

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

MARINA GAMA COSTA

UOL TAB: A INOVAÇÃO NA REPORTAGEM MULTIMÍDIA?
Análise das características e elementos das narrativas jornalísticas na web

IMPERATRIZ
2021

MARINA GAMA COSTA

UOL TAB: A INOVAÇÃO NA REPORTAGEM MULTIMÍDIA?
Análise das características e elementos das narrativas jornalísticas na web

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão como requisito para obtenção do título de Mestra em Comunicação.

Orientação: Prof^a Dra. Izani Pibernat Mustafá

IMPERATRIZ
2021

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a). Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Costa, Marina Gama.

UOL TAB: A INOVAÇÃO NA REPORTAGEM MULTIMÍDIA? : Análise das características e elementos das narrativas jornalísticas na web / Marina Gama Costa. - 2021. 136 f.

Orientador(a): Izani Pibernat Mustafá.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação/ccsst, Universidade Federal do Maranhão, UFMA Campus Imperatriz, 2021.

1. Jornalismo multimídia. 2. Narrativas jornalísticas aprofundadas. 3. UOL TAB. I. Mustafá, Izani Pibernat. II. Título.

ATA DE DEFESA PÚBLICA DE DISSERTAÇÃO

Ao vigésimo primeiro dia do mês de junho de dois mil e vinte e um às 9 horas, em sessão pública (online) na Universidade Federal do Maranhão, Campus Imperatriz, reuniu-se a Comissão Examinadora designada na forma regimental pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, para julgar a dissertação, orientada pela professora doutora **Izani Mustafá**, apresentada pela discente **Marina Gama Costa** sob o título: “UOL TAB: A INOVAÇÃO NA REPORTAGEM MULTIMÍDIA? Análise das características e elementos das narrativas jornalísticas na web” como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre(a) em Comunicação. Aberta a sessão pública, a candidata teve a oportunidade de expor o trabalho. Em seguida, o candidato foi arguido oralmente pelos membros da Banca, que, após a deliberação, decidiu pela:

X Aprovação.

o Reprovação.

Nos termos do Regimento Geral do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu desta Universidade, foi lavrada a presente ata, lida e julgada, conforme vai assinada pelos membros da Banca Examinadora.

Banca Examinadora:

Prof. Dra. **Izani Mustafá** (Presidente da Banca – Orientador(a))
Universidade Federal do Maranhão – PPGCOM/UFMA

Prof. Dr. **Alexandre Zarate Maciel** (Membro externo)
Universidade Federal do Maranhão, do curso de Jornalismo, campus Imperatriz.

Prof. Dr. **Lucas Reino** (Membro interno)
Universidade Federal do Maranhão – PPGCOM/UFMA

Dedico aos que confiam na pesquisa. Aos que acreditam na
educação. À quem ainda tem fé, apesar dos pesares.

AGRADECIMENTOS

A ideia de entrar para o mestrado surgiu de repente. Durante toda a graduação eu me questioneei o que eu iria fazer quando acabasse. Sempre ansiosa e com medo de não saber que rumo tomar. Conhecer e ter contato com a pesquisa foi a chave que eu precisava para abrir minha mente para outras possibilidades. E aqui eu estou, chegando ao fim de mais uma fase tão importante para mim. A ideia de entrar para o mestrado surgiu de repente. Eu não fazia ideia, em abril de 2019 quando eu fiz minhas malas e me mudei de São Luís para Imperatriz, do quanto eu ia aprender sobre o mundo, sobre a vida e sobre mim mesma. E eu não teria chegado à metade do caminho sem ajuda. Aqui vai o meu muito obrigada.

Eu não poderia começar esses agradecimentos por outra pessoa. À minha mãe, Ana Lúcia, que me segurou mesmo de longe. Que não me deixou faltar nada, nem me deixou desistir quando as coisas apertaram. Por todas as ligações e mensagens durante o dia para saber se eu estava bem e me contar como estavam as coisas. Para me abraçar mesmo à distância. Fico feliz ao ver o orgulho de mim e te ver, mesmo sem saber direito o que eu estou fazendo, encher o peito e dizer "Minha filha é mestranda na UFMA lá de Imperatriz". Agora tua filha é mestra, mãe. Te amo mais do que eu sou capaz de dizer.

À melhor parceira que eu poderia ter encontrado nesse caminho, Sammyla Maciel. Amiga, você não sabe o quanto eu te admiro e amo. Muito obrigada por ter ficado do meu lado e ser luz quando eu precisei. Obrigada pela companhia, pelas taças de vinho, por cantar e fazer barulho em casa, e não fazer eu me sentir sozinha quando eu me fechei. Obrigada por pensar em mim quando você decidiu entrar nessa loucura que foi estar no mestrado. Uma loucura que só foi melhor porque tínhamos uma à outra. Muito obrigada por ter me dito que eu precisava de ajuda quando eu não soube pedir. E por não ter soltado minha mão. Obrigada por ser a melhor parceira que eu poderia ter encontrado nesse caminho.

Estendo também à família que eu ganhei. À tia Irenilde, que cuidou de mim como uma mãe cuida de uma filha. Obrigada por sempre se preocupar. E à Suze, que igualmente teve cuidado comigo desde o primeiro momento, antes mesmo de sabermos que tínhamos passado. Muito obrigada.

À minha ilustríssima Poliana Sales, primeira orientadora e pessoa que pegou na minha mão, me ajudando a dar os primeiros passos na pesquisa. Que me incentivou e incentivava até hoje, que confia em mim. É uma honra ser pra sempre tua orientanda e aluna

e protegida e amiga. Tua existência na minha vida é um presente. Se eu for 1% do que você é, então eu serei brilhante. Amo você, bb.

Ao best Elthon Aragão, que não deixa a gente desistir, apesar dos pesares. Eu voto em ter um feriado em tua homenagem. Figurinha você é show.

À minha querida orientadora Izani Mustafá, que me acolheu mesmo com minhas ideias de projeto malucas. Com você aprendi a amar ainda mais o meio acadêmico. Tua leveza e carinho tornaram as coisas mais fáceis em cada reunião e cada correção feita. Obrigada por ter confiado em mim e no meu potencial. Espero um dia ter a honra de ser sua colega de trabalho pelas Universidades da vida.

Aos meus colegas e aos professores da UFMA/Imperatriz e do PPGCOM. Vocês foram essenciais para o meu crescimento, não só na pesquisa, mas pessoal. Agradeço especialmente ao professor Lucas Reino, que desde o primeiro momento se mostrou preocupado e solícito com a nossa mudança de cidade, sempre disposto a ajudar se a gente precisasse. E à querida Thaynara Leite, que nos acolheu na sua casa quando estávamos no processo de seleção. Muito obrigada.

Não poderia deixar de agradecer aos meus amigos queridos. À minha patota amada, obrigada por acreditarem em mim mais do que eu mesma sou capaz. Aos meus queridos Eds, Jullyana e Yan, obrigada por serem sempre e sempre "aquela ami que enfim zade já bateu". À InThaCaJu, minhas meninas, que vibram a cada conquista, assim como eu sempre irei vibrar pelas delas.

À minha Tequinha, minha avó amada. Minha prima Isadora e minha tia Cláudia. Minha gratidão a vocês é pela minha vida inteira, vocês sabem. E ainda assim não seria suficiente. Vocês são parte de tudo isso e de tudo que eu sou. Amo muito vocês.

À minha psi maravilhosa, Yanny Santana, que ouviu meus questionamentos, minhas neuras e me ajudou a encontrar um caminho de volta pra mim (ainda estou caminhando pra chegar, mas com certeza estou mais perto, rs). Muito obrigada por ouvir a gente – meus divertidamentes e eu.

À todos que contribuíram nessa etapa.

À FAPEMA, que financiou e possibilitou esta pesquisa.

Muito obrigada!

RESUMO

O jornalismo é uma prática que se desenvolveu com a sociedade. As grandes narrativas jornalísticas assumiram diversas características desde os primeiros escritos, dos impressos e, mais atualmente, com os dispositivos digitais. Com as mudanças tecnológicas e o surgimento de novas ferramentas e práticas de interação com os recursos em constante transformação, as experiências dos indivíduos também se remodelaram e se adequaram a essa realidade. Utilizando como aporte teórico que discutem os conceitos e as características das grandes narrativas jornalísticas, do jornalismo multimídia e convergente, o objetivo central desta pesquisa é investigar até que ponto o conteúdo do UOL TAB se encaixa nas atribuições de reportagem multimídia, como o mesmo se caracteriza desde o início de seus trabalhos. Para isso foi preciso observar as características desses produtos com base no arcabouço teórico estudado a partir dos conceitos de Magno (2006), Lima (2009), Sodré e Ferrari (1986) e Ijuim (2017), tratando sobre a reportagem e suas características; e Jenkins (2009), Longhi (2010, 2014, 2015), Longhi e Flores (2017) e Ferrari (2019), tratando da convergência e das narrativas multimídia. Aplicando seus conceitos no corpus selecionado para este estudo: as três produções semanais de maio de 2019 e as seis produções semanais de maio de 2020, totalizando nove reportagens a serem analisadas, o recorte definido para análise e comparação leva em conta uma parte do período da pandemia da Covid-19. A delimitação nestes dois meses ocorre para a observação de como as produções se apresentam em dois períodos com contextos tão diferentes, desde a estrutura das reportagens, os elementos utilizados em sua composição, até a abordagem dos temas e outros fatores característicos das narrativas jornalísticas. Chegamos aos fatos: o TAB é por natureza uma plataforma de conteúdos multimídia. No entanto, visto a diversidade de características apontadas ao longo da pesquisa, vale destacar algumas observações e críticas acerca das narrativas observadas. Recursos como a interatividade e a exploração de outras mídias que poderiam auxiliar melhor na narrativa são pontos que precisam ser levados em consideração.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo multimídia; Narrativas jornalísticas aprofundadas; UOL TAB.

ABSTRACT

Journalism is a practice that has developed with society. The great journalistic narratives have assumed several characteristics since the first writings, of the printed and, more today, with digital devices. With technological changes and the emergence of new tools and practices of interaction with resources in constant transformation, the experiences of individuals have also reshaped and adapted to this reality. Using as a theoretical contribution that discusses the concepts and characteristics of the great journalistic narratives, multimedia and convergent journalism, the central objective of this research is to investigate the extent to which the content of the UOL TAB fits into the attributions of multimedia reporting, as it has been characterized since the beginning of its work. For this it was necessary to observe the characteristics of these products based on the theoretical framework studied from the concepts of Magno (2006), Lima (2009), Sodré and Ferrari (1986) and Ijuim (2017), dealing with the report and its characteristics; and Jenkins (2009), Longhi (2010, 2014, 2015), Longhi and Flores (2017) and Ferrari (2019), dealing with convergence and multimedia narratives. Applying its concepts in the corpus of analysis selected for this study: the three weekly productions of May 2019 and the six weekly productions of May 2020, totaling nine reports to be analyzed, the cut-out defined for analysis and comparison takes into account a part of the covid-19 pandemic period. The delimitation in these two months occurs for the observation of how the productions are presented in two periods with such different contexts, from the structure of the reports, the elements used in their composition, to the approach of themes and other characteristic factors of journalistic narratives. We come to the facts: the TAB is by nature a multimedia content platform. However, given the diversity of characteristics pointed out throughout the research, it is worth highlighting some observations and criticisms about the observed narratives. Features such as interactivity and exploration of other media that could better assist in storytelling are points that need to be taken into account.

KEYWORDS

Multimedia journalism; In-depth journalistic narratives; UOL TAB.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - A capa da reportagem mescla em uma animação trechos de situações de crise e trechos de notas de esclarecimento	62
Figura 2 - Seção clicável que ilustra as principais desculpas padrões utilizadas	63
Figura 3 - Trecho do livro “A Sociedade da Transparência”, de Byung-Chul Han	64
Figura 4 - Um dos compilados de trechos de vídeos relacionados a casos que geraram revolta	64
Figura 5 – Momentos, após o ataque ao músico Evaldo Rosa dos Santos e sua família	65
Figura 6 - Solenidade da Câmara em respeito às vítimas do deslizamento da barragem em Brumadinho. Presidente da Vale é o único sentado, de cabeça baixa.	66
Figura 7 - <i>Card</i> "Gerador de Desculpinha", que dá sugestões de notas de esclarecimento para situações do cotidiano	67
Figura 8 - Capa da narrativa, possui também um movimento de pássaros junto às árvores que sobrepõem o rosto indígena	68
Figura 9 - Ao longo da reportagem fotografias como essas surgem para mostrar as atividades das aldeias visitadas.....	69
Figura 10 - Na capa da matéria aparecem imagens de diversos grupos de Kpop, como o BTS.....	70
Figura 11 - Um exemplo dos infográficos dispostos na reportagem.....	71
Figura 13 - O engajamento dos fãs representado por uma fã do BTS com adereços em homenagem ao grupo.....	73
Figura 14 - Apesar de desfocada, é possível ver na imagem de capa da reportagem o movimento dos profissionais que trabalham no Emílio Ribas	74
Figura 15 - Algumas imagens ilustram como é a rotina no hospital e como os profissionais se comportam dentro das suas limitações e urgências	75
Figura 16 - Uma das diversas imagens da reportagem com características que trazem humanização para a narrativa	77
Figura 17 - A capa já apresenta uma ilustração de como serão desenvolvidas as cidades flutuantes	78
Figura 18 - Estilo das ilustrações que aparecem ao longo da reportagem.....	79
Figura 19 - Infográfico que apresenta a proposta de expansão da Oceanix City, o projeto de cidade flutuante.....	80

Figura 20 - A reportagem apresenta o diferencial por ser estruturada em forma de slide de fotos humanizadas.....	82
Figura 21 - As fotografias tiradas dentro da comunidade de Paraisópolis atrai a atenção de quem está consumindo a narrativa, pela verdade que transmitem.....	83
Figura 22 - Logo na capa é possível observar a divisão da narrativa, de um lado um vídeo representando a Daniela e do outro um vídeo representando a Geovana	85
Figura 23 - O design da reportagem também influencia na experiência de leitura do receptor em cada um dos intertítulos e demais elementos	85
Figura 24 - A predominância das imagens que remetem a obras de arte contribui para o entendimento da temática trabalhada já no início da reportagem	88
Figura 25 - A maioria das imagens são acompanhadas de caixas de texto dando mais informações sobre o assunto abordado na reportagem, e informações sobre as próprias artes.....	88
Figura 26 - A analogia à cruz composta por elementos predominantes nas comunidades comandadas pelo tráfico intensifica a temática abordada	90
Figura 27 - No decorrer do texto, essas e outras imagens aparecem ilustrando as informações trazidas no texto, como a violência sofrida por pessoas que seguem caminhos contrários às leis dos líderes da comunidade	91
Figura 28 - Uma das composições de imagens presentes na reportagem, refletindo a intolerância religiosa nas fotografias de terreiros destruídos	92
Figura 29 - A ausência da ferramenta de comentários não permite que o leitor se expresse e até sugira formas que sejam mais agradáveis a eles quanto ao consumo dessas produções	97
Figura 30 - O leitor sente falta da interatividade e isso pode gerar, em maior ou menor grau, desinteresse por parte de quem está consumindo o produto e esperando uma dinamicidade já proposta anteriormente pelo veículo	97

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 REPORTAGEM: CONCEITO, CARACTERÍSTICAS E HISTÓRIAS	20
2.1 Viagem no tempo	20
2.2 Mas afinal, o que é reportagem?.....	27
3 NARRATIVAS NA TELA: A REPORTAGEM NA WEB	38
3.1 Fases e características do webjornalismo	40
3.2 A reportagem multimídia	51
4 TAB: EXISTE INOVAÇÃO NA REPORTAGEM MULTIMÍDIA?	55
4.1 TAB no site.....	61
4.1.1 maio de 2019	61
4.1.2 maio de 2020	74
4.2 Hora de refletir.....	93
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS	103
ANEXOS	110

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo é uma prática que se desenvolveu a partir das mudanças sociais, econômicas, políticas e tecnológicas que caracterizaram a modernidade, principalmente após a Revolução Francesa, em 1789. As grandes narrativas jornalísticas assumiram diversas características desde os primeiros escritos, dos impressos e, mais atualmente, com os dispositivos digitais. Com as mudanças tecnológicas e o surgimento de novas ferramentas e práticas de interação com os recursos em constante transformação, as experiências dos indivíduos também se remodelaram e se adequaram a essa realidade.

A reportagem trabalha o fato de forma mais detalhada. Requer uma pesquisa mais aprofundada, direcionando o olhar para pontos que o factual não alcança. Permite também que o jornalista utilize aspectos de uma narrativa mais característica da literatura, aliados às próprias peculiaridades jornalísticas, tendo um contato mais próximo e delicado com a história e seus personagens. Quando localizado na web, é possível encontrar também outros recursos utilizados para auxiliar essa narrativa, tornando-a mais completa.

Com a conexão via internet, as redes sociais digitais e as atuais práticas de comunicação, o consumo de produções jornalísticas, em específico do jornalismo aprofundado das reportagens, acaba sendo modificado e impactado de várias formas. O receptor frente a isso busca novas possibilidades, novos mecanismos de consumo que se aproximam dos ambientes que lhes são mais confortáveis. As narrativas jornalísticas não são necessariamente prejudicadas por esses novos mecanismos, mas sim reconfiguradas. Os fatores que potencializam as experiências se remodelam de acordo com essas novas características do produto e das plataformas, criando outras fruições sem excluir as anteriores, em uma experiência característica da tecnologia do imaginário, que nada mais é que “aquelas tecnologias de comunicação e informação capazes de excitar os sentidos (especialmente a visão) e fomentar a atividade do imaginário” (FELINTO, 2003, 181).

Utilizando como aporte teórico pesquisadores que discutem os conceitos e as características das grandes narrativas jornalísticas, do jornalismo multimídia e convergente, o objetivo central desta pesquisa é investigar até que ponto o conteúdo do UOL TAB se encaixa nas atribuições de reportagem multimídia, e como este se caracteriza desde o início de seus trabalhos. Para isso foi preciso observar as características desses produtos com base no arcabouço teórico estudado, aplicando seus conceitos no corpus de análise selecionado para este estudo: as três produções semanais

de maio de 2019 e as seis produções semanais de maio de 2020, totalizando nove reportagens.

O recorte definido para análise e comparação leva em conta uma parte do período da pandemia da Covid-19. A delimitação nestes dois meses ocorre para a observação de como as produções se apresentam em dois períodos com contextos tão diferentes, desde a estrutura das reportagens, os elementos utilizados em sua composição, até a abordagem dos temas e outros fatores característicos das narrativas jornalísticas.

Com a investigação prévia do objeto, a partir das características e conceitos pré-estabelecidos pela fundamentação teórica relacionada a esta temática, bem como pela própria descrição das produções do TAB, surgem as seguintes indagações: os conteúdos do TAB são de fato reportagens aprofundadas e multimídia? Quais as características do jornalismo multimídia que podem ser encontradas e até que ponto pode ser atribuída à produção do site essa denominação? Na matéria de lançamento da plataforma¹, publicada em outubro de 2014, o UOL anuncia que “o objetivo do TAB é prender a atenção do leitor, e não apenas gerar cliques”. A ideia do UOL é de produzir reportagens aprofundadas que se conectem com o leitor pelo ineditismo e abordagem de seu conteúdo, além da utilização de elementos didáticos/midiáticos como parte da narrativa.

Os estudos voltados para o jornalismo aprofundado já desenvolvidos, ainda se concentram nas características das grandes narrativas oriundas do impresso, desde jornais a livros-reportagem. E, até mesmo quando se trata do webjornalismo, as reportagens são observadas a partir de sua estrutura, sem explorar outros elementos, como as plataformas, por exemplo. Para justificar o objeto de análise escolhido, primeiramente foi realizado um levantamento por meio do banco de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), focando nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e pesquisas, desenvolvida entre os anos de 2015 e 2019, com a finalidade de levantar dados e outras pesquisas relacionadas à temática abordada neste trabalho. Trata-se de uma maneira de ter um panorama e observar como esse tema é abordado em outras pesquisas.

Aplicando alguns filtros disponíveis na plataforma da Capes e utilizando palavras-chave relacionadas ao tema central deste estudo, a fim de definir um universo de

¹ UOL lança o TAB, novo projeto editorial interativo. Matéria publicada em 13 de outubro de 2014. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2014/10/13/uol-lanca-o-tab-novo-projeto-editorial-interativo.htm>>. Acesso em: 27 jan.2021.

observação para melhor compreender o cenário das pesquisas relacionadas ao jornalismo aprofundado, chegou-se a algumas considerações. No campo de busca foram encontrados sete trabalhos utilizando a palavra “reportagem”.

Desses sete, apenas dois trabalhos abordam a reportagem como objeto principal de observação, ainda assim mais atrelado ao papel e atribuições do repórter do que às características da reportagem propriamente dita. O primeiro trata-se da tese de Alexandre Maciel produzida no Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Intitulada **Narradores do contemporâneo: Jornalistas escritores e o livro-reportagem no Brasil** tem como objetivo entender “como os autores lidam com outro campo, o universo das editoras de livros, e com outras forças, como, por exemplo, as sanções judiciais que cercam o trabalho particular dos biógrafos” (MACIEL, 2018, p. 10).

A produção de grandes reportagens, por exigir maior dedicação e tempo de pesquisa e elaboração, acaba deixada de lado pelo jornalismo instantâneo e dinâmico da maioria das redações. Visto isso, alguns jornalistas sentiram a necessidade de uma ferramenta que permitisse a liberdade para contar suas histórias sem estar pressionados pela falta de espaço e tempo e sem, também, perder as características da reportagem. Dessa necessidade surgiu um que apresenta características do jornalismo e da literatura: o livro-reportagem. Maciel (2018) apresenta em sua tese, como nomes das grandes narrativas jornalísticas brasileiras atuam nesse mercado literário e desenvolvem suas produções.

O segundo trabalho encontrado na busca pelo catálogo de teses e dissertações relacionado à reportagem foi produzido por Amanda Diniz e denominado **O que é um autor na reportagem: diálogos entre ética, singularização e pontos de vista no discurso jornalístico**. A dissertação também produzida no PPGCom da UFPE aborda o papel do repórter na produção de uma reportagem, sem tratar uma mídia específica, apontando “como o exercício da autoria influencia as propriedades temáticas, estilísticas e composicionais da reportagem, possibilitando o aparecimento do gênero reportagem de autor” (DINIZ, 2018, p. 08).

Utilizando na investigação “reportagem multimídia”, encontrou-se dez pesquisas, seguindo o mesmo padrão. Destas, apenas três destacam em seu corpo um estudo específico sobre as narrativas jornalísticas multimídia. A primeira pesquisa encontrada é intitulada **Novas narrativas do jornalismo: possibilidades e tendências das reportagens na Web**, produzida por Felipe Passos no PPGCom da Universidade Federal

de Juiz de Fora (UFJF). A dissertação tem como objetivo analisar as características de reportagens na web, observando as possibilidades “de se oferecer diversos percursos de leitura e significados, através de estruturas e linguagens particulares, e, assim, estudar o jornalismo praticado de fato nessas webreportagens, que possuem o caráter digital previamente exposto” (PASSOS, 2015, pp. 10-11).

O segundo trabalho trata-se da dissertação de Marina Aparecida de Carvalho, intitulada **Do Impresso ao Digital: os desafios da grande reportagem jornalística**, produzida no PPGCom da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). A pesquisa aborda as narrativas jornalísticas multimídia, a partir da perspectiva de compreender as produções das Grandes Reportagens Multimídia (GRM), com a finalidade de “pesquisar as dificuldades de empresas tradicionalmente do jornalismo impresso no planejamento, produção e distribuição da GRM” (CARVALHO, 2018, p. 08).

Por fim, a tese **A (R)evolução da Reportagem - Estudo do ciclo da reportagem hipermídia: da produção às respostas sociais**, produzida por Liliane Ito, no PPGom da Universidade Estadual Paulista Júlio De Mesquita Filho, do Bauru. A autora trabalha com o objetivo de “construir repertório teórico sobre a consolidação da reportagem hipermídia mediante a ótica da complexidade, a partir da articulação do objeto aos fatores externos; bem como às inter-relações entre as diferentes etapas do ciclo da reportagem hipermídia” (ITO, 2018, p. 08). A tese traça também, algumas críticas sobre a utilização das redes sociais como forma de reverberar essas narrativas e alcançar os leitores e como esse recurso era mal aproveitado. Apesar de não ser o foco desta pesquisa, também foi comentado, ao longo deste texto, como essa questão ainda é pautada com crítica negativa.

É interessante e importante observar o objeto sob uma perspectiva diferente. Entender não apenas como são estruturadas as narrativas, mas também como elas conversam com outras mídias e exploram as ferramentas disponíveis nas plataformas de trabalho. Outro ponto que permite justificar a escolha deste estudo são as características do UOL TAB. Conhecido por produzir um conteúdo jornalístico aprofundado e multimídia, desperta o olhar para buscar compreender até que ponto se sustenta nesta categoria de multimidialidade e convergência. Ainda mais crescente no cenário de pandemia provocado pela Covid-19 – como mostra parte do período selecionado para o corpus –, no qual as pessoas estão dependentes das mídias para obter informações e cada dia mais conectadas nas redes digitais. Percebeu-se também que era importante pensar como esses veículos utilizam os recursos para atender aos leitores e às características apresentadas. A plataforma de produção de conteúdos multimídia iniciou suas atividades

em outubro de 2014 e não segue uma temática específica. Os assuntos são bastante diversos e podem atender vários públicos. Além do site, estão inseridos em diferentes redes digitais como Instagram, Twitter, Facebook e YouTube. Percebe-se, no entanto, que apesar de estarem presentes nessas outras mídias, o uso delas não é tão explorado, como se pode ver mais à frente no trabalho.

Para o desenvolvimento desta pesquisa científica, algumas etapas foram seguidas. Como se sabe, é de acordo com o método adotado que o pesquisador consegue responder à pergunta-chave do estudo e compreender o processo observado. A metodologia utilizada como base para esta pesquisa consiste em uma Análise Descritiva de Conteúdo. A escolha por selecionar o material de análise dentro do período de maio de 2020, observando o mesmo período de 2019, deu-se uma vez que esse recorte representa um processo de mudança nas práticas comunicacionais no geral, mas principalmente no próprio TAB.

Outro método utilizado a fim de compreender o funcionamento do próprio TAB foi a entrevista semiestruturada, realizada com a editora Olívia Fraga e a repórter *freelancer* Jacqueline Lafloufa. A partir disso, e aliando aos aportes teóricos e conceitos trabalhados, foi feita a observação dessas produções de acordo com categorias estabelecidas e com o aporte teórico visitado para a construção dessa pesquisa. É importante ressaltar que em março de 2020 foi o período em que o Brasil e o mundo estavam vivendo em plena pandemia da Covid-19, com a adoção de alguns protocolos sanitários como o distanciamento social entre as pessoas.

