncepcionais.

A guia *gráfico*, que foca no jornalismo de dados, expondo-os através de gráficos coloridos e modernos, a forma mais simplificada e interativa de fazer com que o leitor se interesse pelo clique e seja devidamente informado. Assuntos como a situação da água no mundo, poluição do ar e idade e gênero predominante nas profissões são exemplos dos mais recentes gráficos publicados na guia.

Na guia *vídeo* é possível encontrar desde entrevistas com especialistas em assuntos como política, culinária e música, até vídeos que explicam assuntos de difícil

compreensão de forma didática e precisa através de ilustrações e animações originais. Semanalmente é publicado um vídeo com o título “extratos da semana em três minutos”, que resume os principais acontecimentos noticiados na plataforma durante a semana.

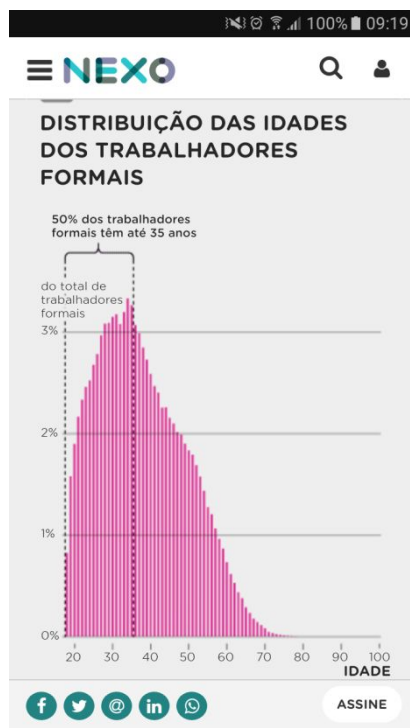


Figura 2: guia *interativo*

A guia *interativo* (cf. Fig. 2) traz nos seus títulos a frase: “você entendeu a semana?”. Nela, o jornal Nexo disponibiliza matérias em formato de *quizzes*, palavras cruzadas e calculadoras aos seus leitores a respeito dos principais acontecimentos semanais publicados na plataforma, permitindo que o usuário absorva o conteúdo e a informação que a plataforma quer passar através de uma experiência que vai além da simples leitura.

O jornal Nexo também possui um *podcast* chamado *politiquês*, onde aborda política das mais diferentes formas, que inclui a forma jornalística tradicional de entrevista e síntese que respondem às principais perguntas sobre assuntos específicos, porém também formas diferenciadas de abordagem, como indicações de livros e

músicas que resumem a atual situação política do país. Saindo da política, o jornal também produz programas no podcast sobre assuntos como literatura, música, história brasileira e cultura em geral.

A guia *profissões* conversa com profissionais de diferentes áreas do mercado de trabalho, que explicam como é a rotina da profissão e como decidiram seguir aquela profissão. Essa seção dialoga diretamente com o leitor jovem, que está numa parte confusa da vida onde precisa decidir o que fazer profissionalmente.

O exemplo do Nexo Jornal, trabalhado neste ensaio, faz contrapontos e convergências com a análise da reinvenção do jornalismo trabalhado no ensaio *Jornalismo pós-industrial* (2013), onde é afirmado que:

Nessa reestruturação, todo aspecto organizacional da produção de notícias deverá ser repensado. Será preciso ter mais aberturas a parcerias, um maior aproveitamento de dados de caráter público; um maior recurso à indivíduos, multidões e máquinas para a produção de informação em estado bruto e até um uso maior de máquinas para produzir parte do produto final. (ANDERSON, BELL E SHIRKY, 2013, p. 38).

O modelo de negócio do Nexo conversa com essa análise ao passo que o aspecto organizacional da redação é plural, porém enxuto, pois a redação conta com apenas 30 profissionais de áreas entre o jornalismo e estratégia, contando com os seus três fundadores. A receita, direta, contrariando a abertura as parcerias. Por outro lado, o aproveitamento maior de dados, e um maior recurso a indivíduos são marcas das produções do Nexo.

Utilizando as ideias de Lucy KUNG e traçando um paralelo com o modelo de negócio do jornal digital trabalhado, tendo como base os ensaios da Revista de Jornalismo ESPM, é possível concluir que o jornal Nexo faz uso de um método inovador para conseguir se situar no mercado, de acordo com as características dadas por KUNG. É possível concluir desta análise que o Nexo supre e inova algumas das características de Kung, ocupando um lugar no meio digital e mostrando um produto

com um conteúdo promissor, mas ainda sem a certeza de que será economicamente auto sustentável.

## REFERÊNCIAS

ANDERSON, C., BELL, E., SHIRKY, C. Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. In: **Revista de Jornalismo ESPM**, n. 5, 2013.

COSTA, C. Um modelo de negócio para o jornalismo digital: como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. In: **Revista de Jornalismo ESPM**, n. 6, 2014.

SOUZA, P., SILVEIRA, L. Experiências de Inovação no Jornalismo Digital: um estudo de caso do Jornal Nexo. In: **Revista Parágrafo**, n. 2, 2017. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/504/524>>. Acesso em: 24 de março de 2018.

SPAGNUOLO, SÉRGIO. O Nexo pode realmente dar certo - se as pessoas pagarem pra ver. In: Medium, 2016. Disponível em: <<https://medium.com/farol-jornalismo/pode-o-modelo-de-negocios-do-nexo-realmente-dar-certo-3c1bf2e05911>> Acesso em: 24 de março de 2018