Para responder o problema principal e atingir os objetivos desejados, dividiu-se o trabalho em três capítulos principais. O primeiro apresenta os estudos da narrativa jornalística aprofundada, a reportagem, caracterizada por um conteúdo mais trabalhado. Demanda maior tempo de pesquisa e apuração dos fatos e uma busca mais profunda da informação, sendo a checagem dos fatos fundamental para o trabalho investigativo, que deve ser feita minuciosamente. Criticidade no momento da investigação e a busca por fontes que tragam maior veracidade para o relato também são características da produção desse tipo de conteúdo. Apesar de estar constantemente ligada à ficção, no jornalismo, a narrativa se configura como elemento de grande importância que direciona o receptor de acordo com os acontecimentos que transformam o cotidiano.

É importante compreender como essas grandes narrativas características do jornalismo aprofundado, esse jornalismo que requer mais tempo de produção, que tende a ser mais humanizado e trazer uma narrativa mais completa, se comportam no ambiente

digital, como são organizadas e as ferramentas que se utilizam para torná-las atrativas para o leitor.

O segundo capítulo deste trabalho aborda sobre o jornalismo produzido para a internet e suas principais características. Ferrari pontua que as atuais mídias se apresentam como “um instrumento essencial para o jornalismo contemporâneo” (FERRARI, 2019, p. 35), por suas ferramentas que permitem um conteúdo diverso que chama atenção do público não apenas pelo que fala, mas como fala, com quais recursos, uma vez que “a informação não cabe mais nesse molde histórico e aponta para algo novo, não é mais a transmissão de conteúdos que está em jogo, mas a definição de formas de transmitir” (FERRARI, 2019, p. 35). Trabalha também os conceitos de convergência e narrativa transmídia relacionando-os à comunicação, em específico às produções jornalísticas. Trata-se de conceitos que vão além do desenvolvimento tecnológico e de uma relação entre mercado e público.

Como as narrativas jornalísticas têm estado presentes nas diversas plataformas de mídia, principalmente no período da pandemia da Covid-19, quando os produtores de conteúdos precisam chegar ao seu público e atender suas necessidades de informação, compreender esses conceitos auxilia na visualização dos conteúdos de maneira mais crítica, observando como cada mídia tem suas ferramentas e como estas estão sendo utilizadas. A utilização do termo web se dá pela escolha da maneira como o material seria analisado, a partir das reportagens no site. O que não tira a característica de um conteúdo que está presente no ciberespaço, uma vez que as narrativas também podem ser acessadas por outros dispositivos, como o celular por exemplo.

No terceiro capítulo compreende-se o percurso metodológico da pesquisa. É importante definir os métodos utilizados, as características e atribuições, para assim entender de que maneira este irá contribuir para o desenvolvimento do trabalho. Esta etapa realiza essa relação, dissecando cada reportagem produzida pelo TAB, no período estabelecido, a partir de tópicos de análise organizados para desenvolver a parte empírica da pesquisa. Observando cada parte do objeto, foi possível chegar a algumas considerações que serão melhor apresentadas no decorrer do trabalho.

As narrativas aprofundadas produzidas pelo TAB possuem, por natureza, características multimídia. O uso de recursos que convergem não só entre mídias dentro do texto, mas que ultrapassam a página do site adentrando outras plataformas como as redes sociais, elementos multimidiáticos como fotos, vídeos e infográficos dão

complemento ao texto trazendo não só informação, mas podendo despertar também sensações no leitor.

Dependendo da abordagem e da temática trabalhada, as reportagens precisam desses elementos para que o receptor mantenha o interesse na leitura, principalmente em uma narrativa pertencente ao ciberespaço, que por si só tem características não-lineares e a todo momento disponibilizam uma série de informações. Além das atribuições gerais de uma reportagem, como o caráter humanizado por exemplo, que pode despertar no usuário o sentimento de pertencimento e identificação com a realidade, os elementos multimídia auxiliam no desenvolvimento da narrativa.

As formas de noticiar e reportar que já eram baseadas na conexão dos leitores têm que se encaixar na rotina de isolamento e ao público que fica cada vez mais presente na internet e busca conteúdos a todo momento. E pela variedade de produtos e informações que circulam, é importante que o veículo se preocupe com a produção e também com a maneira como esse produto será recebido pelo cidadão leitor. Sempre pensando na qualidade e pautados nos critérios de noticiabilidade, além das características primordiais para as reportagens multimídia.

2 REPORTAGEM: CONCEITO, CARACTERÍSTICAS E HISTÓRIAS

Entender como ocorre a produção de reportagens é saber das técnicas e conhecer suas características. É preciso investigar, apurar e pesquisar. Mas também é necessário que o repórter saiba não apenas o que contar, mas como contar. Trazer elementos essenciais, uma informação completa e detalhada, com uma narrativa que prenda a atenção do leitor. Neste capítulo iremos entender não apenas os conceitos já atribuídos à reportagem, como também suas principais características e o contexto histórico deste gênero jornalístico.

2.1 Viagem no tempo

Além de conceitos e características, a reportagem tem uma história. Descrever esse gênero requer conhecer também os caminhos pelos quais ele percorreu para chegar ao ponto em que está hoje. E como essa história influencia nas suas modificações ao longo do tempo.

Não se pode falar de reportagem em um contexto mundial sem lembrar viagens e guerras. Os primeiros indícios desse tipo de narrativa surgem no século XIII, ou até mesmo antes disso, a partir de relatos de viajantes em terras desconhecidas, posteriormente aos relatos sobre grandes conflitos.

Magno afirma que “a reportagem tem raízes na guerra, berço nas revistas e antepassados nos antigos relatos de viagem, escritos por aventureiros, naturalistas e desbravadores”. No entanto, essas narrativas ainda eram bastante ligadas à literatura, adentrando os espaços de redações jornalísticas, apenas nos anos 20 do século XX, “quando o mercado da notícia já estava consolidado e o texto jornalístico configurado pelas amarras da objetividade e da concisão” (MAGNO, 2006, p. 37).

Os primeiros portos que acolheram e espalharam essa nova mentalidade foram as agências de notícias, como a Havas, de 1835, mais tarde chamada de France Presse, e a Harbour News Association, de 1848, depois Associated Press. As agências nasceram para agradar a Deus e ao Diabo. Vendiam notícias por atacado para governos, banqueiros, diplomatas, negociantes e para satisfazer a uma clientela tão diversa foram obrigadas a manter um certo grau de imparcialidade (MAGNO, 2006, p. 39).

Traçando uma linha histórica, algumas entrevistas com grandes personalidades da época começaram a aparecer em 1860. Trinta anos mais tarde, em 1890 já se priorizava

a contratação de jornalistas formados, e já estavam instauradas as perguntas bases de uma notícia, o que hoje conhecemos como *lead*. Entretanto, o público começava a pedir por mais. Os leitores não aguentavam mais a enxurrada de notícias rasas, superficiais. E o que era considerado anteriormente como “sucesso”, já não contemplava mais a necessidade do receptor por informação.

Estávamos nos anos 20, safra de grandes escritores que precisavam da redação como ganha pão, mas que começavam a perceber que queriam “algo mais” do que a concisão do lead. Pronto, estava o montado o cenário ideal para nascer a reportagem: de um lado, a gana empresarial disposta a estancar a debandada dos leitores. De outro, o talento profissional dos jornalistas insatisfeitos com o serviço mecânico que faziam (MAGNO, 2006, p. 40).

Pensar nos primeiros anos da história da reportagem também resvala na trajetória das revistas, tão intrínsecas estão em suas criações. As revistas propõem ao leitor “uma leitura mais aprofundada da realidade contemporânea”, sendo a *Time*, a primogênita nesse percurso. Até então, as pessoas recebiam notícias de suas regiões, ou de regiões de seus interesses, por meio de telégrafos. No Brasil, essas narrativas jornalísticas também nasceram junto com as (se não “nas”) revistas, apenas duas décadas, após a implantação dessas produções nas imprensas internacionais. Tendo as revistas *Cruzeiro* (1928-1975), *Realidade* (1966-1976), *Diretrizes* (1938-1944), *Manchete* (1952-2000) e *Veja* (1968-), e o *Jornal da Tarde* (1962-2012) como pioneiros na imprensa brasileira (MAGNO, 2006).

Nomes como Euclides da Cunha (1866-1909) e João do Rio (1881-1921) são conhecidos como patriarcas desse gênero no Brasil, destaca Rodrigues (2010). Euclides é “famoso pela forma diferenciada e humana com que relatou a “Guerra de Canudos” em sua reportagem-ensaio intitulada “Os Sertões”. João do Rio, por sua vez, “inovou a reportagem com o nível de conteúdo informativo e com seus métodos de captação”. Desse modo, as grandes narrativas foram encontrando espaço no jornalismo brasileiro, mesmo quando “agências de notícias internacionais, a criação de corpos de repórteres nas redações de jornais e o ‘encurtamento’ de distâncias mexeram definitivamente com a estrutura da imprensa do início do século XX” (RODRIGUES, 2010, pp. 15-16).

Essa prática envolvendo narrativas jornalísticas aprofundadas teve seus primeiros indícios no Brasil, levando o nome de reportagem no início do século XX, com a revista *O Cruzeiro* e seus grandes nomes como David Nasser, Edmar Morel e Joel Silveira. Mas, segundo Magno, “desde o Segundo Império intelectuais brasileiros já ensaiavam esse

novo jeito de retratar a realidade” (MAGNO, 2006, p. 42). Em meio às mudanças no âmbito político e econômico, e na diminuição do espaço de redações de jornais e revistas do país e com o desenvolvimento de mídias mais rápidas na disposição de informações, como o rádio, aliados às informações pouco aprofundadas, os leitores acabavam se cansando de ter sempre “mais do mesmo”, perdendo o interesse no impresso e fazendo com que este perdesse cada vez mais força na época. No entanto, isso não tirou dos profissionais de comunicação a constante vontade de relatar, contar, narrar. De acordo com Lima,

[...] a imprensa estava muito presa aos fatos, ao relato das ocorrências, mas era incapaz de costurar uma ligação entre eles, de modo a revelar ao leitor o sentido e o rumo dos acontecimentos. E a partir dessa deficiência que o público passa a esperar um tratamento informativo de maior qualidade (LIMA, 2009, p. 19).

Traçando mais uma linha histórica, desta vez no Brasil, na década de 1940 as grandes narrativas jornalísticas passaram a ter maior protagonismo, “quando os jornais incorporaram novas tecnologias, começaram a se profissionalizar e ganharam alguma liberdade editorial” (MAGNO, 2006, p. 43).

Em 1950, após o surgimento dos primeiros cursos de Jornalismo, os profissionais começaram a adotar as famosas perguntas base que formam o *lead*. Sendo Pompeu de Souza, na época jornalista do Diário Carioca, o primeiro a utilizar este recurso. Pompeu também foi o responsável pela criação do primeiro manual de redação, em um momento no qual o Brasil “precisava dos jornalistas para cobrir a Segunda Guerra Mundial, para mostrar as mazelas do Estado Novo e para espalhar os ventos da modernização que movimentavam tanto a imprensa quanto o país” (MAGNO, 2006, p. 45). De acordo com Magno (2006):

Diretrizes e O Cruzeiro marcaram as primeiras décadas da reportagem no Brasil. As matérias se pareciam com o país. Queriam desbravá-lo no ritmo 50 anos em 5 de JK e marcaram a fase das reportagens heróicas, autorais e muito mais marcadas pela determinação dos repórteres em emplacar seus trabalhos do que numa política empresarial de bancá-los (MAGNO, 2006, p. 47).

Os anos de 1960 foram marcados por uma grande série de acontecimentos políticos que impactaram completamente os modos de fazer jornalismo, passando por três fases que se destacam e que bem explicam este ponto na história, não só da reportagem,

mas do país como um todo. A primeira, “marcada pela efervescência cultural e pelas tensões políticas geradas pela renúncia de Jânio e pelas reformas de Jango”. A segunda fase ocorre “quando a frágil democracia brasileira sucumbiu diante da fraqueza do governo Jango e da articulação social dos generais golpistas”, o que levou ao golpe militar de 1964 e à uma divisão da imprensa, onde parte reportava a favor do governo, enquanto os demais se dedicavam a criticar suas imposições. A terceira, quando a imprensa brasileira é enfim sucumbida e refém do AI-5, se caracteriza quando é “silenciada pela censura e silenciosa sobre a tortura” (MAGNO, 2006, pp. 48-49). Conforme Magno, foi a fase mais difícil desse período histórico.

Nesse período marcado por repressão política, muitos brasileiros se moviam contra o autoritarismo que o Estado representava, destaca Faro em sua tese sobre os anos iniciais da Revista Realidade, que foi lançada pela Editora Abril em 1966 e é considerada um dos produtos de grande importância para a história da reportagem no Brasil, com nomes como Marão e Hamilton Ribeiro.

Diferente de outros produtos jornalísticos, a revista não seguia a risca os padrões caracterizados pelo *lead* e pelas notícias mais rasas. O que foi um alívio não só para os repórteres como para os próprios leitores, que esperavam mais. Uma vez que a Revista Realidade buscava ser “uma versão verde e amarela do “*new journalism*”, estilo que, naquele momento, já encantava jornalistas nos Estados Unidos, como Truman Capote, Gay Talese” (MAGNO, 2006, p. 50). Faro afirma em seus estudos que a Revista

Realidade recuperou as linhas principais com que o jornalismo brasileiro se fez ao longo de sua história, ao mesmo tempo em que se tornou contemporânea dos principais problemas colocados à sua época, rejeitando - desde seu início - a idéia de um suposto jornalismo objetivo, produzindo textos de profundo envolvimento do repórter e, com isso, permitindo que suas características extrapolassem os limites das transformações verificadas na imprensa e se tornassem um fenômeno cultural de dimensões mais amplas (FARO, 1998, p. 10).

A década de 1970 trouxe diversas consequências provocadas pelos anos de Ditadura Militar no país, que durou de 1964 a 1985. Algumas redações conseguiram se manter, mas ainda assim com muita pressão sobre seus conteúdos, principalmente nos anos que permeiam 1968 a 1976. Os repórteres que iam contra a cobertura diária e estavam à frente das grandes reportagens ainda possuíam “uma pequena possibilidade de recorrer aos temas sociais para mostrar um Brasil diferente daquele celebrado pelo discurso do milagre econômico” (MAGNO, 2006, p. 56). Mais uma vez, citando a revista

Realidade, se verifica que ela se manteve firme nessa possibilidade por alguns anos. Mas quando encerra suas atividades, em 1976, reforça que, apesar da força que a imprensa lançava sobre o governo, o campo político instaurado conseguiu ser ainda mais potente em sua censura (FARO, 1998).

O surgimento de tecnologias como o fax, o computador, o uso de gráficos e infografias nas matérias, são alguns dos pontos-chaves da década de 1980. As estruturas das redações e os modos de trabalho dos repórteres e administradores se modificaram consideravelmente nessa época, ainda como consequência dos resquícios dos impactos dos acontecimentos políticos. Segundo Magno, essas mudanças, principalmente nas estruturas das notícias e no fato de que as grandes reportagens foram escanteadas, eram justificadas pelos editores com o argumento de que “o leitor já não tinha tempo para a leitura de grandes reportagens e que a nova cultura visual imposta pela tevê determinava um novo jeito de ler jornais” (MAGNO, 2006, p. 59).

Esse campeonato pela conquista do leitor esquentou a partir dos anos 80 quando a indústria da informação se consolidou como um grande negócio. Foi o período de explosão dos grandes jornais, de enfraquecimento das pequenas publicações e da formação de conglomerados para atender perfis de diferentes de consumidores (MAGNO, 2006, p. 60).

Outro conflito que se instaura ainda nos anos de 1980, mais referente ao funcionamento das redações e das produções jornalísticas, trata-se do embate entre os novos e os velhos jornalistas da época. Esse conflito se deu principalmente pelo fato de que os jovens repórteres que estavam adentrando às redações eram recém-formados e, ao conviver com antigos repórteres, percebiam que não possuíam vivência suficiente. Os mais experientes chamavam os novatos de profissão de “filhos da pauta”, expressão que, conforme Bergamo,

diz respeito, mais especificamente, à acusação que recai, muitas vezes, sobre esses novos jornalistas de alienação, de falta de crítica ou de passividade diante das mais diversas formas de poder. Dentre elas, aquela representada pelo próprio jornal. A principal acusação, com isso, é a de ausência, nesses profissionais, do capital simbólico próprio ao jornalismo: o “muito feito” e o “muito visto” (BERGAMO, 2011, p. 252).

Esse embate se estendeu pelos anos finais da década de 1980 e também pelos anos de 1990, representado por dois momentos distintos. O primeiro reflete uma preocupação

inicial em relação aos jovens repórteres. No entanto, eles ainda não representavam grande ameaça, uma vez que para eles eram designadas funções inferiores porque não possuíam experiência. Com a obrigatoriedade do diploma de jornalista nas redações essa ameaça passou a ser maior, visto que os egressos do ensino universitário, em tese, possuíam maior conhecimento técnico da profissão, o que gerava um sentimento de revolta nos mais antigos. Este então é o segundo momento: um conflito que perpassava o peso de dois capitais simbólicos jornalísticos instituídos: “de um lado, o capital representado pela trajetória profissional e, de outro, o possível capital representado pela formação universitária” (BERGAMO, 2011, p. 252).

A entrada da internet para o jogo jornalístico trouxe um engessamento da profissão e, conseqüentemente, de suas produções na década de 1990. É quando o jornalista se torna refém desse recurso e de outros como o telefone, e deixou de lado o que por muitos anos foi considerada a principal característica do jornalista: a paixão pela profissão e pelos trabalhos de apuração e produção realizados. Fuser critica duramente o negligenciamento da reportagem com o desaparecimento de três elementos tão importantes para sua construção: a qualidade da narrativa, a profundidade da apuração e a amplitude do foco temático. O autor pontua que a objetividade do “jornalismo moderno” recusa toda a história da reportagem contada até então, “para dar lugar a um enfoque que privilegia as estatísticas como medida suprema de verdade” (FUSER, 1996, p. 14).

E a situação toma rumos cada vez mais difíceis ao longo da década, chegando ao final desta em um ponto de afunilamento de funções que precarizava bastante o trabalho nas redações. No início dos anos 2000, “já não há mais espaço para pauteiros, redatores e revisores, substituídos pela figura multifuncional do editor” (COSTA, 2005, p. 151), tornando esta profissão algo cada vez mais inviável de se seguir. Outro problema já no início do novo milênio foram as quedas nas vendas de jornais em todo o mundo, sendo que no Brasil atingiu o percentual de 9,1 em 2002. O consumo de revistas também entrou em queda, cuja crise atingiu até mesmo a publicidade. A terceirização passa a ser uma saída tanto para os contratantes quanto para os jornalistas, como forma de contenção de custos. Muitos jornalistas se tornaram *free-lancer*, quando não foram desligados totalmente das atividades. Segundo Costa,

só em 2001, foram demitidos 6.877 jornalistas em todo o Brasil, segundo dados divulgados pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). E, com o tempo, a situação só piorou. De 2002 a 2004, segundo o ministério do trabalho, as empresas de comunicação — rádios, TVs,

jornais, revistas e agências de notícias — cortaram 17 mil empregos (COSTA, 2005, p. 154).

Para completar, nos últimos dois anos, os jornais impressos tiveram queda em relação a anos anteriores. Em pesquisa realizada para o Poder 360, a mídia impressa apresentou uma diminuição de 33% entre os anos de 2018 e 2020. Em contrapartida, a mídia digital teve aumento em seus acessos. Ainda segundo a pesquisa, a assinatura digital de grandes veículos “subiu de 789.960 para 990.104, uma alta de **25,3%**”²

Mesmo com os pontos não tão positivos anteriormente citados, é válido ressaltar que essas mudanças estruturais, de recursos de produção e do próprio profissional foram de grande importância para os caminhos da reportagem, principalmente no que diz respeito à essa narrativa no espaço da internet. Longhi afirma que nos primeiros 15 anos do século XXI houve, no mínimo, três momentos característicos dos conteúdos jornalísticos hipermídia: “1. O slideshow noticioso e os primeiros produtos noticiosos multimidiáticos, no início dos anos 2000; 2. Os especiais multimídia, de meados de 2002 a 2011, e 3. A grande reportagem multimídia, de 2012 em diante” (LONGHI, 2015, p. 07). A autora complementa o apontamento destacando uma evolução em graus cronológicos, que melhor explicam essas mudanças nas produções jornalísticas no ciberespaço, como apresentamos no **Quadro 1** abaixo:

Quadro 1 – Graus de evolução das produções jornalísticas na internet

Grau Zero	Praticamente não há o uso de conteúdos multimídia.
Grau Um	Aparece uma exploração ainda reduzida, porém se observa o surgimento, a partir do ano 2000, do que se pode considerar os primeiros produtos multimídia (El Mundo.es), ainda não produzidos em Flash, mas utilizando a linguagem HTML na exploração mais efetiva dos links, e dos primeiros slide-shows noticiosos (criados em Flash), em 2001.

2 “Para esta reportagem a respeito do setor de mídia, o **Poder360** selecionou estes 10 veículos: *Folha de S.Paulo*, *O Globo*, *O Estado de S.Paulo*, *Super Notícia* (MG), *Zero Hora* (RS), *Valor Econômico*, *Correio Braziliense* (DF), *Estado de Minas*, *A Tarde* (BA) e *O Povo* (CE)” (PODER 360. **Grandes jornais mantêm circulação nos 2 primeiros anos de Bolsonaro.** Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/grandes-jornais-mantem-circulacao-nos-2-primeiros-anos-de-bolsonaro/>. Acesso em: 18 de jul.2021).

Grau Dois	Caracterizado pelo aparecimento dos primeiros especiais multimídia, que surgem em 2002, no Clarín.com. Esta fase também é marcada pelo crescimento da produção noticiosa em infografia nos meios digitais e pelo uso mais recorrente do software Flash nesse tipo de produção;
Grau Três	Os especiais multimídia, as infografias online e as <i>picture stories</i> começam a consolidar-se no cenário da produção da notícia em multimídia;
Grau Quatro	Compreende a consolidação da grande reportagem multimídia, definida por técnicas como o <i>parallax scrolling</i> , ambientes e ferramentas como HTML5, CSS, narrativas imersivas e texto longform, dentre outras características inovadoras de design e navegação.

Fonte: LONGHI, 2015, p. 08

A grande reportagem multimídia se consolida nos sites brasileiros em 2013, apesar de muitas outras produções com características semelhantes serem veiculadas em portais como o G1, a Folha de S. Paulo e o Estadão. A série “Tudo Sobre”, com sua primeira reportagem intitulada “A Batalha de Belo Monte” foi uma das responsáveis pelo destaque desse gênero jornalístico no Brasil, no que diz respeito aos conteúdos multimídia.

E em 2014 temos a primeira reportagem publicada pelo UOL TAB, objeto de estudo desta pesquisa. Para Longhi, “as matérias do UOL Tab têm se destacado por utilizar estratégias de interatividade com o leitor bastante completas, como participação em enquetes online, testes variados, etc” (LONGHI, 2015, p. 09). Mais adiante neste trabalho iremos conhecer mais sobre o TAB, bem como analisar como as características das reportagens, e dessas narrativas em formato multimídia, se aplicam aos seus conteúdos. Antes disso precisamos responder uma pergunta de suma importância para este ponto da pesquisa, que virá a seguir.

2.2 Mas afinal, o que é reportagem?

Antes de qualquer coisa, importa compreender um pouco sobre o lugar da reportagem dentro das classificações no jornalismo. Para isso precisamos nos debruçar, ainda que superficialmente, sobre os estudos dos Gêneros Jornalísticos. Estes que, de

acordo com Marques de Melo e Assis, “devem ser considerados como artifícios instrumentais que auxiliam a indústria midiática a produzir conteúdos, consistentes e eficazes, em sintonia com as expectativas da audiência”, possuem duas características principais: aptidão para agrupar diferentes formatos e função social (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016, p. 45). Os formatos são definidos por Marques de Melo como sendo “o feitiço de construção da informação transmitida pela Mídia, por meio do qual a mensagem da atualidade preenche funções sociais legitimadas pela conjuntura histórica em cada sociedade nacional” (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016, p. 50). Assim sendo, os Gêneros Jornalísticos existem, segundo o autor, em quatro tipos com suas respectivas funções e os formatos que a estes estão vinculados, como mostramos no **Quadro 2**, a seguir.

Quadro 2 – Classificação dos Gêneros por José Marques de Melo

GÊNERO	FUNÇÃO	FORMATO
Informativo	Vigilância social.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nota 2. Notícia 3. Reportagem 4. Entrevista
Opinativo	Fórum de ideias.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Editorial 2. Comentário 3. Artigo 4. Resenha 5. Coluna 6. Caricatura 7. Carta 8. Crônica
Interpretativo	Papel educativo, esclarecedor.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análise 2. Perfil 3. Enquete 4. Cronologia 5. Dossiê
Diversional	Distração, lazer.	<ol style="list-style-type: none"> 1. História de interesse humano 2. História colorida
Utilitário	Auxílio nas tomadas de decisões cotidianas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indicador 2. Cotação 3. Roteiro 4. Serviço

Fonte: MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016

Estando o gênero informativo dentro do enfoque desta pesquisa, nos atemos a ele, então como ponto de partida para compreender o conceito do nosso objeto de estudo. Focaremos mais precisamente em dois de seus formatos: a notícia e a reportagem. A notícia dá um tratamento mais superficial ao fato. Responde às perguntas básicas “o que”, “onde”, “quando”, “como”, “quem” e “porquê”, estando atrelado ao jornalismo diário e instantâneo. A reportagem vai além. Sodré e Ferrari pontuam que “embora a reportagem não prescindia de atualidade, esta não terá o mesmo caráter imediato que determina a notícia, na medida em que a função do texto é diversa” (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 18). A reportagem é a narrativa jornalística. Apesar de estar constantemente ligada à ficção, no jornalismo a narrativa se configura como elemento de grande importância. E, de acordo com os acontecimentos que transformam nosso cotidiano, nos direciona para a reportagem, que “aprofunda os aspectos necessários para a produção de uma mensagem jornalística” (RODRIGUES, 2010, p. 15). A notícia, como afirma Magno, está contemplada com uma narrativa de duas vozes, como um ponto e um contraponto, uma “fábula entre o bem e o mal” (MAGNO, 2006, p. 25). A reportagem se comporta de maneira diferente. A autora pontua que

O repórter de reportagem não fala apenas com o bandido, com a vítima e com a polícia. Ele tem que “ver” o crime, contextualizá-lo, estudá-lo, além da noite da morte, enxergá-lo além da monstrualização do assassino e da vitimização da vítima. Por fim essa outra postura diante do “acontecimento” consegue suavizar o agendamento típico das notícias. Ou seja, a reportagem agenda menos e relativiza mais (MAGNO, 2006, p. 27).

A forma como o texto é produzido influencia consideravelmente no interesse do leitor. Um bom desenrolar do fato, de maneira clara, objetiva e inteligível é essencial. É a esse desdobramento que damos o nome de narrativa, que se caracteriza pelo ato de contar uma história situando-a no espaço e no tempo. Em sua estrutura traz elementos essenciais, precisa apresentar a informação, quando ocorreu, o cenário onde está inserido, seus personagens, como e o porquê se deu esse acontecimento, bem como as consequências dele. Sodré pontua que “a atividade literária, como bem se sabe, sempre esteve ligada à prática do jornalismo” (SODRÉ, 2012, p. 139). Ele afirma que

[...] quando um jornalista se comporta como narrador literário – por exemplo, usando linguagem pessoal ou coloquial, colocando a si

mesmo na cena do acontecimento, dando cores de aventura romanesca a seu relato, litigiando com as fontes de informação, etc. – não está “fazendo literatura”, e sim lançando mão de recursos da retórica literária para captar ainda mais a atenção do leitor. (SODRÉ, 2012, p. 144).

Entende-se por narrativa “todo e qualquer discurso capaz de evocar um mundo concebido como real, material e espiritual, situado em um espaço determinado” (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 11). A sequência dos fatos narrados é disposta, basicamente, em quatro partes: a introdução, que ambienta o leitor dos principais pontos da história contada; o desdobramento dos fatos; o ponto alto da narrativa, também chamado de clímax, no qual o conflito se apresenta com mais força; e a finalização, com o desfecho da história e as consequências. Conforme explica Vilas Boas,

o texto narrativo se caracteriza pela referência a ações de pessoas, descrições de circunstâncias e objetos. Os fatos são organizados de modo a mostrar “mudanças progressivas” nas pessoas e coisas. O texto de uma reportagem narrativa mostra as mudanças ocorrendo. É como se a realidade fosse recriada aos olhos dos leitores. Um eterno acontecer (VILLAS BOAS, 1996, p. 52).

Em um primeiro momento, pensa-se que essas características são próprias e únicas da narrativa literária. No entanto, “a relação entre literatura e jornalismo não pode ser pensada em um exercício dualista, mas sim em uma ótica que analise a importância da correlação entre os dois discursos, que revelam uma relação histórica” (RODRIGUES, 2010, p. 21).

O uso de narrativa característica do jornalismo literário é bastante específico, uma vez que a reportagem de fôlego exige do jornalista um cuidado na escolha da abordagem para que o leitor se prenda à narrativa do início ao fim. Bem como uma apuração dos fatos mais aprofundada, para que informações importantes para a construção do relato não se percam. Mantendo assim o compromisso com a veracidade e chamando atenção do receptor para o tema apresentado, despertando-o para outras possíveis discussões. Sobre o jornalismo de fôlego, Pessa (2010) comenta que a

reportagem visa atender a necessidade de ampliar os fatos para uma dimensão contextual e colocar para o receptor uma compreensão de maior alcance, objetivo melhor atingido na prática da grande-reportagem, que possibilita um mergulho de fôlego nos fatos e em seu contexto e oferece ao seu autor uma dose ponderável de liberdade para

superar os padrões e fórmulas convencionais do tratamento da notícia (PESSA, 2010, s/n)

Nas grandes narrativas jornalísticas são apresentados diversos ângulos de um fato. Um deles direciona o olhar para diferentes modos de desenvolver o relato para além da ampliação da notícia, sendo horizontal “no sentido da abordagem extensiva em termos de detalhes” e vertical “no sentido de aprofundamento da questão em foco” (LIMA, 2009, p. 26). Lima pontua que os relatos são compostos por cinco elementos. O primeiro deles é o “contexto do fato” que é utilizado “para que se tenha uma visão clara de todas as forças, naquele fenômeno focalizado”. O segundo, apontado pelo autor, são os “antecedentes” que buscam na história o que pode ser visto como a causa do fato, suas origens. O “suporte especializado” é o terceiro elemento que são as “pesquisas de opinião pública ou entrevistas com especialistas e testemunhas do assunto em questão”. O quarto ponto é a “propagação” que transita no tempo para observar as consequências que esse fato poderá acarretar em outros processos sociais. E, por fim, tem-se o “perfil” que traz para a narrativa aprofundada o caráter humanizado como forma de aproximar o receptor do relato por meio de identificação (LIMA, 2009, p. 21).

De acordo com seu andamento, a reportagem pode ser apresentada a partir de três modelos, destaca Sodré e Ferrari (1986). O primeiro é a “reportagem de fatos” (*fact-story*) que acontece quando os assuntos são narrados conforme sua importância e acontecimento, conhecido também como “pirâmide invertida”. No segundo modelo, o desdobramento do relato ocorre a partir do que causa maior impacto (singular) e perpassa por todo o desenrolar da história, chamado de “reportagem de ação” (*action-story*). Já o terceiro modelo, a “reportagem documental” (*quote-story*), está mais voltada para o âmbito da pesquisa, de maneira objetiva e expositiva.

Dentro desses três modelos podemos encontrar algumas características, como também pontuam Sodré e Ferrari (1986). São elas: a) predominância da forma narrativa; b) humanização do relato; c) texto de natureza impressionista; e d) objetividade dos fatos narrados. Explicando melhor cada uma delas, além do caráter da explanação, principal elemento do jornalismo de fôlego, ou jornalismo aprofundado, é importante que seu conteúdo incite interesse humano. Belo pontua que “a humanização do relato, além de despertar, facilita a contextualização dos fatos e abre boas perspectivas para receptividade da obra no mercado” (BELO, 2017, p. 51). A descrição dos personagens e a aproximação

dos acontecimentos com a realidade do cotidiano traz tanto ao leitor da reportagem de fôlego quanto à fonte o sentimento de identificação, de pertencimento.

Ijuim (2017) aponta em seus estudos a importância da humanização nas narrativas jornalísticas. O autor pontua que os relatos não devem ser tratados sem profundidade, como meros objetos. Quando isso ocorre e o personagem da narrativa perde sua importância, percebe-se que os “seres humanos não têm sido representados como pessoas, mas como caricaturas desses fenômenos. E isso desumaniza” (IJUIM, 2017, p. 238). Para ele,

[...] o jornalista deve observar a realidade como um tecido de acontecimentos, de forma compromissada e solidária aos valores universais, identificada com a sociedade que este profissional (teoricamente) tem que servir. [...] Solidariedade, portanto, também se refere à possibilidade que um fazer jornalístico que permita criar nexos entre o que se propõe a divulgar e a maior identificação com a audiência. (IJUIM, 2017, pp. 238-239)

Outro fator que desumaniza a narrativa jornalística é o olhar do repórter para a pauta. É comum que o jornalista esteja condicionado a tratar o fato de modo mais superficial devido à escassez de tempo para uma apuração e um debruçar mais aprofundado no relato. No entanto, ao fazer isso o repórter “ignora a complexidade do fenômeno; não engajado à realidade, perde em cumplicidade com o outro e, por isso, não reporta a vida. E isso desumaniza” (IJUIM, 2017, p. 239). Essa falta de humanização se deve muito às rotinas de produção. O jornalismo diário é bastante caracterizado pelo factual, pelas notícias objetivas que apresentam o fato com o único intuito de levar a informação. Entretanto, as narrativas aprofundadas do jornalismo de fôlego retomam o cuidado de não apenas apresentar o fato, mas de despertar sensações no receptor.

O jornalismo contemporâneo, caracterizado pela produção em larga escala, que começou já no século passado com o surgimento das primeiras agências noticiosas formadas nos EUA e na Europa, encontra a fórmula básica de comunicar no elemento notícia, que se transforma no catalisador do sistema do jornalismo. É neste sentido que a reportagem pode ser melhor elaborada do que a notícia. [...] Reportagens que estejam livres de clichês e vícios do jornalismo convencional, como a superficialidade e o sensacionalismo (RODRIGUES, 2010, p. 17).

A reportagem deve assumir também um papel que vá além da simples informação, devendo seguir o caráter impressionista, possibilitando ao leitor maior aproximação com

o relato, que são organizados e desenvolvidos sem perder a objetividade e o compromisso com a verdade.

Traços de subjetividade também são vistos nesse tipo de produção, uma vez que reflete uma característica do jornalismo aprofundado, trazendo o resgate de elementos literários na composição da narrativa jornalística e o foco no caráter humanizado. Pereira e Gushiken afirmam que “entre os princípios definidores desse jornalismo, estariam a voz autoral daquele que escreve o texto e a humanização das pessoas retratadas nas histórias, fazendo delas mais que fontes de informações” (PEREIRA; GUSHIKEN, 2017, p. 4). Os autores alertam para a

[...] contaminação contemporânea entre jornalismo e literatura permitiu um reposicionamento da subjetividade das pessoas retratadas nas narrativas factuais. Por meio de uma diversificação nos modos de observar e narrar, o jornalismo esgarça as fronteiras da notícia e de seus padrões sustentadores (PEREIRA; GUSHIKEN, 2017, p. 10).

É importante ressaltar que, dependendo do assunto abordado na reportagem, esta poderá apresentar algumas dessas características com maior presença. No entanto, a narrativa é a característica que mantém obrigatoriedade. Em resumo, utilizando como parâmetro as características propostas por Sodré; Ferrari (1986), e Lima (2009), podemos organizar, para melhor visualização, as principais características no **Quadro 3**, abaixo:

Quadro 3 – Principais características da reportagem, por Sodré; Ferrari, e Lima

CARACTERÍSTICAS DA REPORTAGEM	
SODRÉ E FERRARI	LIMA
Predominância da forma narrativa.	Contexto do fato.
Humanização do relato.	Perfil.
Objetividade dos fatos narrados.	Suporte especializado.
Texto de natureza impressionista.	Antecedentes.
	Propagação.

Fonte: SODRÉ; FERRARI, 1986 / LIMA, 2009 (Organização da autora)

Outro aspecto na construção da narrativa é a disposição do tempo, dividido em quatro modalidades. A primeira configura-se no “tempo psicológico” que une o passado ao presente a partir da apreensão do indivíduo. A segunda é o “tempo físico”, representado pelas leis naturais como “dia” e “noite”, seguido do “tempo cronológico”, com qualquer referência a acontecimentos históricos que possam ajudar a contextualizar o fato relatado. Por fim, tem-se o “tempo linguístico”, no qual o autor “escreve hoje sobre o que aconteceu há cinco anos, situando a narrativa no plano de tempo do acontecimento” (VILAS BOAS, 1996, p. 56).

No UOL TAB, nosso objeto de estudo, é possível visualizar diversas dessas características em uma mesma produção. Como é o caso da produção intitulada **A Psicologia do Massacre**³. Produzida por Kaluan Bernardo, Letícia Naísa, Rodrigo Bertolotto e Tiago Dias, e publicada em 18 de março de 2019, a reportagem trata da ocorrência do atentado na escola em Suzano, em São Paulo, dentre outros ataques com armas em ambientes escolares no Brasil e em outros países. Com uma abordagem extensa, característica de uma narrativa de fôlego, a produção é dividida por intertítulos, mesclando texto, imagem, infográfico e vídeo, com edição feita por Daniel Tozzi e multimídia por Daniel Neri e Rodrigo Souto.

A reportagem explana o contato entre possíveis agressores por meio de fóruns e grupos escondidos nas áreas mais obscuras na internet. O compartilhamento de relatos, informações, “dicas” e apoios dentro desses grupos fortalece a ideia de violência, em sua maioria feita por homens. O psicanalista Christian Dunker, uma das fontes da reportagem, afirma que esse estímulo à violência provém de um discurso pregado pelo meio social de que os conflitos são mais facilmente resolvidos com violência, e não com diálogo. E isso se agrava quando reforçado pelos chefes de Estado, que apoiam o livre armamento e despertam em seus seguidores a necessidade de justiça pelas próprias mãos.

Desde a edição, a estética das imagens com tom mais alarmante, as fontes orais e autorizadas que dão seriedade e credibilidade ao relato, enquanto citações de vítimas diretas ou indiretas de massacres intercalam o texto, configuram uma narrativa humanizada, característica das grandes reportagens jornalísticas. O tratamento dado ao conteúdo publicado revela algumas das principais características de uma reportagem,

³A **Psicologia do Massacre**. Reportagem publicada em 18 de março de 2019. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/massacre-suzano/index.htm>. Acesso em: 06 fev. 2020.

dispostas pelos autores citados anteriormente. Além do caráter narrativo indispensável, a humanização e o suporte especializado são alguns elementos previamente identificados.

A produção de grandes reportagens, como já abordado, demanda maior tempo de pesquisa e apuração dos fatos com uma busca mais profunda da informação. Assim, todas estão evidentemente relacionadas à atividade da investigação, uma vez que a checagem dos fatos é fundamental para o trabalho investigativo, que deve ser feita minuciosamente. A investigação no jornalismo diz respeito ao que é considerada por alguns autores a sua característica primordial e que, apesar de ter adquirido título de especialização, tem sua nomenclatura vista com obviedade, uma vez “sem investigação não se faz jornalismo de boa qualidade” (NOBLAT, 2016, p. 45). Para escrever uma notícia, contar uma história, o jornalista precisa, antes de tudo, apurar os fatos, investigar. No entanto, com o desenvolvimento da comunicação, o jornalismo investigativo assumiu outro patamar mais específico e, segundo Fortes, se tornou “um nicho, uma marca e um símbolo de *status* dentro do jornalismo brasileiro” (FORTES, 2005, p. 8).

A maioria das pessoas costuma relacionar o termo “investigar” a fatos associados a denúncias e ao trabalho da polícia. No entanto, para a atividade jornalística esse conceito é bem mais extenso e significa, de acordo com Belo, “penetrar fundo na alma de um personagem, conhecer seus hábitos, sua cultura ou retratar com minúcias o modo de vida de uma época. É contextualizar os fatos, analisar as circunstâncias, revelar os acontecimentos, levantar dados novos” (BELO, 2017, p. 50).

Kotscho entende que para o repórter realizar um bom trabalho, saber escrever é apenas um passo. O jornalista deve minimamente ter noção da angulação que deseja dar à reportagem e sobre o que está escrevendo, além de compreender que seu trabalho vai além da simples informação. O autor pontua que “enquanto houver repórteres dispostos a levar seu ofício até as últimas consequências, a reportagem sobreviverá – grande ou pequena, não importa. O importante é continuar contando o que acontece por aí” (KOTSCHO, 1986, p. 80).

Sequeira afirma que “todo repórter investigativo sabe que cada matéria é única e os imprevistos sempre surgem, desafiando sua criatividade” (SEQUEIRA, 2005, p. 160). Isso pode ser aplicado com clareza a partir do relato de Olívia Fraga⁴, editora do TAB

⁴ Olívia Fraga. Editora do UOL TAB. Entrevistada pela autora por meio da plataforma Google Meet, em 04 de dezembro de 2020.

entrevistada para esta pesquisa, sobre a reportagem intitulada **A Covid-19 e os sentidos**, que retrata a rotina na UTI do Hospital Emílio Ribas, o primeiro a lotar seus leitos, logo no início da pandemia do coronavírus em 2020.

Olívia aponta seus desafios, como editora de pensar não apenas no conteúdo, mas também nos riscos que os profissionais da redação estariam expostos no trabalho, como seria desenvolvida a abordagem de um assunto tão complicado, tendo pouco tempo de apuração.

[...] pegamos uma semana quente ali, tava muito cheio [...]. A gente tinha direito a quatro dias, mas o material dos dois primeiros dias já foi muito suficiente. E eu tava com medo de expô-los demais. Muito coincidentemente, no mesmo dia que ela (a repórter) foi ao Emílio Ribas, rolou a autorização pra gente entrar no HC, no Hospital das Clínicas. Mas por uma questão de “não, o material tá sólido só com o Emílio Ribas”, a gente ficou só com o Emílio Ribas (FRAGA, 2020).

A produção de grandes reportagens, por exigir maior dedicação e tempo de pesquisa, acaba sendo deixada de lado pelo jornalismo instantâneo e dinâmico das redações. Isso tudo antes de se chegar perto de pensar na possibilidade de utilizar plataformas digitais para veiculação de conteúdos jornalísticos, como vemos com mais naturalidade nos dias atuais. Visto isso na época, alguns jornalistas sentiram a necessidade de uma ferramenta que permitisse a liberdade para contar suas histórias sem estarem pressionados pela falta de espaço e tempo e sem, também, perder as características da reportagem.

Dessa necessidade surgiu um novo produto: o livro-reportagem. Esse modelo exige do jornalista um cuidado na escolha da abordagem para que o leitor se prenda à narrativa do início ao fim, bem como uma apuração dos fatos mais aprofundada, para que informações importantes para a construção do relato não se percam. Mantendo assim o compromisso com a veracidade e chamando atenção do receptor para o tema apresentado, despertando-o para outras possíveis discussões.

Apesar de aparentar ser um produto recente, de nomenclatura atual, os livros-reportagem já eram produzidos muito antes de serem assim nomeados. Mais precisamente no século XIX, quando eram chamados de “narrativas de não ficção”, esse subgênero da literatura surgiu na Europa, em uma fase do jornalismo com característica mais autoral. Partindo de um olhar diferente e criativo, a reportagem em livro possibilita ao fato contado um caráter “atemporal”, visto que a escrita em livros é uma forma de eternizar a

história e trazê-la sempre para discussão, relacionando-a aos fatos atuais e como as possíveis consequências influenciam na sociedade.

Hoje as produções e publicações e compartilhamentos dessas narrativas estão cada vez mais possíveis devido às várias ferramentas disponibilizadas aos repórteres, editores, fotógrafos e todos os demais operários da informação. A internet e todo o seu desenvolvimento contribuiu para diversas mudanças nas formas de fazer jornalismo. No capítulo a seguir vamos conhecer mais sobre as características das produções jornalísticas multimídia e como a reportagem se comporta nesse âmbito, uma vez que nosso objeto de estudo, o UOL TAB, se insere nesse contexto.

3 NARRATIVAS NA TELA: A REPORTAGEM NA WEB

A produção de conteúdos noticiosos na internet começou a aparecer em 1995 com o *Personal Journal*, criado pelo *The Wall Street Journal* nos Estados Unidos. Passando pelo processo inicial de descoberta, em 1997 “começaram a agregar informações e serviços adicionais aos hiperlinks das ferramentas de busca” (FERRARI, 2019, p. 36). Em 1998 a NBC e a ABC entraram em atividade na internet, seguidos pelo *The Boston Globe* e pelo *The Washington Post*. No Brasil, o webjornalismo também começou em 1995, com as primeiras experiências adotadas pelo Jornal do Brasil. O jornal O Globo criou seu site no mesmo período. Já em 1996 surge o Universo Online, que pertence ao Grupo Folha. E em 1998 entra no ar o site da Revista Época.

Com o desenvolvimento da comunicação como um todo, o jornalismo na internet sofreu modificações. Uma delas diz respeito à nomenclatura. É fato, discutido por diversos autores, que não há um acordo sobre qual a maneira correta de denominar essa prática jornalística. Enquanto os autores espanhóis simpatizam com o termo jornalismo eletrônico, os norte-americanos preferem jornalismo online ou jornalismo digital. Ainda há o uso das denominações jornalismo multimídia, ciberjornalismo e webjornalismo. No

Quadro 4 destacamos as nomenclaturas mais usuais.

Quadro 4 – Resumo das definições de nomenclaturas sobre práticas de produção e disseminação de informações no jornalismo contemporâneo

NOMENCLATURA	DEFINIÇÃO
Jornalismo Eletrônico	Utiliza equipamentos e recursos eletrônicos.
Jornalismo digital ou Jornalismo multimídia	Emprega tecnologia digital, todo e qualquer procedimento jornalístico que implica no tratamento de dados em forma de <i>bits</i> .
Ciberjornalismo	Envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço.
Jornalismo Online	É desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real.
Webjornalismo	Diz respeito à utilização de uma parte específica da internet, que é a <i>web</i> .

Fonte: MIELNICZUK, 2003, p. 44

É interessante pensar como cada conceito se aplica a cada atividade do jornalismo na internet. Acredita-se que em se tratando de conteúdos jornalísticos, produzidos exclusivamente para a *web*, a nomenclatura webjornalismo aparece com maior frequência quando se pensa no processo de comunicação atual. O TAB se encaixa então nas características do webjornalismo, visto a sua forma de produção pensada para o formato do site e das demais plataformas de redes digitais, assim como as próprias características de jornalismo multimídia propostas pelo TAB. Mielniczuk (2003) aponta que, apesar de cada nomenclatura ter desenvolvido um conceito próprio, a existência de uma não exclui a outra, uma vez que

[...] pode servir para o desenvolvimento de material de produtos jornalísticos televisivos ou radiofônicos [...]; material para ser disseminado por uma agência de notícias diretamente para o celular de seus assinantes [...]; ou ainda material a ser disponibilizado em um site jornalístico (MIELNICZUK, 2003, p. 45).

Pereira cita que “a reportagem na internet pode manter as particularidades do formato tradicional, porém a linguagem jornalística supõe uma reconfiguração de algumas dessas características e a introdução de elementos interativos e dinâmicos” (PEREIRA, 2017, pp. 65-66). Isso reflete em todas as produções jornalísticas desenvolvidas para as plataformas digitais e/ou que utilizam das ferramentas disponibilizadas por esses ambientes.

A partir dos estudos dos gêneros jornalísticos produzidos nas redações tradicionais, foram desenvolvidos alguns conceitos atribuídos ao que Salaverria e Cores (2005) apresentam como gêneros ciberjornalísticos. São estes: informativo, interpretativo, dialógico e argumentativo.

Por sua vez, os autores também destacaram quatro fases que representam a estruturação desses gêneros no ciberespaço. A primeira é a Repetição, que diz respeito “al nivel más básico, el de la mera reproducción literal en los cibermedios de géneros y formatos textuales tomados de medios precedentes, habitualmente de los impresos” (SALAVERRIA; CORES, 2005, p. 148).

A segunda, intitulada Enriquecimento, representa uma mudança, ainda que sutil, das produções, com aparições de elementos midiáticos e hipertextuais. Na terceira fase, a Renovação, inicia um processo de criação de novos gêneros específicos para a web, como é o caso da infografia, que se encaixa, segundo os autores, dentro do gênero informativo. A última fase é a Inovação, que representa “la creación de géneros

periodísticos para los cibermedios, sin partir de referentes previos en los medios impresos y audiovisuales” (SALAVERRIA; CORES, 2005, p. 149).

A inicial busca por alcançar o público e pelo crescimento das empresas de comunicação gerou ao jornalismo uma série de mudanças. Os conteúdos noticiosos disponibilizados na internet possuíam características bastante diferentes do que se considera hoje webjornalismo. Em um primeiro momento, os conteúdos que iam para os sites eram apenas uma cópia do que já estava na mídia impressa. Mielniczuk (2003) enfatiza que, apesar de haver uma tentativa de divisão temporal das fases do webjornalismo, é possível encontrar em alguns veículos de comunicação características predominantes em diversas fases, que veremos mais detalhadamente no tópico a seguir.

3.1 Fases e características do webjornalismo

A primeira fase do webjornalismo é datada a partir de 1995 e retrata as produções jornalísticas na internet em seu caráter embrionário denominado *hardcopy* e “o que é chamado então de jornal on-line na web não passava de transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias” (MIELNICZUK, 2003, p. 48). Basicamente seguia-se o padrão estabelecido pelas redações do impresso, tanto na estrutura do texto como na organização da página do site.

Na segunda fase, notada a partir de 1997, ainda há um grande rastro da transposição, mas as empresas começaram a compreender que existiam ferramentas nesta “nova” mídia que podiam auxiliar na produção e na recepção. Nesse momento iniciam os usos dos links, utilização dos hipertextos, explorando mais a plataforma, mas ainda em uma atividade em construção. Os links são recursos utilizados dentro do texto, com função paratextual e semântica, sendo “o principal elemento do hipertexto, aquele capaz de estruturar uma narrativa multilinear” (MIELNICZUK, 2005, p. 03).

A terceira fase passa a ser observada nos primeiros anos da década de 2000, quando os processos que envolvem não apenas questões de produção, mas das empresas de comunicação como um todo começam a ser transformados. Há uma exploração ainda maior dos recursos multimidiáticos pensados em produções com características cada vez mais intrínsecas do jornalismo desenvolvido para a internet. O texto então assume o modelo *softcopy*, um jornalismo pensado e criado exclusivamente para a *web*. Antes, a alimentação do site era feita manualmente e nessa etapa são utilizadas ferramentas que realizam esse trabalho com maior facilidade.

As características do webjornalismo da terceira geração são definidas por Palacios *et al* (2002) em seis estruturas: hipertextualidade, multimídia/convergência, interatividade, instantaneidade, personalização e memória. Um produto webjornalístico pode ter todas as características presentes, mas na prática não é uma regra.

O jornalista também teve que se adequar a esta fase, uma vez que o estilo do texto para a *web* também sofre modificações, porque o conteúdo propõe uma leitura não linear, como forma de fazer com que o leitor transite por todo o site e tenha acesso a uma gama maior de informações. Conforme Mielniczuk,

[...] os produtos jornalísticos apresentam: - recursos em multimídia, com sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; - recursos de interatividade, como *chats* com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; - opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; - a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização da edição, mas também como uma possibilidade na narrativa jornalística dos fatos; - atualização contínua no webjornal e não apenas na seção ‘últimas notícias’ (MIELNICZUK, 2003, p. 50).

Pavlik (2014) ainda apresenta uma sétima característica: a ubiquidade que representa a ideia de conteúdo presente em todos os lugares. E, para além do conteúdo, identifica a onipresença do usuário. “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). As produções do TAB contemplam grande parte dessas características, no entanto, como veremos mais à frente, algumas destas não são tão pontuadas, principalmente pela proposta do veículo e as várias abordagens que apresenta.

Outros autores foram desenvolvendo também os conceitos de outras duas fases do webjornalismo. A partir de 2004, por exemplo, afirma-se que há o surgimento da quarta fase do jornalismo na web, caracterizada pelos “avanços na programação dos códigos fonte que permitem uma maior relação notícia e usuário, à medida que novas páginas são criadas mediante solicitação do usuário em navegá-las” (REGES, 2010, p. 36). A autora reforça que esse movimento ocorreu de forma não-linear e seguindo alguns fatores que impactaram nesse processo, como o próprio desenvolvimento da internet e o surgimento de novas plataformas, em geral adotadas pelos produtores de conteúdo informativo. Barbosa observa que:

O entendimento do potencial das BDs na era do computador, portanto, amplifica o sentido do termo, indo além daquela noção mais básica de estrutura de dados para rápida recuperação, que até então norteou os procedimentos de armazenamento e ordenamento de informações, para adquirir o *status* de nova forma cultural simbólica (BARBOSA, 2008, p. 03).

O uso de bancos de dados teve início na década de 1960, principalmente quando se trata de armazenar, organizar, recuperar e compartilhar dados informativos, a partir do desenvolvimento das necessidades dos indivíduos de executar essas atividades ou receber esses conteúdos. E o jornalismo na internet, aliado aos usos desses dados, cria um novo modo de comunicar: O Jornalismo Digital em Base de Dados – JDBD. Segundo Barbosa, esse modelo

[...] desponta em razão das funcionalidades asseguradas pelas BDs para a construção e gestão de produtos jornalísticos digitais – os cibermeios – bem como para a estruturação e a apresentação dos conteúdos. Associado a ele está, ainda, a identificação de uma nova metáfora para a representação de conteúdos de natureza jornalística, a *databaseaesthetics* ou estética base de dados (BARBOSA, 2008, p. 05).

A autora define essa geração a partir de funcionalidades e categorias que servem para compreender sua estrutura. Barbosa destaca sete divisões: dinamicidade, automatização, flexibilidade, inter-relacionamento/hiperlinkagem, densidade informativa, densidade temática e visualização. Quanto à funcionalidade, ela realizou a organização de um quadro para melhor explicar, uma vez que esse tópico possui 18 elementos, citados no **Quadro 5**.

Quadro 5 – Funcionalidades do Jornalismo Online em Base de Dados

1. Indexar e classificar as peças informativas e os objetos multimídia.	10. Ordenar e qualificar os colaboradores e “repórteres cidadãos”.
2. Integrar os processos de apuração, composição e edição dos conteúdos.	11. Conformer padrões novos para a construção das peças informativas.
3. Orientar e apoiar o processo de apuração, coleta, e contextualização dos conteúdos.	12. Propiciar categorias diferenciadas para a classificação externa dos conteúdos.
4. Agilizar a produção de conteúdos, em particular os de tipo multimídia.	13. Gerar resumos de notícias estruturados e/ou peças informativas de modo automatizado.

5. Regular o sistema de categorização e qualificação das distintas fontes jornalísticas, indicando a relevância das mesmas.	14. Transmitir e gerar informação para dispositivos móveis, como celulares, computadores de mão, <i>iPods</i> , entre outros.
6. Sistematizar a identificação dos profissionais da redação, e documentar a sua respectiva produção.	15. Armazenar anotações semânticas sobre os conteúdos inseridos.
7. Estocar o material produzido e preservar os arquivos (memória), assegurando o processo de recuperação das informações.	16. Habilitar o uso de metadados para análise de informações e extração de conhecimento, por meio de técnicas estatísticas ou métodos de visualização e exploração como o <i>data mining</i> . E também para a aplicação da técnica do <i>tagging</i> .
8. Garantir a flexibilidade combinatória e o relacionamento entre os conteúdos.	17. Cartografar o perfil dos usuários para adequar o conteúdo às suas necessidades de informação.
9. Permitir usos e concepções diferenciadas para o material de arquivo.	18. Implementar a publicidade dirigida, personalizando por perfil de usuário, país e/ou cidade.

Fonte: BARBOSA, 2008, p. 7.

O jornalismo na internet tem em seus domínios, o uso de diversas plataformas de produção e consumo de conteúdos, também dos mais variados. É importante pensar que o produto do jornalismo conectado não perde suas características, tendo até que redobrar seus cuidados quanto à veracidade dos fatos. O receptor procura por informações que atendam às suas necessidades, não apenas em relação ao relato, mas, também, como este é apresentado.

O consumidor de notícias, no entorno digital, se converte em produtor e difusor; e de outro lado o jornalista, ou ciberjornalista, se converte em um sujeito que deve primar pela qualidade, em contraposição insubstituível, imperativo, para garantir a qualidade do jornalismo [...] (RIVERA-ROGEL; MARTINS, 2020, p. 21).

Do papel ao computador, celular ou *tablet*, o processo comunicacional começa a se desprender de algumas formas, principalmente por causa do surgimento de outros dispositivos. O consumo de informação se torna mais prático e se adequa ao dia a dia do usuário, o que possibilita também a produção de novas experiências de exploração. A ação desses meios e a forma como são utilizados dentro do contexto, tanto jornalístico

quanto social, é que irão influenciar ou impactar, em maior ou menor grau, nas experiências e transformações na sociedade, como observa Flores-Vivar.

Con la expansión de la Web 2.0 en el periodismo, los medios y la audiencia, se crea una nueva concepción del periodismo que difiere del modo tradicional de informar. Con los medios sociales se produce el verdadero “*feed back*” de la comunicación, transformando el periodismo en un concepto más interactivo, más conversacional. Se rompe el modelo unidireccional (uno a muchos), atraviesa un modelo bidireccional (uno a uno) para acabar en un modelo multidireccional (muchos a muchos). (FLORES-VIVAR, 2020, p. 37).

A quinta geração do webjornalismo representa essa fase dos conteúdos hiperconectados. Com o desenvolvimento das plataformas de mídias e redes sociais digitais, o jornalismo passa a ser pensado não apenas atendendo as características da web, mas em uma interface que se adapte aos dispositivos mais utilizados pela sociedade no cotidiano, como celulares e tablets. Dentre as características dessa geração está a responsividade, que significa essa adequação do conteúdo ao caráter do suporte utilizado para seu consumo.

De mediada pelos meios de comunicação tradicionais até suas produções para a internet, as grandes narrativas passam por um processo de mediatização quando sua experiência é modificada, no sentido de “possibilidades pontuais de fazer coisas específicas que não eram feitas antes (ou eram feitas de outro modo)” (BRAGA, 2006, p. 11), havendo uma mudança nas práticas baseada nas ferramentas que foram surgindo e se desenvolvendo.

O indivíduo não precisa mais esperar para assistir as notícias e reportagens na TV, ouvir no rádio, ou esperar a veiculação das revistas ou jornais impressos. O receptor agora tem a possibilidade de ter as informações, muitas vezes em tempo real, em suas mãos nas mais variadas mídias digitais, não apenas pelos meios de comunicação mais tradicionais. A prática se molda à realidade das novas tecnologias. Braga afirma que:

No estágio atual da mediatização, algumas características podem, então ser percebidas como derivações de lógicas anteriores de interação, outras, como desenvolvimento de lógicas próprias. Não se demarcam apenas como modos de organizar e transmitir mensagens e de produzir/transportar significados; mas também e sobretudo como modos segundo os quais a sociedade se constrói. São padrões para “ver as coisas”, para “articular pessoas” e mais ainda, relacionar sub-universos na sociedade e – por isso mesmo – modos de fazer as coisas através das interações que propiciam (BRAGA, 2006, p. 17).

Em suas primeiras conceituações, a mediação é caracterizada em dois tipos. A primeira é a mediação direta ou forte, que “remete a situações em que uma atividade antes não mediada adquire uma forma mediada” (HJARVARD, 2013, p. 40). O segundo tipo de mediação é a indireta ou fraca, que “ocorre quando uma dada atividade passa a ser cada vez mais influenciada – em sua forma, conteúdo, organização ou contexto – pelos símbolos ou mecanismos midiáticos” (HJARVARD, 2013, p. 41). Tanto a mediação direta quanto a indireta são importantes para compreender o processo como um todo. No entanto, a mediação direta é mais fácil de ser destacada, já a forma indireta do processo é mais leve.

Muito se confunde o que de fato é mediação e o que é mediação, e em que pontos elas convergem e em quais elas se contrapõem. É importante ressaltar que uma não exclui a existência da outra, apesar das concepções distintas. A mediação, de acordo com Hjarvard (2013), é o processo comunicacional que utiliza algum meio para acontecer, diferente da interação face a face. A mediação, diferente da anterior, “refere-se a um processo de mais longo prazo, em que as instituições sociais e culturais e os modos de interação são alterados” (HJARVARD, 2013, p. 39).

De maneira microssocial, a mediação é vista a partir das possíveis utilidades que os objetos possuem para as pessoas. Observa-se também a interação entre os indivíduos em suas modalidades, desde a interação face a face até a interação mediada. Ao adotar um olhar mais macrossocial, os estudos observam quais impactos essas relações e interações causam nas instituições sociais. Gomes comenta sobre a relação da comunicação com as tecnologias:

Não é somente a comunicação que é potencializada, isto é, não são apenas as possibilidades de comunicação, por meios tecnológicos extremamente sofisticados, que caracterizam o contexto atual, mas a sofisticação tecnológica, amplamente utilizada pelas pessoas desde a mais tenra idade, cria um novo ambiente matriz que acaba por determinar o modo de ser, pensar e agir em sociedade. A esse ambiente matriz designamos de “sociedade em mediação” (GOMES, 2016. s/n).

Dentro desses processos é possível compreender a mediação e a mediação “não apenas enquanto ação social resultante do contato com alguma tecnologia, mas como uma ambiência comunicacional produtora de sentido” (GUINDANI; MORIGI, 2012, p. 196). A mediação social, portanto, é compreendida como um processo complexo que não

deve estar estritamente relacionado ao desenvolvimento tecnológico, devendo ser levado em conta também os saberes culturais de uma sociedade, bem como as ações cotidianas dos indivíduos. Fausto Neto afirma ainda que se “institui um novo feixe de relações, engendradas em operações sobre as quais se desenvolvem novos processos de afetações entre as instituições e os atores sociais” (FAUSTO NETO, 2008, p. 96).

As reportagens do TAB trazem à tona reflexões que transitam não apenas entre o leitor e o veículo, mas ainda entre o leitor e a temática abordada. Aproxima-o das críticas levantadas pelos repórteres e pelos relatos das fontes e dos documentos trabalhados nas narrativas, o que pode levar a algo que vai além da simples informação, causando impacto em maior ou menor grau, mas ainda assim levando-o a pensar sobre os assuntos tratados.

A midiatização surge como um conceito básico para compreender as transformações sociais, sejam elas na comunicação, no desenvolvimento de práticas culturais, na tecnologia e no próprio agir de cada indivíduo em sociedade. Gomes salienta que, visto por esse ângulo, “a midiatização é usada como um conceito para descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as interrelações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural” (GOMES, 2016, s/n). A partir desses conceitos básicos podemos, enfim, compreender como a reportagem multimídia, característica de nosso objeto de pesquisa, apresenta-se.

Quando se pensa nas grandes narrativas jornalísticas na internet, em se tratando de sua estrutura e também das possibilidades de compartilhamento entre mídias, observamos uma exploração ainda maior das ferramentas disponíveis. E isso facilita a aproximação do público e a interação com o veículo, como observa Flores-Vivar.

No existe precedente alguno en donde veamos que el usuario haya gozado de tanta libertad para elegir, participar, opinar e, inclusive, generar información para terceros. La proliferación de blogs y redes sociales pone de manifiesto la capacidad e interés de los nuevos usuarios por crear y dar salida a nuevos contenidos fuera de los canales habituales (FLORES-VIVAR, 2020, pp. 38-39).

Estudar o webjornalismo requer a compreensão de outros conceitos atrelados à produção de conteúdo não apenas para a internet, mas pensando na conexão entre diversas mídias. Cada vez mais as produções estão interligadas, podendo servir de complemento umas para as outras. Por isso, não se pode descartar o estudo dessas plataformas de mídia e as relações que se estabelecem entre elas, e entre os receptores desses conteúdos.

Para além dos processos tecnológicos, com a difusão das conexões, surgimento de outras práticas comunicacionais, o consumo de conteúdos jornalísticos na web assume uma característica coletiva com o compartilhamento dessas experiências nas diversas mídias e redes digitais. Essas ferramentas de interação e relacionamento se tornam mais um recurso utilizado pelos receptores de informações que têm cada vez mais se transformado em influenciadores, críticos e participativos no ambiente noticioso.

Para Jenkins (2009), há uma linha tênue entre quem produz e quem consome diversos conteúdos criados, principalmente com a disponibilidade de recursos digitais, por exemplo. Visto isso, o indivíduo que era apenas leitor pode colaborar de diversas maneiras da produção jornalística, sendo peça bastante importante nesse processo. O autor afirma que as produções, no geral, estão aceitando cada vez mais participação do receptor do conteúdo, que de alguma maneira também pode contribuir para a produção, além de elaborar seus próprios conteúdos.

Aqui levantamos uma breve crítica em relação a participação clara do público do UOL TAB. Apesar da utilização das redes sociais pelo veículo, as plataformas não são tão bem exploradas, como comenta a editora Olívia Fraga, em entrevista para esta pesquisa. Isso, querendo ou não, acaba influenciando nas produções e na concentração do público, uma vez que o viés do TAB é bastante tecnológico, buscando pautas e discussões atuais para seus produtos, e grande parte do público busca as redes digitais como forma de dialogar com o veículo. A editora salienta a importância dessas ferramentas de interação, ao passo que divide a carência nesse setor⁵.

A comunicação tem estado presente em múltiplos formatos, de modo a atender uma variedade de públicos, em suas diversas características. Os conteúdos se apresentam em várias plataformas que conversam entre si e propõem ao receptor diferentes experiências. Dentro deste contexto é possível observar uma relação mais estreita entre quem produz e quem consome a mensagem, e mais ainda entre a informação, o produto, o conteúdo e o receptor.

No entanto, apesar das transformações, pode ser percebido que as formas anteriores de produzir e receber conteúdos não foram extintas, mas se modificaram e se readequaram frente aos novos formatos. A isso chamamos de convergência que, segundo Jenkins, é o “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia” (JENKINS,

⁵ FRAGA, 2020, Informação verbal.

2009, p. 29). Isso se dá principalmente por conta do constante desenvolvimento de suportes tecnológicos, como também pelas transformações dentro de cada indivíduo que convive nesse contexto de modificações. Jenkins diz que a convergência ocorre, antes de qualquer coisa, “dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros” (JENKINS, 2009, p. 30).

Apesar de ser um conceito bastante aplicado à realidade atual, as pesquisas relacionadas à convergência começaram em 1930, com estudos sobre a sociedade britânica. Mais à frente, em 1980, foi inserida no contexto das novas ferramentas da época e, como afirma Briggs e Burke, “foi aplicada ao desenvolvimento tecnológico digital, à integração de texto, números, imagens, sons e a diversos elementos na mídia” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 266).

Especificamente falando de convergência na comunicação, as pesquisas se desenvolveram a partir de 1983 com o cientista político Ithiel de Sola Pool e a publicação do seu livro *Technologies of Freedom*, que foi pioneiro em “delinear o conceito de convergência como um poder de transformação dentro das indústrias midiáticas” (JENKINS, 2009, p. 37).

Alguns suportes, que antes tinham uma função específica, adaptam-se a essa realidade e às necessidades do indivíduo. Telefones, computadores, aparelhos de televisão, agora instauram um diálogo entre tecnologia e conteúdo, trazendo diversas possibilidades à sociedade em convergência. Trata-se de um conceito que vai além do desenvolvimento tecnológico e de uma relação entre mercado e público.

Na comunicação como um todo, assim como em diversos conteúdos produzidos no jornalismo, a convergência se faz presente de maneira bastante visível. O leitor inserido nesse meio digital passa a ter potencial para assumir a posição de indivíduo interagente e participante do processo comunicacional. Os espaços de conversa sobre as pautas diárias e os assuntos mais aprofundados ganham uma nova característica: são dinâmicos, instantâneos, no qual o leitor não precisa mais esperar pela próxima edição do jornal impresso, ou do telejornal, podendo expressar suas opiniões sobre o que está acontecendo no momento em que recebe a informação com o auxílio das plataformas de redes sociais digitais.

Relacionados nesse contexto, conceitos de interatividade e participação se apresentam de maneiras específicas. Enquanto a interação entre o meio e o indivíduo “refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao feedback do consumidor” (JENKINS, 2009, p. 189), a participação está atrelada mais

especificamente ao conteúdo e sua produção. O autor define a cultura participativa como uma relação entre o produto e o consumidor sob um novo olhar, no qual o receptor do conteúdo agora é visto também como um colaborador da sua produção, podendo ou não interferir em pontos importantes nesse processo, pois “no fim, os produtores precisam dos fãs tanto quanto os fãs precisam deles” (JENKINS, 2009, p. 234).

Produtores de mídia e anunciantes falam hoje em “capital emocional” ou “lovemarks”, referindo-se à importância do envolvimento e da participação do público em conteúdos de mídia. Roteiristas e outros criadores pensam na narrativa, hoje, em termos da criação de oportunidades para a participação do consumidor. Ao mesmo tempo, os consumidores estão utilizando novas tecnologias midiáticas para se envolverem com o conteúdo dos velhos meios de comunicação, encarando a internet como um veículo para ações coletivas (JENKINS 2009, p. 235).

Os consumidores de reportagem têm se apropriado de diversas maneiras de participação, desde a produção de conteúdos com o envio de sugestões de pauta, fotos ou vídeos de determinado fato que deseja ser abordado pelo veículo, ou com o compartilhamento das produções que exploram os diversos recursos tecnológicos e midiáticos colocados à disposição.

O desenvolvimento das plataformas digitais de consumo e a publicação de informações trouxe essa possibilidade ao receptor, de não só contribuir com o trabalho do jornalista como também dar visibilidade aos perfis de propagadores de notícia. Dessa forma, os conteúdos se interligam entre as plataformas, ao passo que apresentam, cada um, uma característica que condiz com o formato apresentado. Conceito que traz à tona novamente a crítica em relação ao uso das redes sociais pelo TAB, ou a carência dele.

Esse conceito de narrativas que conversam em diferentes mídias é visto com mais destaque no campo da Publicidade. No entanto, o modelo pode ser aplicado nas demais áreas da comunicação, relacionando-se com outros estudos. Denominadas narrativas transmídia, essas maneiras de contar uma história, transmitir uma mensagem, assumem características próprias.

Scolari salienta que as narrativas transmídia são “uma estrutura particular de narrativa que se expande, através de diferentes linguagens (verbal, icônica etc.) e mídias (cinema, quadrinhos, televisão, videogames etc.)” (SCOLARI, 2015, p. 8). No entanto, não é o mesmo que afirmar que elas são o mesmo conteúdo, com o mesmo formato, apenas adaptado para diferentes mídias. Este tipo de conteúdo tem em comum apenas a

temática, já suas linguagens, formatos estruturais e demais elementos são diferentes, completando-se em suas demais mídias, mas podendo ser compreendido como um só.

Jenkins enfatiza que “mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes” (JENKINS, 2009, p. 138). Isso reafirma a ideia de que as mensagens são complemento umas das outras, ao mesmo tempo que se bastam individualmente. O conceito de transmídia também é bastante relacionado ao conceito de outros recursos de mídia. Dentre eles temos a *crossmídia*, que apresenta a transformação do receptor ao longo do tempo. E com ele, as possibilidades de experiências entre o conteúdo e o usuário, e entre os próprios usuários também foram ocorrendo modificações. Ciaco (2008) observa em seus estudos de *crossmídia* no que se refere ao marketing e a publicidade que

[...] a experiência construída entre o consumidor e a marca é peculiar e específica para cada uma das mídias, ou seja, que os regimes de sentido que se estabelecem a partir das interações entre consumidor e marca ao assistir uma publicidade na TV são absolutamente diversos daqueles edificadas na copresença mesma entre os dois actantes na internet, no ponto de vendas, ao acessar um *site mobile* pelo celular, ao jogar um videogame no qual a marca se faz presente e assim sucessivamente (CIACO, 2008, p. 211).

No jornalismo, esse conceito pode ser aplicado na própria disposição dos conteúdos nas mais variadas mídias, podendo o leitor ter acesso a esse conteúdo de diversas maneiras, por meio de linguagens distintas que se adaptam ao gosto e aos suportes disponíveis para o receptor. O consumidor de conteúdos informativos pode encontrá-los em programas de televisão, produções de áudio e redes sociais digitais, apresentando narrativas que se adequam ao formato linguístico da mídia.

Ciaco (2008) apresenta em seus conceitos a comunicação a partir de dois níveis: o discursivo e o vivido. No primeiro vê-se a comunicação em seu estado narrativo, presente nas mídias e destacando suas características a partir do foco que deseja tomar. Já o segundo nível diz respeito ao que esses conteúdos provocam em quem os recebe, as experiências que são despertadas no consumidor das informações presentes nessas mídias. Na estratégia *crossmídia* não se vê o receptor enquanto ser único e estável. O consumidor neste caso é “mutável, se identifica e se rerepresenta apenas nas relações e experiências estabelecidas em copresença (real ou não), no instante mesmo da interação em ato” (CIACO, 2008, p. 215).

No fim, tanto a narrativa *transmídia* quanto a estratégia *crossmídia* conversam entre si. Gosciola afirma que “a narrativa transmídia se desenvolve continuamente assim

como os modos de contar múltiplas histórias que utilizam as múltiplas plataformas comunicacionais” (GOSCIOLA, 2012, p. 128). A estratégia *crossmídia* reúne exatamente essas múltiplas plataformas de mídia utilizadas para dispor as formas de narrativa produzidas. O que as difere, conforme Gosciola é que “em cross-media a estrutura midiática leva as mesmas histórias a diversas mídias. Já a narrativa transmídia histórias diversas são veiculadas por diversas mídias” (GOSCIOLA, 2012, p. 130).

Os dispositivos utilizados para informar assumiram diversas características desde os primeiros escritos, dos impressos, do sistema analógico e, mais atualmente, com os dispositivos digitais. O jornalismo então se reconfigura, “abrindo campo para o arquivamento, o compartilhamento e a distribuição de ativos digitais utilizados no relacionamento humano, por intermédio das máquinas computacionais e das redes telemáticas” (LIMA JUNIOR, 2009, p. 97). As mudanças tecnológicas e o surgimento de novas ferramentas e práticas interacionais, com os recursos em constante desenvolvimento, provocaram nos indivíduos outras experiências que também se remodelaram e se adequaram a essa realidade.

3.2 A reportagem multimídia

A partir do final da primeira década dos anos 2000, como pontua Longhi em seus estudos, há um ponto de virada nas produções dos conteúdos noticiosos hipermidiáticos⁶. A autora explica que se observa a força das grandes reportagens multimídia “em parte devido ao desenvolvimento do ambiente HTML5 e do CSS3”, bem como ao surgimento de uma “narrativa mais verticalizada”, característica do jornalismo *longform* (LONGHI, 2014, p. 898).

Esse jornalismo diz respeito a um tratamento mais aprofundado de um tema, caracterizado por um texto mais longo, com um número considerável de conteúdos. Detecta-se um padrão de produção de, no mínimo, 4000 caracteres para matérias, e entre 10 e 20 mil nas grandes reportagens.

Utilizando como base os estudos de Mielniczuk, Longhi aponta três características para as produções jornalísticas multimídia:

⁶ Segundo Longhi, essas produções hipermidiáticas são “aqueles produtos informativos produzidos e distribuídos nos meios digitais de comunicação e informação que contém as características de multimedialidade, interatividade, conexão e convergência” (2014, p. 901). Assemelha-se ao que Mielniczuk chama de webjornalismo em seus estudos, no entanto traz um contexto ainda mais atualizado, visto o desenvolvimento de outras ferramentas que auxiliam nessas produções.

Os *lideshow* noticioso e os primeiros produtos noticiosos multimidiáticos, no início dos anos 2000; Os especiais multimídia, de 2002 a 2011; e A grande reportagem multimídia, de 2012 em diante (LONGHI, 2014, p. 901).

Notamos uma separação entre o momento dos especiais multimídia e das grandes reportagens multimídia. A autora apresenta essa diferenciação mais como uma demarcação. Os especiais são caracterizados pela “web-reportagem que se utiliza de elementos multimidiáticos integrados (imagens, sons e texto verbal)” (LONGHI, 2010, p. 150). Já a grande reportagem multimídia traz essas características, unindo-se às atribuições do *longform*.

O jornalismo na internet tem se atrelado ao conceito de inovação desde sempre, mas com destaque ainda maior para a segunda metade da década de 2010. E entendemos por inovação um conceito que vai além do desenvolvimento de ferramentas tecnológicas, passando também pelas mais diversas formas de construção narrativa das produções jornalísticas.

Longhi e Flores pontuam que “a inovação tem sido reconhecida como um importante elemento para incrementar a qualidade e a aceitação do Jornalismo”, principalmente em um cenário no qual há muita gente produzindo conteúdo e muitas plataformas compartilhando informações e produtos das mais variadas formas (LONGHI; FLORES, 2017, p. 23). Nesse sentido, tanto o veículo precisa se desdobrar para atender as demandas de produção e do público, quanto o próprio repórter acaba se reinventando, visto as ferramentas que surgem e se desenvolvem todos os dias, e os receptores que buscam sempre uma novidade que os prendam. Conforme Longhi e Flores,

uma das formas mais interessantes de inovação no Jornalismo tem se verificado em novas abordagens narrativas nos conteúdos noticiosos ciberjornalísticos. Este fenômeno aparece em conteúdos expressivos como o texto *longform*, o uso renovador do áudio e em características imersivas tais como representações gráficas ou imagéticas em terceira dimensão e, mais recentemente, em realidade virtual (VR). (LONGHI; FLORES, 2017, p. 22).

A reportagem multimídia recorre às características do webjornalismo citadas anteriormente neste trabalho, com destaque para a hipertextualidade, que é a utilização de links dentro do texto que levam o leitor a outras informações complementares à história contada; a interatividade, que conta com questionários e jogos que aguçam o interesse do

leitor e instigam a participação do mesmo; e a multimídia, que como o nome já apresenta, diz respeito ao uso de diversas mídias na composição do produto final. E temos por mídia os áudios, imagens, vídeos, infográficos, games, tudo o que pode contribuir para o desenvolvimento da narrativa da melhor maneira. Além de poder proporcionar ao receptor da informação uma leitura não linear, também característica do jornalismo na web, tem como principal elemento a própria hipertextualidade.

Uma outra particularidade da reportagem, que não está apenas relacionada ao termo multimídia, mas no geral, é a possibilidade de agregar outros gêneros jornalísticos no mesmo espaço, como é o caso das narrativas jornalísticas que utilizam entrevistas, documentários, destacam a opinião do repórter, levantam tom crítico, “num único pacote de informação, interativo e multilinear” (LONGHI, 2010, p. 153).

As reportagens do TAB apresentam diversas dessas características em seu escopo. Todas possuem pelo menos uma imagem para ilustrar a temática abordada e, dependendo do assunto e do direcionamento da narrativa, outros elementos também são encontrados. Sobre isso, a editora Olívia Fraga (2020, informação verbal) afirma que eles sempre procuram ver a melhor forma de contar as histórias. “Essa é uma pergunta que a gente faz de saída, que é ‘qual é a melhor forma de contar isso? É em texto? Um vídeo contaria melhor isso porque é uma situação cheia de ações? Que tipo de foto? É com ilustração porque é difícil fazer foto?’”, comenta a jornalista do TAB. E podemos ver essa multiplicidade de abordagens dentro do site, em cada narrativa. Como exemplo podemos citar o caso da reportagem intitulada **A ciência pede passagem**⁷, publicada em 06 de abril de 2020.

Com texto de Luiza Porto e arte por René Cardillo, a matéria traz o alerta para a importância da ciência num momento tão crítico quanto ao vivido na pandemia da Covid-19. Estamos num contexto em que as pesquisas científicas são cada vez mais descredibilizadas por outros campos da sociedade, somado a um período político que desqualifica a necessidade desses pesquisadores propagando notícias falsas e recorrendo a métodos duvidosos para contrapor argumentos comprovados. É bastante visível a utilização de infográficos com diversos dados importantes para compreender o cenário da ciência no Brasil e no mundo. A reportagem de profundidade mostra o quanto essa área passa por dificuldades, mas é tão necessária.

⁷A **ciência pede passagem**. Reportagem publicada no dia 06 de abril de 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/ciencia/index.htm>. Acesso em: 6 fev. 2021.

Outro exemplo é a narrativa intitulada **O mundo pós-tela**⁸. Nessa reportagem, publicada em 15 de abril de 2019, a tecnologia está em evidência. Produzida por Kaluan Bernardo e Thiago Barbosa, com multimídia por Daniel Neri e Rodrigo Souto, a narrativa aborda uma perspectiva de futuro do uso das telas. A sociedade está cada vez mais conectada, das mais variadas formas. E os cientistas e entusiastas da inteligência das coisas preveem cada vez mais as telas sendo substituídas por outros dispositivos ainda mais práticos e mais imersos no cotidiano dos indivíduos.

As mídias utilizadas nessa reportagem possibilitam a interação com o usuário. São dinâmicas e características da temática da narrativa. A presença de dados estatísticos também compõe a matéria, dando credibilidade ao relato, além da utilização de fontes não apenas da área, mas de pessoas que de fato estão imersas nesse universo hiperconectado, como é o caso do analista de riscos Rodrigo Uras. Uma das mídias utilizadas é um vídeo que mostra a rotina de Uras e como ele se relaciona com a tecnologia, em seu cotidiano, dentro de casa e no trabalho.

Agora que já compreendemos os principais conceitos e características que permeiam as reportagens multimídia, sigamos adiante na investigação a partir da análise das produções do TAB no site e observação para identificar em quais das características descritas neste capítulo elas se encaixam, a partir de classificações que serão melhor detalhadas no capítulo a seguir.

⁸**O mundo pós-tela.** Reportagem publicada no dia 15 de abril de 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/pos-tela/>. Acesso em: 06 fev. 2021.

4 TAB: A INOVAÇÃO NA REPORTAGEM MULTIMÍDIA?

O UOL TAB é uma plataforma de produção de reportagens multimídia que iniciou suas atividades em outubro de 2014. Com o objetivo de veicular reportagens inéditas e aprofundadas, e utilizando as características do webjornalismo, a ideia inicial era publicar conteúdos diferenciados uma vez por semana. O primeiro especial publicado foi o intitulado **Economia Compartilhada**⁹, que retrata o consumo de bens e serviços a partir das experiências compartilhadas na internet e, como em 2014, as pessoas já eram influenciadas pelas indicações de outros indivíduos dentro das redes sociais digitais.

Na matéria de lançamento da plataforma¹⁰, publicada em 13 de outubro de 2014, o UOL anuncia que “o objetivo do TAB é prender a atenção do leitor, e não apenas gerar cliques”. A ideia do UOL é de produzir reportagens aprofundadas que se conectem com o leitor pelo ineditismo de seu conteúdo e abordagem. Ainda na matéria de apresentação, o diretor de conteúdo do portal, Rodrigo Flores, afirmou que

A proposta é trazer uma nova experiência em conteúdo. O TAB é a resposta do UOL para a necessidade do nosso público de consumir conteúdo de qualidade em formatos criativos, interessantes e interativos. O TAB buscará novos pontos de vista e abordagem sobre temas como sustentabilidade, mobilidade, consumo, comportamento e tecnologia” (FLORES, 2014).

Na configuração atual é possível perceber que não há mais um dia específico de postagens. Além disso, algumas outras mudanças podem ser observadas ao longo desses anos de produção. A periodicidade de um especial por semana se sustentou, ainda que com algumas variações ou mais de uma publicação por semana, até o começo de 2019, quando o TAB passa por uma modificação editorial, como explica a editora Olívia Fraga.

Quando o TAB foi criado, ele era uma editoria de especiais, ele só saía dia de segunda-feira. Tinha uma equipe própria, eles tinham uma equipe de vídeo, equipe de interface, não tinha nada parecido no UOL. Isso foi meio que se desmontando ao longo dos anos. Em 2018 o TAB passa por uma reformulação, estava sendo estudada a chance de publicar todos os dias, não ser só uma editoria de especiais, mas uma editoria de comportamento e cultura digital. Isso foi acontecendo aos pouquinhos.

⁹Economia compartilhada. Reportagem publicada em 13 de outubro de 2014. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/economia-compartilhada/>. Acesso em: 26 abr. 2021.

¹⁰UOL lança o TAB, novo projeto editorial interativo. Matéria publicada em 13 de outubro de 2014. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2014/10/13/uol-lanca-o-tab-novo-projeto-editorial-interativo.htm>. Acesso em: 27 jan. 2021.

Em maio de 2019 já tinha um pouco disso, mas não estava totalmente estabelecido. Em agosto já estava estabelecido. Então a gente publicava todo dia, duas, três matérias por dia, e mantivemos os especiais de segunda (FRAGA, 2020, informação verbal).

Os conteúdos elaborados não seguem uma determinada temática, sendo bastante diversos e podendo atender a curiosidade de vários públicos. Um exemplo que pode ser pontuado, usando como espelho o ano de 2020 e o período de pandemia da Covid-19, ainda que dando enfoque na temática do coronavírus, como podemos ver na produção **Viralizou**¹¹, outros assuntos não relacionados à pandemia também foram abordados, como é o caso da reportagem **Nação de Jesus**¹².

Ainda há também as produções que trabalham a temática da pandemia, mas não a partir da abordagem relacionada à saúde, como vemos na reportagem **O Brasil está vendo**¹³, que perpassa o tema da Covid-19, não sendo esse o foco principal. Assim como outros produtos jornalísticos, também está inserido nas principais plataformas de redes digitais, ainda que de forma não tão explorada, como comentado no capítulo anterior.

Conhecido, então pelo objetivo de produzir um conteúdo jornalístico aprofundado e multimídia, e focado principalmente nesse tipo de textos, desperta o olhar para compreender até que ponto se sustenta nesta categoria de multimidialidade e

¹¹**Viralizou**. Primeira produção sobre a Covid-19, a reportagem foi publicada em 14 de março de 2020 e retrata as primeiras discussões da pandemia, o negacionismo de parte da população mundial e a propagação desenfreada de Fake News. O texto de Marcelo Damato levanta uma crítica, principalmente ao presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, sobre seus posicionamentos minimizando o problema enquanto outros países seguem em estado de alarme e grande preocupação. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/coronavirus>. Acesso em: 06 fev. 2021.

¹²**Nação de Jesus**. Esse especial aborda as questões de intolerância religiosa dentro das periferias do Rio de Janeiro, e propagadas pelos comandantes do narcotráfico, que se sentem no poder de controlar os moradores da comunidade, proferindo ameaças e espalhando violência em nome de Deus. Foi publicado em 27 de maio de 2020, com texto de Matias Maxx, arte de Deborah Faleiros e edição por Olívia Fraga, retratando o controle que a facção TCP, o Terceiro Comando Puro, impõe sobre as comunidades dominadas, incentivando o preconceito a principalmente às religiões de matrizes africanas, a partir de uma ideia de seguimento do que é “correto” aos olhos de Jesus. O que, na prática, vai contra tudo o que Ele prega, que é o amor e o respeito. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/nacao-de-jesus/index.htm#page5>. Acesso em: 06 fev. 2021.

¹³**O Brasil está vendo**. O Big Brother Brasil 2020 foi um sucesso de audiência, como pontua a reportagem, levando em conta principalmente o fato de estar no ar no mesmo período no qual explode uma pandemia e as pessoas são intimadas a entrar em isolamento social. Sem escapatória e em busca de um entretenimento que anestesia o peso de tantas notícias alarmantes, a matéria destaca como o programa se sobressaiu com um novo formato, em uma mistura de anônimos e famosos, e como o público reagiu tão bem ao resultado. O que tornou a edição uma das que mais causaram impacto, na TV e, sobretudo, nas redes sociais, que tiveram grande importância nesse processo. Com texto de Marie Declercq e Tiago Dias, arte de Deborah Faleiros e Edição por Luiza Sahd e Olívia Fraga, a produção foi publicada em 24 de abril de 2020, essa foi uma das reportagens que acabou trazendo outro olhar para como a pandemia acabou causando afetação em outras áreas, além da saúde. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/big-brother-brasil-trajetoria/>. Acesso em: 06 fev. 2021.

convergência. É visível que a plataforma tenta se mostrar conectável. E durante a pandemia da Covid-19, quando as pessoas ficaram mais conectadas à internet e às plataformas digitais, percebe-se que os veículos passaram a utilizar dos recursos tecnológicos da convergência digital na busca de atender melhor os seus públicos.

O desenvolvimento de uma pesquisa científica requer o cumprimento de uma série de etapas. De acordo com o método utilizado, o percurso leva o pesquisador a responder a pergunta chave do estudo e compreender o processo observado. Para este trabalho, algumas ferramentas foram definidas com o intuito de melhor analisar o objeto selecionado.

Utilizamos a revisão bibliográfica, indispensável para os trabalhos científicos, porque essa “etapa fundamental e primeira de uma pesquisa que utiliza dados empíricos”, como afirma Stumpf (2017, p. 51). É o momento do levantamento de todo material bibliográfico que será utilizado, bem como a seleção dos conceitos mais relevantes para o desenvolvimento do trabalho. É importante e necessário que o investigador conheça os estudos já realizados sobre o tema que será abordado em nosso trabalho, pois é por meio desse processo que se pode “encontrar alguns instrumentos já prontos”, propõe Stumpf (2017, p. 54).

Com a escolha do objeto para elaborar a pesquisa e aprofundar as observações do nosso tema de estudo, o método utilizado para apreensão dos resultados é a análise descritiva de conteúdo. O conceito primordial de análise de conteúdo definido por Franco é “um procedimento de pesquisa que se situa em um delineamento mais amplo da teoria da comunicação e tem como ponto de partida a mensagem” (FRANCO, 2005, p. 20).

Para o desenvolvimento desse tipo de análise consideramos necessário criar critérios que melhor servissem para observar o conteúdo do jornalismo aprofundado multimídia. Para isso, definimos três categorias que norteiam outras subcategorias. A primeira casta foi denominada **Narrativas Jornalísticas - Reportagem** com o objetivo de observar as narrativas aprofundadas do site do UOL TAB a partir de duas subcategorias: Tipo da reportagem e Características da reportagem. Para melhor compreensão, descrevemos cada etapa no **Quadro 6**.

Quadro 6 – Categoria “Narrativas Jornalísticas - Reportagem”

Tipo da reportagem	Reportagem de fatos; reportagem de ação; e reportagem documental, de acordo como os conceitos estabelecidos por Sodré e Ferrari (1986).
Características da reportagem	Contexto do fato – grau de aprofundamento, contextualização, antecedentes, predominância narrativa; Perfil – presença da humanização no relato; Suporte especializado – uso amplo de fontes; Propagação – discussão de possíveis consequências do fato no contexto do tema abordado. Análise a partir dos conceitos estabelecidos por Sodré e Ferrari (1986) e Lima (2009).

Fonte: Organizado pela autora

Essa categoria buscou observar como se aplicam os conceitos e características da reportagem no corpus delimitado. A partir de cada um desses filtros no objeto analisado obtivemos uma visão do que é uma reportagem simples e do que podemos considerar como reportagem aprofundada. Bem como detectar se, de fato, o TAB produz esse tipo de conteúdo.

A segunda foi denominada **Webjornalismo e a Reportagem Multimídia** e envolve a seleção do material de análise dos meses maio de 2020 e maio de 2019. Considerando os aportes teóricos e conceitos trabalhados, essa categoria vai permitir a avaliação das produções relacionadas ao tipo de reportagem multimídia e às características dessas reportagens quanto a utilização de elementos midiáticos. Nessa etapa será possível identificar como os conteúdos foram trabalhados, se foi utilizado apenas texto, ou se há a presença de fotos, infográficos, vídeos, áudios e outras mídias possíveis nas reportagens. No **Quadro 7** detalhamos dois tipos:

Quadro 7 – Categoria Webjornalismo e a Reportagem Multimídia

Tipo de narrativa multimídia	Especial multimídia; e grande reportagem multimídia (longform), de acordo com os conceitos desenvolvidos principalmente por Raquel Longhi (2010).
------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Características da reportagem multimídia	Hipertextualidade; multimidialidade/convergência; e interatividade, a partir dos conceitos trabalhados por Palacios (2002), Mielniczuk (2003) e, mais recente, Longhi (2014).
------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Organizado pela autora

A definição desta categoria foi importante para que, a partir dos conceitos já desenvolvidos e com base também nas características gerais de reportagem abordadas na primeira categoria, fosse possível compreender os conteúdos do TAB com mais afinco. De acordo com a aplicação desses filtros, a busca por responder o problema central desta pesquisa se tornou mais fluida.

A terceira categoria definida foi denominada **Plataformas e ferramentas** e está mais atribuída ao site e como são apresentadas as características do webjornalismo mais referentes à plataforma de compartilhamento dos conteúdos. Aqui foram observadas as ferramentas presentes no site do TAB a partir dos filtros elencados abaixo.

Além da definição das categorias de análises, foi imprescindível a delimitação do corpus a ser analisado. Em um primeiro momento foi cogitada a determinação do objeto empírico a partir dos meses de março, abril e maio dos anos de 2019 e de 2020. No levantamento inicial exploratório foram registradas seis matérias publicadas nesse período em 2019, e quinze publicações nesse mesmo período em 2020.

Outro método utilizado a fim de compreender o funcionamento do próprio TAB foram as entrevistas semiestruturadas, realizadas com a editora Olívia Fraga¹⁴ e a repórter *freelancer* Jacqueline Lafloufa¹⁵, pela plataforma Google Meet. Duarte explica que o uso da entrevista serve para

[...] entender como os produtos de comunicação estão sendo percebidos por funcionários, explicar a produção da notícia em um veículo de comunicação, identificar o uso de determinado serviço [...] Permitir saber os motivos pelos quais determinadas fontes jornalísticas são mais

¹⁴ Olívia Fraga, Editora do UOL TAB. Entrevista concedida à autora em 04 de dezembro de 2020 pela plataforma Google Meet.

¹⁵ Jacqueline Lafloufa, repórter freelancer do UOL TAB. Entrevista concedida à autora em 05 de dezembro de 2020 pela plataforma Google Meet.

(ou menos) utilizadas, como são acessadas, dificuldades, problemas, vantagens, desvantagens (DUARTE, 2017, pp. 63-64).

O foco desta pesquisa é justamente investigar até que ponto o UOL TAB tem mantido o seu objetivo, enquanto produtor de reportagens multimídia em suas publicações no site, mas também verificar se o trabalho se reorganizou tomando como referência os dois momentos distintos, como por exemplo: maio de 2020, como terceiro mês de pandemia da Covid-19 e maior em número de publicação dentro dos três primeiros meses de crise; e maio de 2019, quando não estávamos vivendo essa crise sanitária, com o intuito de observar os mesmos meses e as características das produções de cada um deles. Para isso, foi preciso compreender as produções como um todo, desde os elementos do jornalismo multimídia presentes em cada reportagem, até a dinâmica de publicações, temáticas, abordagens desenvolvidas pela plataforma do TAB.

Para esta pesquisa, a coleta apontou os seguintes dados quantitativos, em destaque na **Tabela 1**:

Tabela 1 – Levantamento das produções do UOL TAB nas plataformas digitais

PERÍODO	Nº PUBLICAÇÕES (ÚLTIMAS)	Nº PUBLICAÇÕES (EDIÇÕES)
MAI/2019	46	3
MAI/2020	77	6
TOTAL	123	9

Fonte: Coleta feita pela autora

Como se observa na tabela acima, são 123 matérias publicadas no site no período estabelecido, dentre elas alguns conteúdos mais curtos e reportagens mais aprofundadas. Para esta pesquisa, definiu-se o corpus a partir das produções encontradas na seção “Edições do TAB”, que é onde se encontram o que eles chamam de matérias especiais.

É fundamental definir o período de análise desta pesquisa. Essa delimitação é chamada de amostra e é caracterizada por um recorte dado ao objeto de estudo, dentro de um tempo específico que serve como um universo de estudo. Cervi afirma que, com a delimitação da amostra, “é possível examinar as características estudadas e a realização de testes estatísticos que permitam identificar a força das relações entre os fenômenos sociais” (CERVI, 2010, p. 137).

A amostra desta análise é justificada da seguinte forma: após observar as publicações dos três primeiros meses de pandemia da Covid-19, viu-se que o mês de maio obteve um número maior de publicações, sendo 4 das 6 relacionadas ao tema, com abordagens diversas. Paralelo a isso, decidimos selecionar o mesmo mês referente ao ano anterior, 2019, para observar as características das produções a partir das categorias já definidas. Visto isso, com a devida descrição do conteúdo que será analisado, é possível obter as respostas para a problemática e se alcançar algumas considerações importantes sobre as produções de reportagens multimídia.

4.1 TAB no site

Antes de adentrarmos de fato no capítulo de análise, é necessário apresentar um contexto sobre cada uma das reportagens que compõem o corpus. Neste tópico, portanto, podemos conhecer melhor cada narrativa analisada, suas temáticas e principais elementos utilizados nas produções, a partir de uma descrição dos elementos elencados nas categorias estabelecidas. No primeiro subtópico temos as três reportagens que fazem parte do mês de maio de 2019, assim como no segundo subtópico podemos visualizar as seis reportagens referentes ao mesmo mês, no ano de 2020. Totalizando assim as nove narrativas multimídia destacadas para desenvolvimento dessa pesquisa.

4.1.1 Maio de 2019

- **Mil desculpas – Por que aceitamos notas oficiais padronizadas que só agradam a quem deve muitas explicações?**¹⁶

A reportagem publicada, em 13 de maio de 2019, traz uma narrativa que remete a uma crítica aos rasos posicionamentos feitos por empresas e personalidades públicas envolvidas em alguma situação de crise que gera lesão em uma ou mais pessoas. Produzida por Carina Martins e Thiago Barbosa, e multimídia por Carla Borges e Daniel Neri, apresenta a discussão de até que ponto declarações e notas de esclarecimentos de fato resolvem um problema, principalmente quando a urgência do caso pede medidas e posicionamentos mais consistentes.

¹⁶**Mil desculpas: por que aceitamos notas oficiais padronizadas que só agradam a quem deve muitas explicações?** Reportagem publicada em 13 de maio de 2019. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/desculpas>. Acesso em: 06 ago. 2020.

Figura 1 - A capa da reportagem mescla em uma animação trechos de situações de crise e trechos de notas de esclarecimento



Fonte: Reprodução/TAB

Na matéria, o psicanalista e professor de Psicologia de Comunicação Social da ESPM, Pedro de Santi, afirma que esse tipo de estratégia adotada pelas empresas é bastante prejudicial, não só para a organização, como para a sociedade como um todo. Apesar de ser a primeira decisão em um acontecimento crítico, como o caso do rompimento da barragem em Brumadinho, em Minas Gerais, ou o incêndio no Complexo Esportivo do Flamengo, instalado na cidade do Rio de Janeiro, muitas vezes as medidas se sustentam apenas em palavras de efeito vazias que não surtem efeitos a longo prazo.

Além de fontes orais, documentos também foram utilizados para dar embasamento ao relato. Um compilado de notas de esclarecimento foi disponibilizado para exemplificar como são caracterizadas, quais as expressões mais utilizadas e em quais circunstâncias, revelando até mesmo um padrão entre esses documentos.

Figura 2 - Seção clicável que ilustra as principais desculpas padrões utilizadas



Fonte: Reprodução/TAB

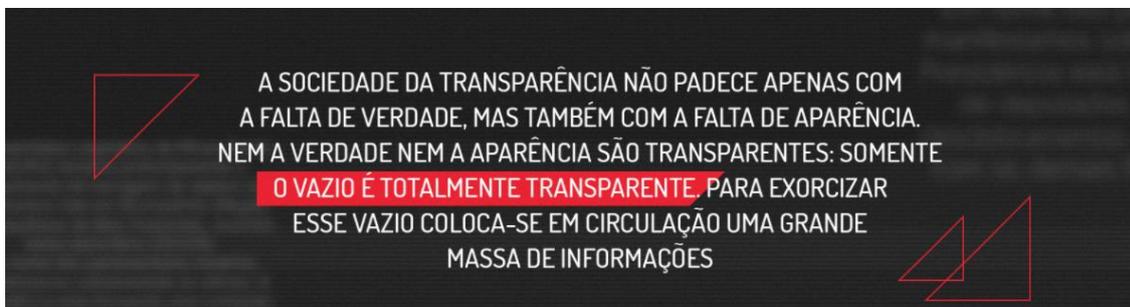
Algumas mídias aparecem na matéria, além de texto e fotos. Um vídeo apresenta as tragédias mais recentes que geraram comoção social e levaram os responsáveis a soltar notas como forma de amenizar a movimentação da população e dos meios de comunicação. Outra escolha foi o “gerador de desculpinha”, uma espécie de modelo de nota para situações do cotidiano nas quais o indivíduo precisa pedir desculpa por algo. A reportagem também conta com diversos hiperlinks que direcionam o leitor a outras matérias que comprovam e explicam os fatos citados na narrativa.

A reportagem conta com oito capítulos que servem para dar contexto à temática trabalhada da melhor forma. Não apresentando um fato específico como ponto de partida, a narrativa coloca diversos exemplos em pauta, de casos nos quais uma nota foi utilizada para contornar situações que apenas um pronunciamento não daria conta de administrar. Na primeira parte da reportagem o texto já descreve algumas dessas notas e explica como são caracterizadas essas respostas, que acabam se mostrando como um padrão criado pelo próprio corpo jurídico do “acusado” para amenizar os danos causados pelo problema à sua imagem.

A utilização de documentos como fontes é bastante presente nessa produção, não apenas das notas de esclarecimento e retratações expostas, mas também o uso de trechos de um livro, intitulado “A Sociedade da Transparência”, de Byung-Chul Han, que auxilia na construção da narrativa trazendo um aporte teórico para as informações. Um ponto a ser destacado é a utilização de fontes orais apenas especializadas. Tem-se o Pedro de Santi, psicanalista; o advogado criminalista Augusto Botelho; e o antropólogo Fred Lúcio, dando à narrativa um caráter mais técnico. Em alguns momentos percebe-se um

teor de humanização, no entanto a ausência de personagens mais comuns, ou pessoas que já foram afetadas pela problemática abordada torna essa humanização superficial.

Figura 3 - Trecho do livro “A Sociedade da Transparência”, de Byung-Chul Han



Fonte: Reprodução/TAB

É interessante observar como os elementos se completam. A narrativa é bastante extensa e a utilização dessas fontes, aliadas à própria narrativa construída, demanda um cuidado para que o texto não se torne cansativo aos olhos do leitor. As críticas e as falas dos especialistas podem prender a atenção de quem está consumindo a reportagem, ao passo que a falta de relatos mais próximos de quem não tem uma aproximação com a parte mais técnica pode ser um enfraquecedor, ainda que em menor grau, da produção. Essas características, o contexto dos fatos citados na reportagem e explicações de como surgiram as notas de lamento das partes envolvidas nos casos, indicam essa reportagem como sendo documental.

Figura 4 - Um dos compilados de trechos de vídeos relacionados a casos que geraram revolta



Fonte: Reprodução/TAB

Além do texto, outros elementos foram inseridos na narrativa de modo a trazer sentido e complemento ao contexto apresentado pela parte escrita e da abordagem trabalhada. Começando pelos elementos didáticos/midiáticos, a reportagem apresenta já na capa um vídeo curto, uma espécie de *gif* característico da maioria das capas das produções do TAB. No vídeo há *flashes* de diversos casos que foram grandes problemas no país e que pediram uma mínima retratação por parte dos envolvidos. Ao longo da reportagem outros dois vídeos dessa mesma forma aparecem, compostos também por várias expressões que são padrões nessas notas.

Em seguida são apresentados *cards* com “desculpas padronizadas”, com uma série de slides com trechos de algumas notas de esclarecimento e justificativa, e segmentadas com etiquetas pelo tipo da nota. Esse elemento é caracterizado também como hipertexto, uma vez que o leitor pode ir clicando nas abas e ser direcionado para novas informações.

Outros dois elementos presentes são fotografias representando momentos importantes que representam o sentido que a reportagem toma. A primeira imagem é do caso do músico negro Evaldo Rosa dos Santos que foi alvejado com 80 tiros dentro de seu carro ao ser confundido com traficante pelo Exército. A carga de sensações que essa foto pode despertar no receptor é caracterizada pela maneira como o momento foi registrado: a esposa de Evaldo desesperada pedindo por socorro, enquanto outras pessoas estão ao redor do carro e logo atrás os soldados responsáveis pelo ato violento contra a família do músico.

Figura 5 – Momentos, após o ataque ao músico Evaldo Rosa dos Santos e sua família



Fonte: Reprodução/TAB

A segunda fotografia mostra integrantes da Câmara dos Deputados de pé para o ritual de luto em respeito às pessoas atingidas pelo rompimento da barragem em Brumadinho, exceto o presidente da Vale Fabio Schvartsman que se manteve sentado e de cabeça baixa.

Figura 6 - Solenidade da Câmara em respeito às vítimas do deslizamento da barragem em Brumadinho. Presidente da Vale é o único sentado, de cabeça baixa.



Fonte: Reprodução/TAB

Um momento de interação do texto com o leitor é feito no *card* “gerador de desculpinha”, que dá dicas de como ele pode criar sua nota de esclarecimento, a partir de uma série de notas padronizadas e com alguns exemplos de situações. Esse elemento é caracterizado também como hipertexto. Por último nos elementos midiáticos há diversos *cards* ao longo da narrativa com trechos do livro “A Sociedade da Transparência”, dando um contexto mais teórico sobre esse tipo de comportamento e o que leva as pessoas se prenderem tão firmes a uma nota de esclarecimento, como a grande salvadora dos problemas.

Figura 7 - Card "Gerador de Desculpinha", que dá sugestões de notas de esclarecimento para situações do cotidiano



Fonte: Reprodução/TAB

Alguns hiperlinks, também são utilizados na reportagem, como é o caso das próprias notas de esclarecimento, do Flamengo, da Vale, do Extra Hipermercados e do ex-prefeito do Rio de Janeiro Marcelo Crivella. Há também direcionamento do leitor para algumas matérias que trazem informações referentes à temática abordada na narrativa, sobre o caso de Evaldo Rosa dos Santos e as declarações de autoridades da época do ocorrido – o governador do Rio de Janeiro Wilson Witzel, o ex-ministro da justiça Sérgio Moro, o ministro da defesa Fernando Azevedo e Silva, e o presidente da República na época, Jair Bolsonaro.

Outra matéria usada como hiperlink foi sobre o ritual de luto em respeito à tragédia em Brumadinho. Caracterizada como um *longform*, a narrativa foi construída com esses elementos que serviram para organizar essas informações.

- **Turismo Xamânico – Indígenas usam turismo e espiritualidades da ayahuasca, atrás de autopreservação e segurança¹⁷**

Publicada em 20 de maio de 2019, esta reportagem conta com uma rica composição fotográfica retratando as tribos indígenas que acolheram a ideia do turismo como forma de preservar sua cultura, tornando-a visível. Simon Plestenjak fez uma viagem para a tribo dos Yawanawás para mostrar como eles vivem, seus hábitos e suas

¹⁷**Turismo Xamânico.** Reportagem publicada em 20 de maio de 2019. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/turismo-xamanico/#cover>. Acesso em: 06 fev. 2021.

crenças, que sobreviveram anos de exploração dos seringueiros e imposição religiosa de missionários evangélicos, e encontraram nas visitas turísticas um ponto seguro para se proteger.

Figura 8 - Capa da narrativa, possui também um movimento de pássaros junto às árvores que sobrepõem o rosto indígena



Fonte: Reprodução/TAB

Percebe-se um equilíbrio entre texto e imagens, havendo também a exploração de pequenos vídeos em formato de *gifs* e uma fotografia em 360° mostrando um dos rituais da tribo. As fotos não são elementos apenas complementares, servindo como parte importante e sendo também narradoras de cada atividade descoberta pelo fotógrafo. Ao longo da reportagem conhecemos a história e os ritos dos Yawanawás pelos relatos textuais de Plestenjak, bem como os visuais.

Os Yawanawás vivem no oeste do Acre, na terra indígena de Rio Gregório, sendo a primeira demarcação feita no estado e contando com sete aldeias em sua composição. Desde seu primeiro contato com o homem branco, a tribo sofreu com doenças trazidas de fora de suas aldeias, além de diversas violências e tentativas de silenciar e apagar sua cultura. Atualmente, com a chegada do homem, agora como turista, viu-se a esperança de que assim estariam mais seguros. O turismo chegou nas terras indígenas trazendo consigo “uma combinação do resgate da espiritualidade ancestral com uma atividade comercial que ajudou não apenas na preservação de uma cultura, mas também na reafirmação de toda uma etnia”, como conta Simon já no início da narrativa.

Figura 9 - Ao longo da reportagem fotografias como essas surgem para mostrar as atividades das aldeias visitadas



Fonte: Reprodução/TAB

No meio da reportagem, também é possível encontrar um hipertexto, um link levando a uma narrativa dentro do próprio site, relacionada a uma bebida de origem xamânica, a ayahuasca, e seus benefícios à saúde física e psicológica, além do uso pelos Yawanawás para o que eles chamam de “elevação espiritual”. Trazendo ao receptor, ainda que de maneira sutil, um princípio de não linearidade à leitura da reportagem.

A reportagem documental, que se baseia no relato do fotógrafo Simon Plestenjak, resultado da visita que fez à tribo dos Yawanawás em Tarauacá/Acre, contextualiza a história, como eles vivem, seus ritos e cultura, com uma narrativa que aproxima o leitor daquele povo tão distante. Alguns dados históricos foram utilizados e servem para dar a quem está consumindo a reportagem uma melhor compreensão, mostrando os antecedentes do fato – como a tribo se estabeleceu e o quanto ela já teve de interferência do homem branco – bem como as consequências dessa interferência nas aldeias.

A convivência de Simon com os indígenas deu ao fotógrafo diversas experiências que são retratadas na reportagem. A participação em rituais e o acompanhamento nas atividades diárias que são relatadas no decorrer da narrativa, dão ao leitor uma carga potencial de que pode ser visto como algo a mais que a informação, que introduz o leitor na vivência relatada ao trazer o teor de humanização, quando apresenta o indígena sob um outro olhar. Não há citação direta de outras fontes, no entanto é possível sentir durante a leitura o quanto Simon precisou estar em contato com a tribo para construir a reportagem.

Os elementos midiáticos desse especial concentram-se majoritariamente em fotografias. Em alguns momentos surgem, junto dessas imagens estáticas, os *gifs* que representam algumas ações, atividades dentro da tribo dos Yawanawás. Além disso há a fotografia em 360° que completa essa característica multimídia da reportagem. Dentro dos critérios da hipertextualidade há apenas o uso de um hiperlink que direciona o leitor para uma narrativa do próprio TAB, como por exemplo, detalhes sobre o chá da ayahuasca, utilizado em processos de cura em diversos âmbitos de seus usuários.

- **Geopolítica do Kpop – A música que vira a cabeça (e os corpos) dos adolescentes faz parte de um projeto estatal¹⁸**

Terceira reportagem publicada em maio de 2019, mais precisamente em 23 de maio, a narrativa produzida por Letícia Naísa com arte de Carla Borges, explica como a cultura pop coreana e os grupos de Kpop surgiram como uma estratégia do governo para sair de uma crise pós-guerra. O que hoje é uma febre mundial, com suas roupas estilosas, cenários coloridos, coreografias elaboradas e personalidades que encantam vários jovens, a ideia de criar um conceito cultural que atravessaria fronteiras rendeu muito mais que visibilidade para a Coreia do Sul.

Figura 10 - Na capa da matéria aparecem imagens de diversos grupos de Kpop, como o BTS



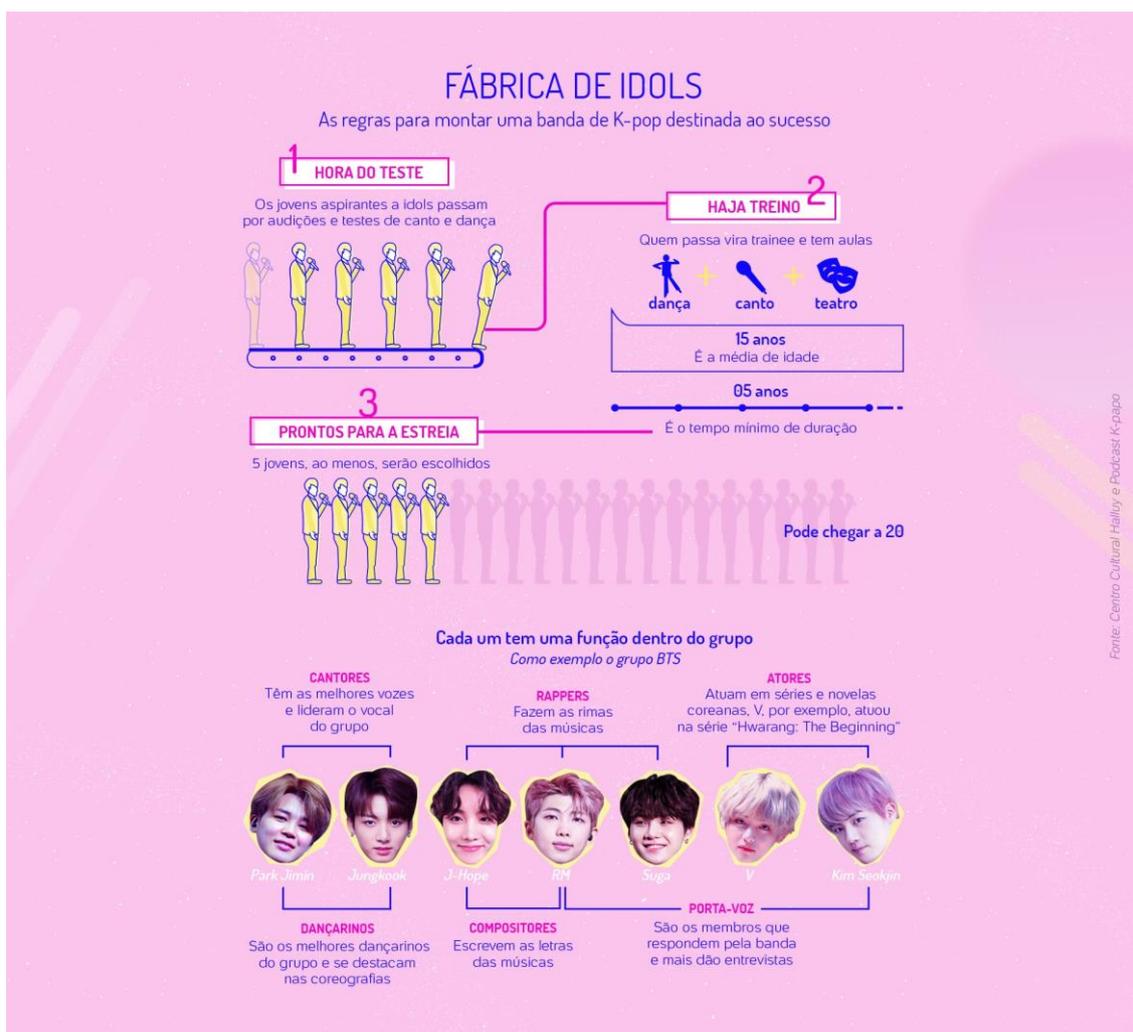
Fonte: Reprodução/TAB

¹⁸**Geopolítica do Kpop.** Reportagem publicada em 23 de maio de 2019. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/kpop/index.htm#cover>. Acesso em: 06 fev. 2021.

Alguns elementos, compõem a narrativa de modo a fazer com que o leitor compreenda como funciona a Indústria Cultural Sul Coreana, que tão logo se tornou bastante abrangente pelo mundo. Diversos infográficos ilustram essas informações, como é o caso do percurso cronológico traçado para mostrar quando surgiram as primeiras iniciativas relacionadas à criação e disseminação da cultura pop.

Outros dados que são apresentados, dizem respeito aos principais números, como valores arrecadados e o percentual de crescimento da indústria musical, principalmente sob influência do Kpop. Também é interessante o infográfico que explica as regras aplicadas para montar uma banda de Kpop de sucesso, e outro que traça a relação que se estabeleceu entre o Brasil e a Coreia do Sul a partir da migração dos coreanos para a América do Sul.

Figura 11 - Um exemplo dos infográficos dispostos na reportagem



Fonte: Reprodução/TAB

Mas, apesar da beleza dos cliques, das performances e dos integrantes e dos grupos, nem tudo são flores. A internet teve e ainda tem um papel de grande importância para a ascensão do pop coreano. No entanto, a pressão para ser perfeita exigida até mesmo pelos próprios fãs traz consequências, muitas vezes irreversíveis. “O trabalho é tão árduo e a pressão é tão grande que há casos de depressão e suicídio entre os trainees”, comenta Letícia Naísa no texto da reportagem.

Nesse trecho é possível acessar um hiperlink que retrata com mais detalhes os casos relacionados à saúde mental que perpassam a indústria musical coreana. Ao longo da narrativa outros hiperlinks também são utilizados, contribuindo para contextualizar o leitor sobre os grupos de Kpop e as músicas citadas durante a reportagem. O design segue as características das identidades visuais do pop coreano, como as cores vibrantes, enfatizando ainda mais a abordagem trazida ao tema.

Com amplo uso de fontes, tanto orais quanto documentais, a reportagem trabalha a temática de maneira extensa e com riqueza de informações. A contextualização parte de um traçado histórico, com dados importantes para compreender como surgiu e como tem se desenvolvido a cultura Kpop. A narrativa é dividida em capítulos, o que pode facilitar tanto a organização das informações apuradas, quanto a leitura de quem consome a reportagem. Com características de uma narrativa jornalística documental, cada tópico é responsável por destrinchar a história do Kpop, bem como as consequências dessa indústria para o mercado, para os produtores e para o público.

As fontes se complementam dentro da proposta trabalhada, sendo organizadas entre dados, citações de entrevistados especialistas e comuns, que trazem a legitimidade necessária para a narrativa. As fontes especializadas – Kilhwa Jung, produtor da emissora coreana MBC; Kwon Young Sang, diretor do Centro Cultural Coreano no Brasil; Lisa Um, diretora do Centro Cultural Hallyu; Douglas Passos, moderador da página Meet Kpop no Facebook; Thiago Haruo Santos, antropólogo; Babi Dewet, uma das escritoras do livro “Kpop – Manual de Sobrevivência” e apresentadora do podcast K-papo; e Yoo Na Kim, fundadora do Centro Cultural Hallyu – são responsáveis pelas informações mais técnicas e históricas, e explicam as atribuições da cultura sul coreana na indústria musical e sua influência também nas questões sociais.

Outros dados são coletados também por meio do Consulado da Coreia do Sul no Brasil, pelo Governo da Coreia do Sul, pelo Centro Cultural Hallyu, pelo Podcast K-papo e pela Organização de turismo da Coreia, como a cronologia da indústria do Kpop, como se monta uma banda de sucesso e a relação que se estabeleceu entre o Brasil e a Coreia

do Sul. Por fim, mas não menos importante, há uma declaração da fã da banda coreana BTS, Amanda Sousa, comentando sobre o impacto da música e da banda na sua vida.

Boa parte da reportagem apresenta os dados e o contexto histórico do tema. No entanto, podemos perceber no último ponto da narrativa a inclusão de uma discussão acerca de consequências bastante sérias em relação a essa indústria. Problemas como depressão e casos de suicídio são mais comuns do que se pode pensar nesse âmbito musical, assim como a rede de apoio criada entre os fãs que se ajudam nesse sentido também. Mas apesar de iniciada, essa questão não é tão aprofundada, dando a impressão de uma humanização rasa, uma vez que esse ponto seria o mais sensível da reportagem e que teria potencial para um grau maior de identificação do público.

O especial multimídia foi construído com diversos elementos, dando destaque preferencialmente para os infográficos. O primeiro desses é a cronologia da criação da indústria do Kpop, intitulado “Como se forma uma onda”. O segundo, chamado “Fábrica de ídolos”, é um conjunto de regras para montar uma banda de sucesso. E o terceiro infográfico mostra “A relação entre Brasil e Coreia do Sul”. Além das infografias, há também o uso de fotografias relacionadas à temática. O leitor pode ver a imagem do grupo Twice, uma tatuagem no braço de um fã da banda BTS em homenagem ao grupo, e um acessório de cabelo com o rosto de um dos integrantes do BTS.

Figura 12 - O engajamento dos fãs representado por uma fã do BTS com adereços em homenagem ao grupo



Fonte: Reprodução/TAB

Quanto aos elementos hipertextuais, a narrativa disponibiliza inseridos no texto *links* para o site do grupo BTS, bem como para as músicas “*Boy With Love*” e “*Fake Love*”. Outro hiperlink que também aparece é o direcionando para a música “*Gangnam Style*”, do sul coreano Psy. Além disso, o leitor também tem contato com informações relacionadas a casos de depressão e suicídio que ocorrem nesse meio da indústria do Kpop, por meio de uma reportagem produzida pelo UOL, no qual o leitor é levado por um link.

4.1.2 Maio de 2020

- **A Covid-19 e os sentidos – A rotina da UTI do Hospital Emílio Ribas na pandemia de Covid-19¹⁹**

Com texto de Letícia Naisa e fotografia de Edu Cavalcanti, essa reportagem retrata a rotina da UTI do primeiro hospital a lotar seus leitos com casos de Covid-19 no Estado de São Paulo. Por dois dias a equipe de reportagem esteve acompanhando as atividades no local, observando, principalmente, as sensações provocadas pelas situações que surgiam ao longo dos plantões e das chegadas e partidas dos pacientes acometidos pela doença. As sensações foram narradas pelos profissionais no decorrer das atividades.

Figura 13 - Apesar de desfocada, é possível ver na imagem de capa da reportagem o movimento dos profissionais que trabalham no Emílio Ribas



Fonte: Reprodução/TAB

¹⁹A **Covid-19 e os sentidos**. Reportagem publicada em 04 de maio de 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/uti-emilio-ribas/index.htm#page1>. Acesso em: 06 fev. 2021.

Além do texto, a produção possui elementos visuais que ajudam a contar a história, e a disposição deles contribui para a elaboração de uma narrativa que conversa com a temática e com a forma com a qual esta é abordada. Como se trata da exploração dos sentidos das personagens, que são os médicos, os enfermeiros e os demais profissionais que trabalham no Emílio Ribas, a reportagem traz diálogos entre os atores e descreve ações como a profundidade dos olhares e o tom das vozes diante de cada novidade explanada em cada rápida reunião nos corredores, entre um e outro atendimento.

É no mínimo curioso esse tipo de abordagem trabalhada, tendo em vista que desde o surgimento dessa doença os sentidos ganharam evidência, tanto para quem contrai o vírus, quanto para quem está na linha de frente, no combate. Para quem é diagnosticado com a doença, os sintomas característicos são a perda do olfato e do paladar. Para quem está no trabalho árduo, a utilização da máscara protegendo nariz e boca e a restrição do tato para evitar a propagação do coronavírus reduz a utilização dos sentidos, sendo que os mais explorados são a visão e a audição.

Algo bastante descrito na narrativa, quando muitas conversas e reuniões sobre os casos dos pacientes são quase que silenciosas, discutidas e decididas mais pelo olhar, única parte visível do rosto além da máscara de proteção. E os ouvidos sempre atentos a qualquer novo som, seja de novas instruções, ou pelos barulhos dos aparelhos hospitalares.

Figura 14 - Algumas imagens ilustram como é a rotina no hospital e como os profissionais se comportam dentro das suas limitações e urgências



Fonte: Reprodução/TAB

A reportagem contém ainda algumas fotografias, com perfis e citações de alguns profissionais que atuavam na época da produção da narrativa, além de um vídeo que atua como um complemento do texto, mostrando como se dava essa rotina conturbada no Emílio Ribas no início da pandemia. Outros vídeos mais curtos, como *gifs*, aparecem ao longo da reportagem, seguindo o objetivo de ilustrar as atividades desses profissionais. A produção não apresenta hipertextos, ou outras mídias como gráficos e áudios, tendo uma estrutura mais simples, no que se refere à utilização de recursos multimídia.

A temática da reportagem em si já é responsável por boa parte do caráter humanizador presente na narrativa. Com a abordagem voltada para os profissionais de saúde que atuam na linha de frente do Hospital Emílio Ribas, as fontes escolhidas para a construção da reportagem dão o contexto do que aconteceu em diversos momentos, nos plantões e nos casos difíceis, e também das consequências que o cenário da pandemia instaurou, tanto no que se refere às atividades dentro do hospital quanto às relações dos profissionais em suas intimidades.

Dividida em três capítulos, titulados a partir dos sentidos – olhos e ouvidos, olfato e paladar, e tato – como forma de referenciar a própria Covid-19, uma vez que os sentidos são bastante afetados por ela, a reportagem utiliza o relato de médicos, enfermeiras e outros funcionários do hospital para desenvolver a narrativa. Pode-se compreender as ações descritas no texto de acordo com as falas de Ana Lúcia Santana, enfermeira; Glória Brunetti, médica infectologista; Jaques Sztajn bok, chefe da UTI; Maíra Peloso Belo, enfermeira; Dyemison Pinheiro da Silva, médico residente; Sandra Santos, pedagoga hospitalar; Elenizia Viana de Jesus, técnica de enfermagem, Guilherme Anjos, médico infectologista; e Irineia Pacheco, faxineira.

Cada um relata suas experiências dentro do hospital, no atendimento aos pacientes, bem como o impacto que a Covid-19 teve em suas vidas, uma vez que alguns deles contraíram a doença ou tiveram casos dentro de suas casas, em suas famílias ou entre aqueles com quem convivem.

Figura 15 - Uma das diversas imagens da reportagem com características que trazem humanização para a narrativa



Fonte: Reprodução/TAB

Outros dados pontuados têm fonte do próprio hospital e da Central de Regulação de Ofertas e Serviços de Saúde (CROSS), principalmente sobre entrada e saída de pacientes e demais questões burocráticas. Do início ao fim é disponibilizado ao leitor experiências com o texto e com os relatos das fontes que potencializam a identificação do receptor, a partir da humanização presente. Caracterizada como reportagem de ação, a narrativa cumpre a abordagem que propõe no início.

Dentro das reportagens selecionadas para compor essa análise, esta é a que mais utiliza fotografias, tendo um total de 15 imagens. Todos os profissionais citados são representados por fotografias, a partir das quais, ao descer a tela, aparece também seus nomes, funções e um trecho de suas falas para a narrativa.

Além das fotografias dos trabalhadores do hospital, outras imagens também aparecem, como é o caso da foto de uma possível parente de um paciente de joelhos chorando na sala de espera; o registro de uma reunião dos profissionais no meio dos corredores; de profissionais atendendo pacientes na UTI; e profissionais se equipando com luvas e roupas hospitalares.

Outro elemento utilizado, foi um vídeo de duração de 4 minutos e 9 segundos, contando de forma audiovisual a visita do TAB à UTI, mostrando com imagens a rotina de quem enfrenta a Covid-19 de perto. A reportagem não utiliza elementos hipertextuais e foca apenas nos elementos visuais com as fotografias e o vídeo. O texto ajuda a construir o sentido da narrativa.

- **Utopias Flutuantes – Em um planeta que esquenta, o futuro do morar pode estar sobre as águas de rios e oceanos²⁰**

A segunda reportagem publicada pelo TAB, em 11 de maio de 2020, tem a produção de texto de Jacqueline Lafloufa e arte de Suellen Lima, e retrata a preocupação ambiental em relação à crise climática vivida no planeta e a possibilidade de precisarmos modificar as habitações para opções de prédios que flutuam sobre as águas. Com fontes unanimemente técnicas, a reportagem contém declarações de alguns biólogos, cientistas e arquitetos para explicar melhor para os leitores as causas e as consequências dessas mudanças no meio ambiente, e os impactos que isso irá causar a longo prazo.

Figura 16 - A capa já apresenta uma ilustração de como serão desenvolvidas as cidades flutuantes



Fonte: Reprodução/TAB

Logo no início da narrativa é apresentada a ideia de cidade flutuante proposta pelo arquiteto dinamarquês Bjarke Ingels em parceria com a ONU e o MIT, o Instituto Tecnológico de Massachusetts. A chamada “Oceanix City” é uma maneira pensada para se adaptar a uma elevação de nível dos oceanos que pode resultar em cerca de 1,4 milhão de pessoas desabrigadas. A cidade imersa “promete ser capaz de produzir a própria energia, gerenciar seus recursos hídricos, cultivar a própria comida e lidar com os próprios resíduos”, narra na matéria a repórter, em uma espécie de colmeia desenvolvida a partir da junção de grupos de hectares flutuantes habitados.

²⁰**Utopias Flutuantes.** Reportagem publicada em 11 de maio de 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/futuro-do-morar/>. Acesso em: 06 fev. 2021.

Ao longo dos intertítulos, alguns infográficos surgem como forma de explicar o funcionamento dessa cidade, desde a sua estrutura ao seu sistema de funcionamento. Também conta com outras ilustrações como elementos de composição, com imagens que fazem referência à temática abordada, em uma espécie de colagem moderna. Outro tópico citado diz respeito às habitações que existem atualmente e que possuem características parecidas com a ideia de Ingels, como é o caso das comunidades ribeirinhas e suas palafitas, que suprem essa necessidade de suportar as periódicas elevações dos níveis dos rios.

Figura 17 - Estilo das ilustrações que aparecem ao longo da reportagem



Fonte: Reprodução/TAB

Mais à frente na reportagem, Lafloufa também pontua o atual déficit habitacional no Brasil. E para a implantação desse sistema de habitações flutuantes deve-se pensar não apenas em construir essas casas, mas se ater a estratégias sociais acessíveis para contemplar a todos. Com base em dados da Fundação Pinheiro Neto, um gráfico aponta as Unidades Federativas e o comparativo de domicílios vagos paralelo ao déficit habitacional.

Surge ao final a crítica do quanto essas habitações flutuantes serão acessíveis aos mais carentes, economicamente falando, e quais medidas poderão ser adotadas para que todos possam ter lugar nesse projeto. Essa reportagem explora mais o recurso do texto e mídias como infográficos, gráficos e ilustrações.

A reportagem de ação possui características técnicas devido a sua abordagem. Com fontes unanimemente especializadas, tanto as orais quanto os dados, a construção

da narrativa é bastante objetiva, o que não significa ausência de humanização. A problemática trabalhada pontua algumas questões que vão, além de dados científicos, pois é uma temática que tangencia também questões sociais.

Dividida em nove capítulos, a reportagem contextualiza o leitor do porquê de se pensar nessa nova saída habitacional no mundo e levanta algumas consequências disso, além de outras discussões acerca da acessibilidade desses projetos às pessoas que vivem em situações de vulnerabilidade e que não têm condições nem mesmo para uma habitação comum.

As fontes orais – Bjarke Ingels, arquiteto dinamarquês; Alessandra Araújo, bióloga e designer de inovação; Jansen Zuanon, pesquisador do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA); Marko Brajovic, arquiteto croata; Frederico Poley, pesquisador e coordenador de cálculo da Fundação João Pinheiro; Robson Gonçalves, professor de economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV); e Andréa Paiva, professora de neuroarquitetura da FGV – desenvolvem seus relatos de acordo com suas especialidades, apresentando informações que deixam o leitor a par dos pontos centrais do tema.

Há também o uso dos dados coletados em instituições, como a Climate Central, ONG que monitora mudanças climáticas; Fundação João Pinheiro, que é referência nacional em estudos sobre habitação no Brasil; e dados da Fundação Pinheiro Neto. O diálogo entre as fontes torna a narrativa mais compreensível, sendo organizado de acordo com o andamento das informações e dos pontos abordados.

Figura 18 - Infográfico que apresenta a proposta de expansão da Oceanix City, o projeto de cidade flutuante



Fonte: Reprodução/TAB

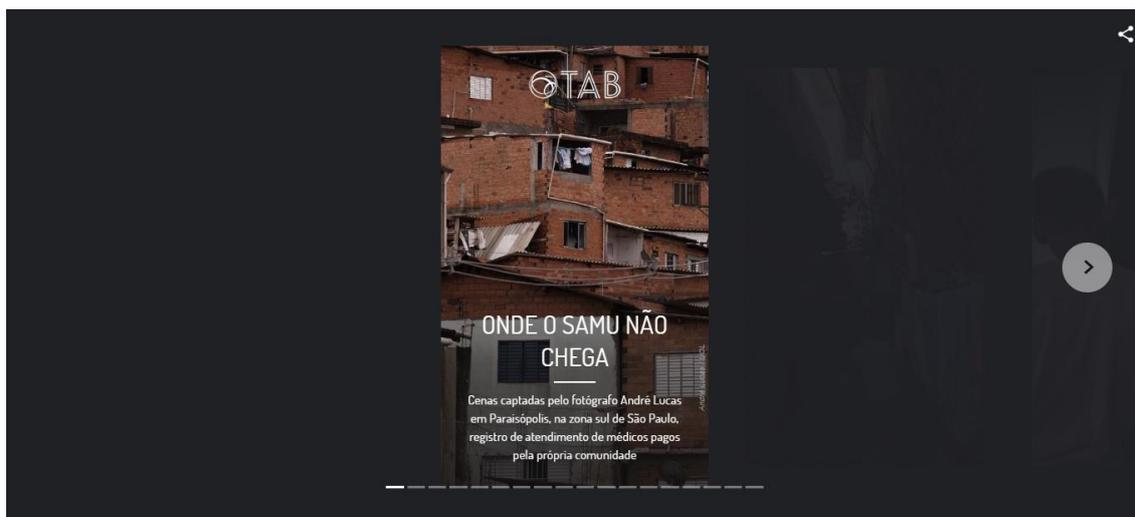
Os elementos midiáticos utilizados nesse especial se concentraram majoritariamente no caráter visual. Além da capa com uma animação sobre o projeto das cidades flutuantes, outras animações surgem no decorrer da narrativa, como é o caso das que trabalham o funcionamento dessas habitações, mais especificamente das estruturas da Oceanix City. Também foram apresentadas ilustrações de palafitas, de um ambiente mais natural, com árvores, remetendo a cenários que conversam com a abordagem da narrativa. Um outro elemento utilizado foi o infográfico sobre a proposta de expansão da Oceanix City, mostrando como cada espaço irá se organizar se o projeto for posto em prática da forma relatada. E puxando para uma carga mais problemática socialmente, o especial apresenta um gráfico com o comparativo de domicílios vagos e o déficit habitacional das Unidades Federativas do Brasil.

- **Onde o SAMU não chega – Fotógrafo registra rotina de médicos em Paraisópolis²¹**

Com formato diferente de outras reportagens publicadas pelo TAB, esta narrativa assume a característica de um *slide* de fotos realizadas na comunidade paulista de Paraisópolis. Publicada em 16 de maio de 2020, a série de fotografias segue com breve texto como legenda contando como têm funcionado os atendimentos de saúde aos pacientes de coronavírus das comunidades que vivem na periferia. A produção foi realizada por Letícia Naísa, com arte de Santhiago Lopes e edição de Olívia Fraga. E o toque humanizado que completa o trabalho é apresentado nas imagens feitas pelo fotógrafo André Lucas.

²¹**Onde o SAMU não chega.** Reportagem publicada em 16 de maio de 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/amp-stories/covid-19-em-paraisopolis/index.htm>. Acesso em: 08 ago. 2020.

Figura 19 - A reportagem apresenta o diferencial por ser estruturada em forma de slide de fotos humanizadas



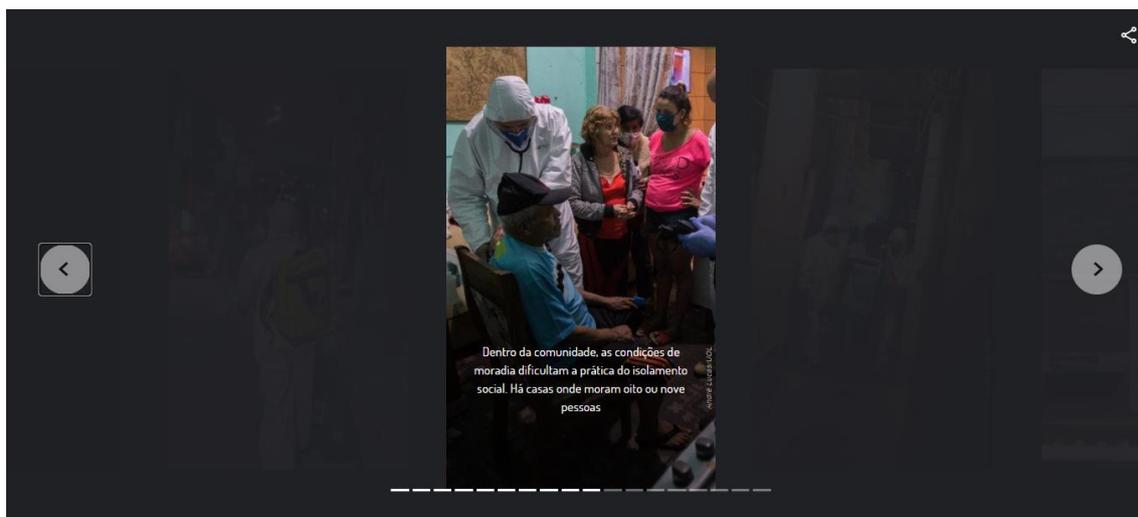
Fonte: Reprodução/TAB

Todos os dias aparece nas mais variadas mídias, a situação na qual se encontra o sistema de saúde em meio a pandemia da Covid-19. Mas é ainda mais difícil o acesso, já escasso pelos moradores de comunidades que vivem em regiões suburbanas, onde praticamente não existe serviços de atendimento de saúde e onde o Samu muitas vezes não tem acesso.

A saída que a população encontrou foi arcar com os custos de um atendimento coletivo. O aluguel de ambulâncias e a contratação de profissionais foram uma das iniciativas que eles encontraram para atender a demanda da população local. Outra medida adotada foi a utilização de prédios de escolas como centros de isolamentos para os pacientes, uma vez que isso é quase impossível porque nessas comunidades, em cada casa moram cerca de oito a nove pessoas.

“É como se fosse uma situação de guerra, você sente medo. Fotografo comunidades há muitos anos, já vi treta com a polícia, alguma ação feita ali, mas registrar esse inimigo invisível é diferente”, afirma André Lucas em um dos slides. E identificamos retratado em cada imagem a carga de humanização disposta na narrativa, que podem despertar diversos sentimentos no receptor.

Figura 20 - As fotografias tiradas dentro da comunidade de Paraisópolis atraem a atenção de quem está consumindo a narrativa, pela verdade que transmitem



Fonte: Reprodução/TAB

A reportagem se destaca pelo formato de *slide* de fotos, que mostram a real situação que muitas comunidades periféricas sofrem, com ausência de saneamento básico e condições mínimas de saúde. Junto com cada foto há um breve texto que complementa a narrativa, além de trazer citações de entrevistas com moradores e com profissionais de saúde que atuam nas casas das famílias e transitam pelos corredores da comunidade.

Apesar de se apresentar em um formato diferente do padrão das reportagens mais extensas, a narrativa se caracteriza como uma reportagem de ação, uma vez que tem como ponto de partida e concentração a história da comunidade de Paraisópolis, exemplo para as diversas comunidades que sofreram as consequências da falta de assistência no período de pandemia da Covid-19.

O texto é bastante sucinto e destaca os principais pontos do caso, servindo de complemento para as fotografias presentes. A parte textual narra o que é visto nessas imagens, pontuando alguns outros fatos ocorridos nas comunidades. O contexto, embora breve, por consequência das características adotadas pela narrativa, foi construído de maneira inteligível, apresentando os antecedentes do fato – a pandemia – bem como o que ela causou, não só os efeitos do vírus ao organismo das pessoas, mas às condições sociais.

As fotografias são as grandes responsáveis pela humanização presente na narrativa. Por meio delas o leitor tem potencial para experimentar diversas sensações, podendo se identificar, indignar-se, sentir empatia, sofrimento pelas pessoas prejudicadas, uma vez que esses elementos visuais possuem essa característica de

despertar, em maior ou menor grau, essas sensações. Algo que poderia trazer também esse caráter humano para a reportagem seria o destaque para fontes da própria comunidade, o que não vem a ocorrer. Muito pelo contrário, fontes desse tipo não são utilizadas.

O uso amplo de fontes não é mostrado nessa narrativa. Apenas dois personagens são citados, podendo despertar o pensamento de enfraquecimento da reportagem, uma vez que parece que apenas as duas pessoas citadas foram ouvidas para a construção da narrativa, não dando voz para personagens que por ventura causariam um grau maior de identificação e humanização.

Há falta de pessoas comuns. Apesar de serem vistas nas fotografias, não aparecem falas delas que são diretamente afetadas pelo problema apresentado. As fontes citadas – o coordenador nacional da G10 das favelas Daniel Cavareti, e o fotógrafo André Lucas – trazem suas visões acerca do fato narrado, no entanto o peso de quem vive essa realidade poderia ter sido bem mais aproveitado.

- **Querer e poder – Isolar-se durante a pandemia virou posição política na era da negação, mas muitos sequer tem a chance²²**

O período de quarentena instaurado, após o agravamento e o decreto de pandemia da Covid-19 se tornou mais duradouro do que imaginávamos. Algumas pessoas conseguem trabalhar no sistema *home office*, no conforto e segurança de seus lares. No entanto, essa realidade não atinge pelo menos 53% da população brasileira, segundo dados da pesquisa do IBGE, realizada em março de 2020.

É nesse contexto que Marília Marasciulo, baseia sua narrativa. Publicada em 18 de maio de 2020, a reportagem parte de uma narrativa construída a partir do relato de duas fontes principais que abordam sobre as adversidades e rotinas de duas realidades existentes no momento. De um lado, lemos a história de Daniela Limeira, assistente administrativa de uma Assistência Médica Ambulatorial em São Paulo. Do outro, temos o relato de Geovana Machado, psicóloga e empreendedora de um brechó online.

²²**Querer e Poder.** Reportagem publicada em 18 de maio de 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/quarentena#cover>. Acesso em: 06 fev. 2021.

Figura 21 - Logo na capa é possível observar a divisão da narrativa, de um lado um vídeo representando a Daniela e do outro um vídeo representando a Geovana



Fonte: Reprodução/TAB

Até mesmo pelo design da reportagem é possível visualizar essa divisão da narrativa, atribuindo até mesmo cores diferentes para cada uma das personagens, sendo Daniela apresentada pela cor rosa e aparecendo do lado esquerdo da tela, e Geovana sendo representada pela cor azul e aparecendo no lado direito da tela quando citada. As histórias principais são a base para explicar como muitos brasileiros têm lidado com o isolamento social e estão adequando suas rotinas à pandemia.

Figura 22 - O design da reportagem também influencia na experiência de leitura do receptor em cada um dos intertítulos e demais elementos



Fonte: Reprodução/TAB

Ao longo da reportagem, alguns vídeos aparecem para ilustrar como as personagens realizam suas atividades nesse período, se atendo ao fato de que algumas pessoas gozam o privilégio de poder trabalhar dentro de casa e assim não serem afetadas como aquelas que precisam sair da zona de segurança de suas casas para conseguirem seus sustentos e se expõem ao perigo do vírus diariamente. Trazendo riscos também para seus familiares, por não terem escolha e dependerem do trabalho para sobrevivência.

Outras fontes mais técnicas são citadas como forma de complementar a narrativa, tornando-a mais completa no quesito informação. Algumas ilustrações também surgem no texto acompanhadas de dados estatísticos relacionados ao tema. Ao final da reportagem podemos ver um infográfico contendo os principais impactos positivos e negativos do período de isolamento. É importante destacar a característica da abordagem dessa reportagem que traz como ponto central o relato de pessoas comuns, oferecendo uma forte identificação ao leitor.

Uma das reportagens desta seleção que tem grande potencial para provocar identificações no leitor devido a sua abordagem, a narrativa de ação é capaz de conseguir a partir dos elementos presentes chamar a atenção de quem está consumindo a reportagem por meio da aproximação do leitor com a temática.

Com cinco capítulos que contextualizam as causas e os efeitos do isolamento, tendo como ponto de partida as histórias de Daniela dos Anjos Limeira, assistente administrativa da Assistência Médica Ambulatorial (AMA); e da psicóloga e dona de brechó online Geovana Machado, a reportagem tem como foco explicar situações reais do cotidiano de diversos brasileiros em relação à pandemia da Covid-19, oferecendo para o leitor uma carga de humanização presente na narrativa dessas histórias.

Além dessas duas fontes principais, outras são apresentadas na reportagem, dando um direcionamento mais especializado e equilibrando a narrativa com informações e dados mais técnicos e específicos sobre o tema. Foram ouvidos também a historiadora e professora das Universidades de São Paulo (USP) e Princeton (EUA) Lilia Shwarcz, o cientista político canadense e um dos fundadores do Instituto Igarapé Robert Muggah, e a psicóloga Giovana Del Prette.

Os relatos serviram para explicar, o porquê de alguns comportamentos e situações que ocorrem em momentos como da pandemia, dando algumas respostas de acordo com suas especialidades e seus estudos.

Esse *longform* trabalha basicamente com *cards* e vídeos. Os vídeos curtos mostrando a rotina das personagens, fornecendo o contraponto proposto na narrativa por se tratar de uma visão de duas realidades: a de uma pessoa que pode trabalhar em casa, de maneira remota, no período da pandemia, e a outra que precisa se deslocar para o trabalho e se expor aos riscos. Até mesmo a estética da reportagem direciona o leitor por esse caminho, uma vez que todas as referências à Daniela são destacadas pela cor rosa e as referências à Geovana são destacadas pela cor azul.

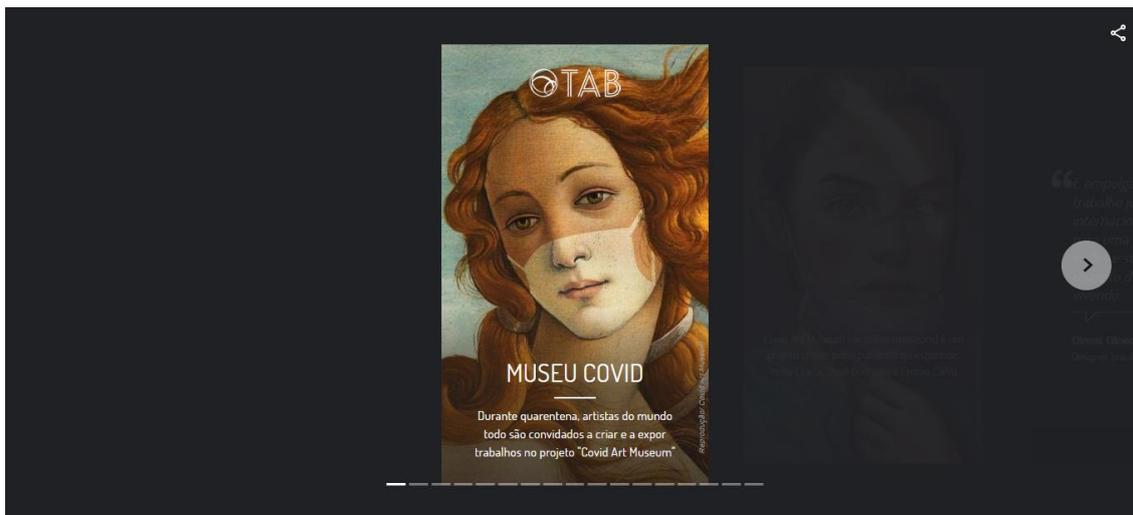
Outra característica é a disposição das informações de cada uma das personagens, Daniela à esquerda e Geovana à direita da tela. Ao final é apresentada uma ilustração com suposições das consequências da quarentena nas vidas das pessoas, estejam elas atualmente em *home office* ou tendo que trabalhar fora de casa. A reportagem não utiliza outros elementos que auxiliem na caracterização como conteúdo multimídia.

- **Museu Covid – Durante a quarentena, artistas do mundo todo são convidados a criar e a expor trabalhos no projeto “CovidArtMuseum”²³**

Seguindo a mesma ideia da reportagem anterior, esta também funciona como um *slide*, com imagens e citações sobre a exposição de arte com tema da pandemia da Covid-19. A produção realizada por Jacqueline Lafloufa e edição por Luiza Sahd, publicada em 19 de maio de 2020, segue a abordagem remetendo a uma galeria de arte, não só pela disposição dos conteúdos, como as próprias ilustrações expostas no “Covid Art Museum” utilizadas para compor a narrativa.

²³ **Museu Covid.** Reportagem publicada em 19 de maio de 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/amp-stories/museu-covid/index.htm>. Acesso em: 06 fev. 2021.

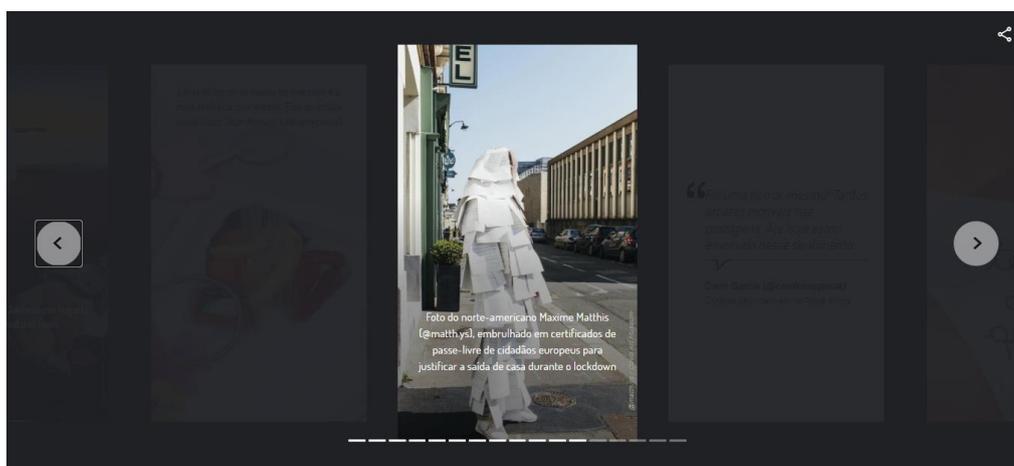
Figura 23 - A predominância das imagens que remetem a obras de arte contribui para o entendimento da temática trabalhada já no início da reportagem



Fonte: Reprodução/TAB

Criado pelos espanhóis Irene Llorca, José Guerrero e Emma Calvo, a ideia é de um museu que retrate de maneira artística as sensações de um momento caracterizado pelo uso de máscaras, isolamento social e sensibilidade dentro de cada ação dotada de urgência e cuidado durante a pandemia do coronavírus em 2020. “É empolgante ver o próprio trabalho junto de artistas internacionais, contribuindo para uma diversidade de visões e sensibilidades a respeito do que estamos vivendo”, conta Dimas Gloeden, design brasileiro, sobre a experiência de participar do projeto.

Figura 24 - A maioria das imagens são acompanhadas de caixas de texto dando mais informações sobre o assunto abordado na reportagem, e informações sobre as próprias artes



Fonte: Reprodução/TAB

Muitas das peças, como cita Lafloufa em uma das imagens, foram feitas com o intuito de arrecadar fundos para pesquisas relacionadas à Covid-19. O design da reportagem explora o caráter visual, apostando no uso das imagens com algumas poucas descrições como legenda, além de alguns slides contendo citações de artistas que contribuíram para a execução da ideia proposta na criação do museu. Não é uma reportagem tão extensa. Possui 17 páginas, a contar da capa até as informações técnicas da matéria.

A construção da narrativa segue a proposta do tema abordado: pouco texto, dando maior espaço para a parte visual, a parte textual servindo apenas como legenda para as fotografias utilizadas em sua composição. É uma reportagem de fatos, destacando o ponto chave da matéria que é a criação do museu sobre a Covid-19. A utilização das fontes diz respeito à abordagem escolhida, podendo ser caracterizada como o encaixe necessário para a narrativa. Os personagens citados são os próprios participantes do projeto, o que traz mais legitimidade para o fato narrado.

Temos o designer brasileiro Dimas Gloeden, o fotógrafo de moda Márcio Rodrigues, o ex-skatista e fotógrafo norte-americano Tyler Shields, e a criadora do *underwear* no Ateliê Aflore Carol Garcia. Há um breve contexto do tema tratado, uma das características da reportagem por não ser tão extensa. O teor humanizado da narrativa foca nas obras que a ilustram, sendo importante fator de provocação de experiências sensíveis nos leitores.

- **Nação de Jesus – Fuzis ungidos e grafite gospel em muros da comunidade: para facção do Rio, lei do tráfico é a lei de Deus²⁴**

Na última reportagem de maio, publicada pelo TAB, em 27 de maio de 2020, a narrativa explora a intolerância religiosa instaurada nas comunidades cariocas comandadas pelo Terceiro Comando Puro, o TCP. Com texto de Matias Maxx e arte por Deborah Faleiros, a reportagem se apresenta de maneira mais extensa, diferente das duas anteriores, utilizando o texto como base e adicionando elementos visuais como fotografias e ilustrações em suas composições, dando complemento ao sentido do fato narrado.

²⁴**Nação de Jesus.** Reportagem publicada em 27 de maio de 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/nacao-de-jesus/index.htm#cover>. Acesso em: 06 fev. 2021.

Figura 25 - A analogia à cruz composta por elementos predominantes nas comunidades comandadas pelo tráfico intensifica a temática abordada



Fonte: Reprodução/TAB

A estrutura da reportagem apresenta na imagem de capa a foto de uma favela sobreposta por duas armas estendidas, uma apontando para cada lado da imagem, ornamentadas por folhas de maconha e sacos de cocaína em pó, mostra uma composição que remete a uma cruz. Uma indicação que utiliza a imagem e remete para a temática abordada. Ao longo da narrativa outras imagens surgem a fim de ilustrar os fatos apresentados, como por exemplo os muros pintados com elementos religiosos ou os terreiros das religiões de matriz africana destruídos. Fatos comentados por Matias e narrados em texto.

Ser cristão nessas comunidades é bastante aceito e até imposto pelos líderes que, além de comandarem o tráfico de drogas, disseminam a violência a quem não segue suas ordens, sobretudo no que diz respeito à religião. Maxx (2020) pontua no texto da reportagem que

Para alguns grupos, a tolerância é limitada aos seguidores de Cristo. Certas correntes do neopentecostalismo costumam associar as religiões de matriz africana ao diabo. Como Cruzados pós-contemporâneos, traficantes coagiram, exilaram e agrediram sacerdotes e praticantes de umbanda, candomblé e outras religiões (MAXX, 2020).

Como podemos ver, a tentativa de controle atinge extremos quando pessoas são agredidas, expulsas ou até mortas “em nome de Deus”, quando escolhem seguir outro

caminho espiritual que esteja em desacordo com as leis do tráfico e ultrapassam o tráfico e se estendem para as demais atividades da comunidade.

Figura 26 - No decorrer do texto, essas e outras imagens aparecem ilustrando as informações trazidas no texto, como a violência sofrida por pessoas que seguem caminhos contrários às leis dos líderes da comunidade



Fonte: Reprodução/TAB

Outro elemento bastante presente na narrativa são os *hiperlinks*, usados em diversos momentos para levar o leitor a outras informações adicionais ao tema, sejam notícias do próprio UOL e de outros veículos, bem como artigos científicos que abordam a temática tratada por Maxx para o TAB. Uma maneira de tornar a narrativa mais rica de detalhes a partir da explicação de fatos secundários, mas que são importantes para dar contexto ao produto final, proporcionando ao leitor uma experiência de leitura não linear característica do uso de hipertextos.

A narrativa utiliza um número razoável de fontes para a abordagem proposta, no entanto sentimos falta de fontes mais próximas do tema narrado. As falas e dados foram coletados majoritariamente por meios especializados, não dando tanto espaço para experiências mais inseridas no âmbito da temática trabalhada.

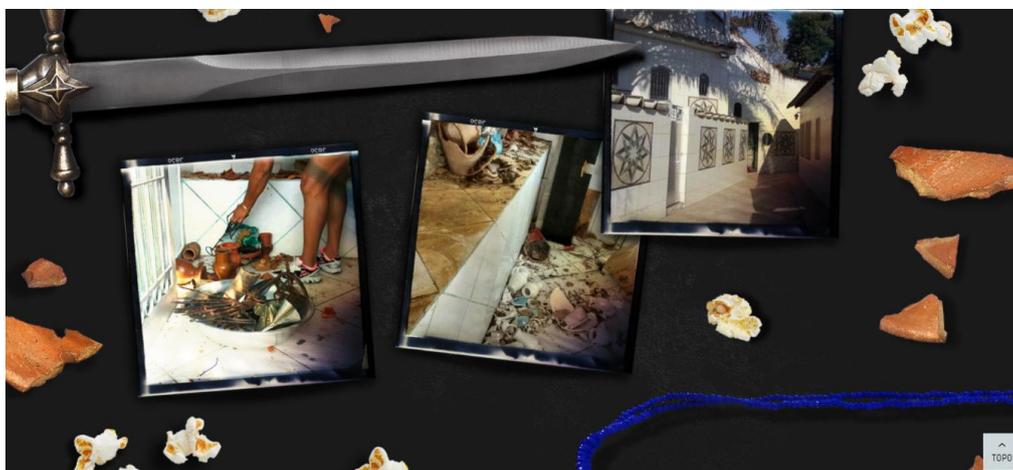
Quanto ao contexto da reportagem, esta é segmentada em seis partes responsáveis por explicar, por meio das informações apuradas e organizadas em formato de texto, os históricos dos casos de intolerância religiosa, principalmente nas comunidades comandadas pelo TCP. Cada um dos capítulos comenta as particularidades do tema e como questões religiosas nas favelas se tornaram intrinsecamente relacionadas ao tráfico e ao controle por parte dos líderes das comunidades.

No que diz respeito às fontes utilizadas para compor a narrativa temos as falas do delegado titular da Delegacia de Crimes Raciais e Delitos de Intolerância (Decradi) Gilbert Stivanello, e a assessora da Comissão de Discriminação da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro (Alerj), que trazem alguns dados e explicações acerca dessa problemática. Além disso, dados documentais como a Lei Caó e o artigo 208 do Código Penal também serviram para dar embasamento à reportagem.

Uma outra face que poderia ter sido mais aprofundada é representada pelos elementos que podem ser considerados fontes, como é o caso de um áudio de 2016 atribuído na época ao traficante Álvaro Malaquias de Santa Rosa, e de um filho de santo de um dos centros de religião de matriz africana, de nome desconhecido. Com características de uma reportagem de ação, o caráter de humanização se faz presente a partir das descrições do repórter, no entanto a falta de nomes que estão ou estiveram inseridos nesse contexto interfere no desenvolvimento dessa característica da narrativa jornalística aprofundada.

A utilização de elementos midiáticos nessa reportagem se concentra em composições de fotos e outras imagens relacionadas à abordagem trabalhada. Ao longo da narrativa há quatro grupos dessas imagens. O primeiro une fotografias de pinturas nos muros das comunidades, ladeadas por uma pomba branca, drogas e munição. Na segunda o leitor pode ver fotos de espaços de cultos para religiões de matrizes africanas depredados, colares de contas, uma arma e cartazes de pessoas procuradas. A terceira segue com fotos de terreiros destruídos e a quarta são fotos de pinturas em muros das comunidades, relacionadas à religião.

Figura 27 - Uma das composições de imagens presentes na reportagem, refletindo a intolerância religiosa nas fotografias de terreiros destruídos



Fonte: Reprodução/TAB

No que se refere ao uso de *hiperlinks*, a reportagem tem a inserção de nove *links* no decorrer do texto. O leitor pode ser direcionado a um artigo científico sobre a relação violenta entre o neopentecostalismo e religiões afro-brasileiras; a uma matéria da Folha de São Paulo intitulada “Polícia prende 8 traficantes do bonde de Jesus que atacava terreiros no Rio”; à matéria do Globo “Traficantes proíbem candomblé e roupa branca em favelas”; à matéria do UOL “Bonde de Jesus: após conversão de cúpula, facção passou a atacar terreiros”; outra notícia do UOL intitulada “Fernandinho Guarabu, chefe do tráfico no Dendê, é morto pela PM no Rio; uma do G1 chamada “Vídeo registra traficante obrigando mãe de santo a quebrar imagens em um terreiro na Baixada Fluminense; a matéria do UOL “Corpos de sete jovens foram jogados para porcos no Rio, diz polícia”; e uma semelhante à do G1, só que do UOL, intitulada “Em série de ataques no RJ, homens obrigam mães de santo a quebrarem terreiros.

Outro elemento hiperlink utilizado direciona o leitor para a “Lei Caó”, que define crimes resultantes de preconceito de raça e de cor e complementa a narrativa com informações mais técnicas necessárias.

4.2 Hora de refletir

Agora que já foram apresentados todos os conceitos necessários, bem como o objeto analisado, passamos então para algumas reflexões, levando em consideração todas as características já elencadas pelos autores citados e buscando compreender se e como estas se apresentam nas narrativas descritas neste capítulo.

Como vimos anteriormente, para se produzir uma reportagem de qualidade são necessários alguns elementos. Flosi afirma que uma grande reportagem se escreve “com o tempo, sem pressão, aguardando o momento certo para pôr o texto no papel. Ela tem que ser pensada e planejada” (FLOSI, 2012, p. 13). A apuração é uma etapa essencial e indispensável, principalmente quando o tipo da produção requer esse cuidado com a informação e com o contexto no qual o leitor está sendo inserido.

Outros elementos, já focados na abordagem do assunto trabalhado, também têm contribuição bastante importante para a construção e consumo de uma reportagem. Como pontua Flosi, a narrativa “deve conter atrativos como mistério, suspense, calor humano e outros elementos que só um texto criativo será capaz de explorar” (FLOSI, 2012, p. 11).

Trazer humanização, aliado ao uso amplo de fontes e a discussão de como esse assunto interfere no contexto do tema tratado na reportagem, também contribuem na

qualidade da produção, dependendo de como essas narrativas estão sendo construídas e garantido o equilíbrio das informações com os demais elementos. De acordo com a abordagem, outras características são detectadas, como o tipo da reportagem. Se esta segue uma linha cronológica, conta-se a história a partir de um fato principal, ou se é uma reportagem documental.

Pensar em conteúdos jornalísticos na internet requer também a construção de uma identidade com elementos característicos do ciberespaço e que irão auxiliar a conduzir o leitor durante a narrativa. A reportagem multimídia necessita da utilização desses recursos para ser caracterizada como tal, isso é fato, no entanto não são todas as narrativas que agregam esses elementos e de maneira tão abundante.

Bertocchi comenta que, apesar de o ato de narrar ser algo intrínseco do ser humano, não se pode pensar nele como uma ação simples e fácil. Para a autora, “existe um aspecto singular no ato de arrumar um conjunto de eventos em forma de entrevistas, notícias ou infográficos” (BERTOCCHI, 2016, p. 10). O webjornalismo segue a mesma linha, salienta Bertocchi:

[...] a construção da narrativa não significa apenas a organização das informações e dos eventos e a posterior publicação em um texto noticioso acompanhado de uma fonte relevante. Mais do que isso: no digital, a narrativa está subordinada à costura computacional solta – e às vezes esgarçada – de dados, metadados e formatos online [...] (BERTOCCHI, 2016, p. 10)

Em sua apresentação, em 2014, o TAB é caracterizado como “a resposta do UOL para a necessidade do público de consumir produtos de qualidade em formatos criativos”. Logo no título da matéria de apresentação, o TAB é chamado de “novo projeto editorial interativo”, dando a entender que as narrativas dariam ao leitor não apenas a experiência da leitura, mas proporcionariam uma imersão na narrativa a partir de outros elementos presentes na produção além do texto.

Como bem se sabe, e como pontua Ferrari, “além do texto, é possível utilizar áudio, gráfico, vídeo, links, etc. E até uma combinação de todos esses recursos” (FERRARI, 2019, p. 51). É possível observar esses elementos nas reportagens do TAB. No entanto, para a proposta lançada pelo próprio veículo, o uso desses recursos parece bastante inicial e pouco explorado em alguns momentos. Em narrativas que só trabalham imagens, como é o caso da reportagem **Turismo Xamânico**, um vídeo mais completo

mostrando um pouco mais das atividades da tribo dos Yawanawás também seria um bom recurso.

Elementos como áudios nem mesmo são utilizados e a única produção que utiliza um vídeo mais longo em sua construção é a intitulada **A Covid-19 e os sentidos**. As imagens podem ser um grande fator provocador de experiências sensíveis por ter potencial de causar identificação e despertar o caráter de humanização, tanto por parte da narrativa como por parte do leitor. Uma das características essenciais da reportagem é a humanização do relato e, em alguns casos, isso quase fica a desejar.

Quando Ijuim (2017) fala da importância de humanizar o jornalismo, ele parte do princípio de tornar o ser humano o ponto de partida, focar em suas problemáticas como forma de entender as questões da sociedade. E ao tornar humanizado, o grau de identificação e de aproximação com quem consome a narrativa potencializa. Para o autor, “o gênero reportagem criou condições para a narração da experiência humana na forma de cenas do cotidiano” (IJUIM, 2017, p. 237). E isso pode ser visto com clareza nas produções **Querer e poder** e **Onde o SAMU não chega**.

Dentro das características gerais de uma reportagem, o TAB consegue cumprir com a proposta de pautas não tão recorrentes, o que é bastante visto na maioria de seus especiais e na maneira como eles são abordados. E isso já fazia parte de uma série de mudanças editoriais. Com a crise sanitária provocada pelo coronavírus, a alteração se tornou ainda mais necessária para manter a produção do conteúdo jornalístico de qualidade. Olívia Fraga afirma que o TAB viveu um processo de transformação, e, cada vez mais, pretende focar em pautas de rua, mostrar pessoas reais, trabalhando com uma narrativa mais humanizada.

O TAB vai ser uma editoria, continua sendo uma editoria de grandes reportagens especiais, mais matérias de rua, mais crônica de rua e mais perfil. A chefia quer uma coisa muito parecida com aquele começo da Revista Piauí, o Esquinas. Ele quer um Esquinas dentro do TAB. A gente brinca que ele está transformando o TAB, que vai virar um trovadorismo urbano, uma galera que vai pra rua e traz as histórias. (FRAGA, 2020).

Alguns jornalistas já estão acostumados com pautas mais especializadas, sobre tecnologias, que não necessariamente precisam de fontes comuns, ou de uma narrativa carregada de humanização. Não que esse tipo de abordagem exclua personagens não especializados. Mas, nesses casos, o repórter não é obrigado a ir às ruas e coletar

depoimentos e relatos. Muitas vezes ele trabalha apenas com dados e entrevista ou consulta especialistas. Mudanças como essas do TAB, de apresentar mais pautas de rua e ouvir mais histórias do cotidiano, dentro de um contexto de pandemia, contêm alguns riscos e medos. A repórter Jacqueline Lafloufa²⁵, que é *freelancer*, comenta sobre seus receios nos novos rumos da produção de conteúdos.

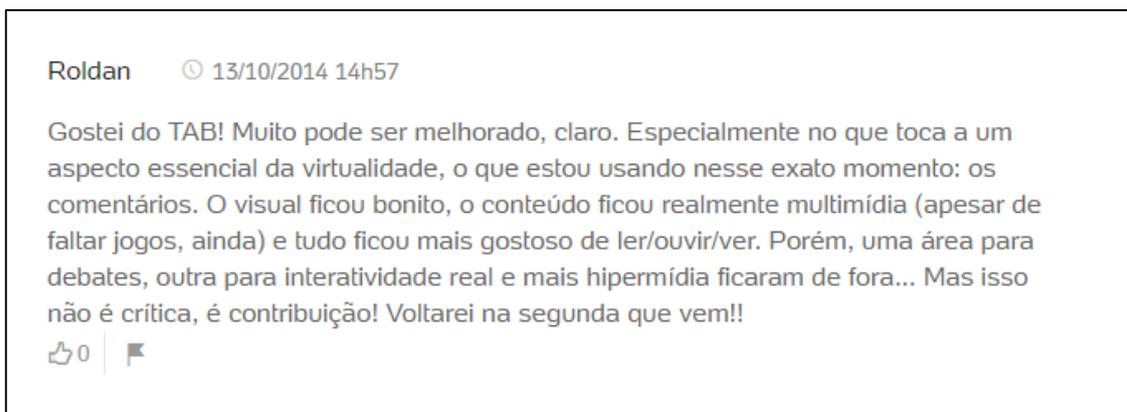
[...] às vezes eu tenho a impressão de que se eu pudesse ir até essa pessoa e me apresentar ao vivo, quem sabe eu quebraria o gelo. Mas tem a pandemia e eu não vou me arriscar nesse nível e é até uma discussão que eu teria com a própria editora “ah, a gente teria se você estivesse com eles”. Eu não sei se vale como *freelancer* eu me arriscar a fazer isso, porque eu não tenho uma relação profissional em que a editora vai poder me dar algum tipo de cobertura se eu ficar doente ou que ela vai poder me dar uma licença, eu sou uma “*freela*” então eu tenho que pensar do meu lado se como é arriscado vai trazer para mim (LAFLOUFA, 2020).

Um fator também importante, mas pouquíssimo observado na narrativa do TAB é a característica da interatividade. Ferrari pontua que “para uma ferramenta ser realmente interativa, precisa permitir que o usuário se sinta imerso no conteúdo” (FERRARI, 2019, p. 65) e isso não aparece nas narrativas selecionadas para o corpus dessa pesquisa. O único resquício de interação ocorre mais entre o texto e o leitor na reportagem **Mil desculpas**, mas não é uma interação tão ativa por parte do receptor.

Algo que também chama a atenção é a falta da seção de comentários ao final das reportagens. Ainda que o site possua os ícones para as redes sociais do veículo, direcionando o leitor para qualquer tipo de interação para as outras mídias, não há como quem está consumindo a produção poder compartilhar suas experiências, suas dúvidas e suas críticas assim que encerra a leitura, como é possível em outros canais, até mesmo do próprio UOL. Isso foi uma questão levantada desde o início do TAB, logo na matéria de apresentação da plataforma, como vemos em dois exemplos abaixo.

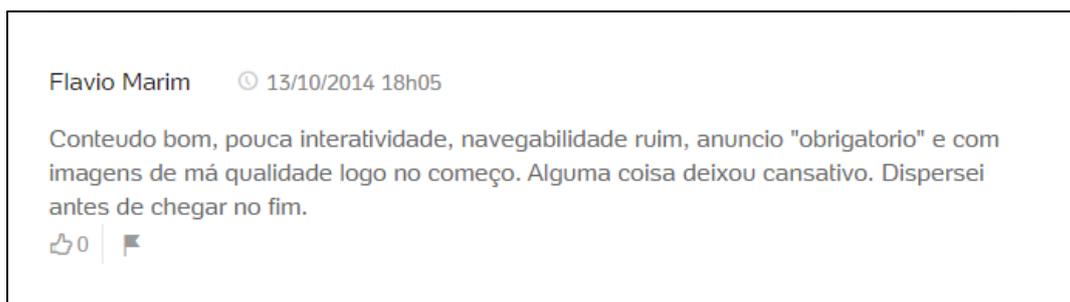
²⁵ Jacqueline Lafloufa. Repórter *Freelancer* do TAB. Entrevistada pela autora por meio da plataforma Google Meet, em 05 de dezembro de 2020.

Figura 28 - A ausência da ferramenta de comentários não permite que o leitor se expresse e até sugira formas que sejam mais agradáveis a eles quanto ao consumo dessas produções



Fonte: Reprodução/TAB

Figura 29 - O leitor sente falta da interatividade e isso pode gerar, em maior ou menor grau, desinteresse por parte de quem está consumindo o produto e esperando uma dinamicidade já proposta anteriormente pelo veículo



Fonte: Reprodução/TAB

A interatividade, tanto presente na produção quanto disponível por meio dos comentários, é importante para o leitor, que se sente ainda mais parte da produção e o mantém na leitura de uma forma dinâmica além de aguçar a criatividade, bem como tem sua importância para a plataforma, que consegue filtrar sugestões, críticas, discussões acerca do tema abordado, e até mesmo proporcionar diálogos entre os próprios leitores.

Não há uma resposta concreta sobre a decisão do UOL de não disponibilizar a ferramenta de comentários ao final das reportagens. Talvez por uma tentativa de levar o público para as discussões nas redes sociais, no entanto essa ideia falha quando não há também (pelo menos até o momento de finalização deste tópico) um plano próprio de gerenciamento das redes do TAB.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Aos fatos: o TAB é por natureza uma plataforma de conteúdos multimídia. No entanto, visto a diversidade de características apontadas ao longo desta pesquisa, vale destacar algumas observações e críticas acerca das narrativas analisadas. Recursos como a interatividade e a exploração de outras mídias que poderiam auxiliar melhor na narrativa são pontos que precisam ser levados em consideração. A ausência de uma seção de comentários limita a participação do leitor, sem o qual o produto não circula. E o que seria interessante tanto para quem consome os conteúdos como para o próprio produtor, que pode receber um feedback mais direcionado e proporcionar discussões sobre as temáticas abordadas, simplesmente não acontece.

Mas você pode se perguntar: e as redes sociais? Hoje, as publicações estão cada vez mais próprias de cada mídia, assumindo suas características e buscando atender às demandas do público conectado. O uso das redes sociais digitais como forma de aproximar ainda mais o receptor do conteúdo se tornou um recurso explorado pelos produtores. No entanto é algo, citado inclusive pela editora do veículo, pouco explorado.

Importa a percepção de que, aos poucos, as mídias estão se apropriando das ferramentas e suportes disponíveis para transformar a produção de conteúdo em um produto atrativo e que permita maior interação com o internauta. Principalmente porque é possível trabalhar as plataformas disponíveis de diferentes formas, utilizando as mais diversas narrativas. É uma maneira de compreender a utilização das redes sociais digitais pela comunicação e como os produtos se apresentam. Se esses produtos já assumem sua transmidialidade, ou se ainda caminham pelas características primitivas da transposição.

No caso do TAB, as coisas não caminham bem desta maneira. A produção jornalística deveria ganhar outras formas de divulgação e compartilhamento de seus conteúdos com a facilidade de acesso às tecnologias e ao público. A conexão entre pessoas pela internet possibilita a conversação sobre as narrativas e a criação de diversas comunidades de acordo com o gosto de cada indivíduo ou grupo.

As comunidades se encontram espalhadas nas diversas plataformas de mídias, que utilizam diferentes ferramentas, e atendem às características de cada uma delas. Dessa maneira, o conteúdo tem que ser adaptado para contemplar às demandas do público. No entanto, o TAB nas redes ainda se comporta de forma bastante imatura, não havendo um

trabalho mais focado para cada mídia, algumas delas servindo apenas como um depósito de links que direcionam o leitor para o site.

Como as narrativas jornalísticas têm estado presentes nas diversas plataformas de mídia, principalmente no período da pandemia da Covid-19, quando os produtores de conteúdos precisam chegar ao seu público e atender suas necessidades de informação, compreender esses conceitos auxilia na visualização das reportagens de maneira mais crítica, observando como cada mídia tem suas ferramentas e como estas estão sendo utilizadas.

Apesar de se ter diversas ferramentas e recursos na tecnologia, além de outros processos desenvolvidos que reafirmam o caminhar da cultura da convergência, das narrativas transmídia e da participação, Jenkins enfatiza que “ainda estamos lutando para definir as condições sob as quais nossa participação será permitida” (JENKINS, 2009, p. 328). O receptor tem ganhado visibilidade e tem tido sua importância reconhecida no processo jornalístico não só enquanto fonte, mas como parte de uma produção colaborativa que caminha aos poucos. A utilização das redes sociais serve então para, além de se ter mais um canal de compartilhamento de conteúdos, propor um diálogo e incentivar discussões sobre diversos assuntos por pessoas completamente diferentes.

É interessante pontuar essas características que se devem ao presente cenário das narrativas transmídia em mídias que convergem. Quando Jenkins observa que “a convergência das mídias torna inevitável o fluxo de conteúdos pelas múltiplas plataformas de mídia” (JENKINS, 2009, p. 148), quer dizer que os conteúdos jornalísticos estão cada vez mais inseridos nas plataformas digitais na internet.

Não apenas nos sites, como também nas redes sociais, as narrativas se apresentam adequando-se às ferramentas disponíveis em cada uma das interfaces. Isso altera não apenas o que se fala, mas como se fala, visto a variedade do público. E essa maneira de produzir e compartilhar produtos na comunicação desperta diversas possibilidades.

Apesar de toda incerteza que o cenário atual apresenta, é justo dizer que os novos caminhos traçados pelo TAB trazem para a reportagem um retorno de identidade, talvez a apresentação de um retorno às origens, ao conceito matriz das grandes narrativas jornalísticas. O uso das redes sociais pode servir para compreender e discutir algumas pautas, mas o tratamento diário com os acontecimentos do cotidiano e até mesmo o contato com temas que poderiam não ser conhecidos, se o repórter não se aventurasse, são fatores que o digital não contempla por completo.

Outro fator que importa bastante é o impacto dessas produções em quem consome. Cada vez mais as reportagens, bem como todo conteúdo jornalístico, deve e tem sido pensado para além da informação. E seus elementos têm potencial de provocar, em maior ou menor grau, experiências estéticas em quem os consome. Cada recurso midiático utilizado em uma reportagem multimídia deve ser pensado para auxiliar na construção da história.

Os elementos se complementam e dão sentido à narrativa, sendo bastante importantes para prender a atenção do leitor. A partir disso, muitos estudos são desenvolvidos para compreender esse fenômeno estético. Essas possibilidades de fruição estética causam dois possíveis tipos de afetação: num primeiro momento, despertam sensações como o choque, o medo, o descontentamento, o desconforto, a tristeza ou a empatia, e ativam no leitor a necessidade do compartilhamento dessas emoções.

O que torna o leitor peça de grande importância, tanto quanto à produção consumida, uma vez que com sua recepção torna o fato sempre presente na história. O internauta retoma o fato e se torna parte da discussão. Por meio de suas percepções anteriores e posteriores à recepção, ele compartilha suas experiências com a leitura, seu descontentamento, tristeza, choque e diferentes emoções que lhes são despertadas, provocando a necessidade de falar sobre o assunto.

É interessante observar a reportagem dentro de uma temporalidade despreendida das linhas do passado, presente e futuro. E pelo compartilhamento de suas impressões, seja pelas redes sociais, ou o que seria possível com a ferramenta de comentários no próprio site, o leitor dissemina a discussão, levando a informação adiante.

É importante se pensar em novas perspectivas para os estudos na Comunicação, pensando nas narrativas enquanto um complexo de informações. Como essas produções podem ser vistas sob o olhar tanto do repórter como das estruturas narrativas, como sob a visão de quem recebe esses conteúdos. E pensar na importância desses receptores para o produto, bem como para as construções e discussões sociais. Para além de produzir e consumir conteúdos informativos, é necessário se pensar no impacto que esses conteúdos irão estimular, num contexto de micro para macro. Tanto no contexto individual, do receptor, quanto no coletivo, das relações sociais.

Principalmente em um cenário onde cada vez mais se precisa de uma comunicação de qualidade e onde cada vez menos se valoriza a importância dessa área. É necessário compreender a importância da comunicação, ainda mais em um cenário no qual a informação é capaz de estabelecer discussões de grande valor para as construções sociais.

E do Jornalismo e todo o trabalho que vem sendo realizado pelos meios de comunicação, ainda mais neste período que tem reunido pautas que podem influenciar a curto, médio e longo prazo todas as vivências e práticas sociais. Aí está o valor da pesquisa como um todo e, especificamente, deste trabalho que procurou reconstituir não apenas conceitos das grandes narrativas, mas também trazer à tona diálogos que perpassam assuntos importantes como discussões sobre pandemia que vão além de crises sanitárias e perpassam questões políticas, e que porventura não conseguem ser debatidos com profundidade na correria característica do cotidiano.

A Covid-19 influenciou consideravelmente no consumo de conteúdos jornalísticos, sobretudo os digitais. A revista eletrônica Consumidor Moderno afirma que, “segundo pesquisa conduzida pela Provokers e encomendada pela organização filantrópica Luminare, 65% dos leitores de veículos digitais aumentaram o consumo desde a chegada da crise sanitária”. O levantamento feito a partir de entrevista com 8.570 pessoas de 18 a 65 anos diz também que cerca de 83% afirma acessar os conteúdos informativos pelo menos uma vez ao dia. A revista mostra também que “no Brasil, o consumo através das plataformas de jornalismo digital representam 59% de todo o consumo de notícias, o que mostra o crescente domínio das plataformas digitais como fontes primárias de notícias e informações” (CONSUMIDOR MODERNO, 2020)²⁶.

Em contrapartida, 2020 trouxe também outras preocupações para os profissionais da comunicação no Brasil. Foi o ano que teve mais registros de casos de violência contra jornalistas. O crescimento em relação ao ano anterior foi de 105%, segundo dados da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), totalizando 428 casos²⁷. Isso se deu principalmente pela tentativa de descredibilização da imprensa, grande parte pelo próprio presidente vigente, Jair Bolsonaro. A comunicação neste momento precisou trabalhar em uma jornada dupla: para continuar informando a sociedade brasileira e para lutar contra as Fake News e ataques propagados pelos chamados negacionistas, que negam a realidade e, por exemplo, a Ciência e as pesquisas científicas.

²⁶ **Jornalismo digital cresce na pandemia; 65% dos leitores aumentaram o consumo.** Matéria publicada em 20 de setembro de 2020. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2020/09/28/jornalismo-digital-cresce-na-pandemia-65-aumentaram-o-consumo/>. Acesso em: 25 abr. 2021.

²⁷ **Ano de 2020 tem recorde de ataques à liberdade de imprensa desde o início da série na década de 1990, diz Fenaj.** Matéria publicada em 26 de janeiro de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/01/26/ano-de-2020-tem-recorde-de-ataques-a-liberdade-de-imprensa-desde-inicio-da-serie-na-decada-de-1990-diz-fenaj.ghtml>.> Acesso em: 25 abr. 2021.

Percebe-se, então a importância de se observar, tanto para fins técnicos da área, quanto para pesquisas em Comunicação, como tem se desenvolvido as produções jornalísticas e a preocupação de fazer um jornalismo que informe, mas que também contribua para a formação cidadã e faça o leitor refletir sobre temas relevantes e necessários que permeiam a sociedade. O interesse deve ser para além do fato. Deve ser também pelas causas e consequências desses, quais os impactos dos acontecimentos na sociedade. E numa visão menos individualista e mais humanizada. Características que as narrativas jornalísticas são capazes de contemplar, pois as reportagens aprofundadas e humanizadas contribuem para expandir essas discussões e trazem informações mais amplas e diferenciadas.

É interessante também traçar novas possibilidades, visto a abrangência do tema e a riqueza do corpus de análise. Algumas questões ficaram em aberto, afinal uma pesquisa nunca está totalmente completa. Observar as narrativas a partir do olhar agora do leitor é um ponto que pode ser bastante explorado em estudos futuros. Poderemos compreender a própria mudança do TAB, no contexto de inserção de mais pautas de rua, produção de perfis, e como se reconfigurou a redação nesse contexto. Consideramos, por fim, de grande valor seguir pesquisando sobre o tema, contribuindo não apenas para a literatura acadêmica, como também para a prática jornalística.

REFERÊNCIAS

A Covid-19 e os sentidos. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/uti-emilio-ribas/index.htm#page1>. Acesso em: 06 fev. 2021.

Ano de 2020 tem recorde de ataques à liberdade de imprensa desde o início da série na década de 1990, diz Fenaj. Matéria publicada em 26 de janeiro de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/01/26/ano-de-2020-tem-recorde-de-ataques-a-liberdade-de-imprensa-desde-inicio-da-serie-na-decada-de-1990-diz-fenaj.ghtml>. Acesso em: 25 abr. 2021.

BARBOSA, Suzana. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. In: FLORES VIVAR, J.M.; RAMÍREZ, F.E. (Orgs.). **Periodismo Web 2.0**. Madrid: Editorial Fragua, 2009. pp. 271-283.

BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2017.

BERGAMO, Alexandre. Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro. **Mana**. V. 17, nº 2. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/mana/v17n2/a01v17n2.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2021.

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

BRAGA, José Luz. Mediatização como processo interacional de referência. In. **Animus – revista interamericana de comunicação midiática**. Santa Maria, v. 5, n. 2, jul./dez. 2006.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

CARVALHO, Marina Aparecida Sad Albuquerque de. **DO IMPRESSO AO DIGITAL: os desafios da grande reportagem jornalística**. 2018. 321 f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/6691>. Acesso em: 07 mar.2021.

Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES. Disponível em: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/>. Acesso em: 08 ago. 2020.

CERVI, Emerson Urizzi. **Seminário de Pesquisa II**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2010.

CIACO, João Batista Simon. Estratégias publicitárias e produção de sentido: entre os multimeios e o *cross media*. In. **Organicom**, ano 5, nº 9, 2º semestre de 2008.

COSTA, Cristiane Henriques. **Pena de Aluguel: escritores jornalistas no Brasil 1904/2004**. São Paulo: Editora Schwarcz, 2005.

DINIZ, Amanda Tavares de Melo. **O que é um autor na reportagem: diálogos entre ética, singularização e pontos de vista no discurso jornalístico**. 2018. 156 f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco, Recife. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/35882/1/DISSERTA%20c3%87%20c3%83%20O%20Amanda%20Tavares%20de%20Melo%20Diniz.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2021.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. In. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2017.

FARO, J.S. **Revista Realidade: Tempo da Reportagem na Imprensa Brasileira**. Porto Alegre: AGE Editora, 1999.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. In: **Matrizes**, nº 2, abril/2008.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2019.

FLORES-VIVAR, Jesús Miguel. El Ciberperiodismo como Disciplina Profesional. In. MARTINS, Gerson Luiz; RIVERA-ROGEL, Diana. **+25 Perspectivas do Ciberjornalismo**. Aveiro: Ria Editorial, 2020.

FLOSI, Edson. **Por trás da notícia: o processo de criação das grandes reportagens**. São Paulo: Summus Editorial, 2012.

FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2017.

FORTES, Leandro. **Jornalismo Investigativo**. São Paulo: Contexto, 2005.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de Conteúdo**. Brasília: Liber Livro Editora, 2005.

FUSER, Igor (org.). **A Arte da Reportagem**. São Paulo: Scritta, 1996.

Geopolítica do Kpop. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/kpop/index.htm#cover>. Acesso em: 06 fev. 2021.

GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. In. **Revista Famecos – mídia, cultura e tecnologia**, v. 23, nº 2. Porto Alegre: maio/agosto de 2016.

GOSCIOLA, Vicente. A máquina da narrativa transmídia: transmidiação e literatura fantástica. In. **Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura** - 2012 - Nº 10.

GUINDANI, Joel Felipe; MORIGI, Valdir Jose. Romarias, marchas e tecnologias: as mediações e a midiatização da questão agrária contemporânea. In: MATTOS, Maria Angela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda. (Orgs.) **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2014.

IJUIM, JORGE KANEHIDE. Por que humanizar o jornalismo (?). **Verso E Reverso (Unisinos. Online)**, v. 31, p. 235-243, 2017.

ITO, Liliane de Lucena. **A (R)EVOLUÇÃO DA REPORTAGEM - Estudo do ciclo da reportagem hipermídia: da produção às respostas sociais**. 2018. 305 f. Tese de Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru. Disponível em: <https://adobeindd.com/view/publications/6a012e7b-8a51-4be9-9314-f0c1d5a645a3/1/publication-web-resources/pdf/a-revolucao-da-reportagem.pdf>>. Acesso em: 07 mar. 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

Jornalismo digital cresce na pandemia; 65% dos leitores aumentaram o consumo. Matéria publicada em 20 de setembro de 2020. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2020/09/28/jornalismo-digital-cresce-na-pandemia-65-aumentaram-o-consumo/>. Acesso em: 25 abr. 2021.

KOTSCHO, Ricardo. **A Prática da Reportagem**. São Paulo: Ática, 1986.

LIMA JUNIOR, Walter. Mídia Social Conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. In. **Líbero (FACASPER)**, v. XII, pp. 95-106, 2009.

LIMA, Evaldo Pereira. **Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo de da literatura**. Barueri, SP: Manole, 2009.

LONGHI, Raquel. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. **Estudos em Comunicação**, nº7 - Volume 2, 149-161, 2010. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/vol2/longhi.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2021.

LONGHI, Raquel. O turning point da grande reportagem multimídia. **Revista FAMECOS**, v. 21, n. 3, p. 897-917. Porto Alegre, set.-dez. 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/276106944> O turning point da grande reportagem multimidia. Acesso em: 28 abr. 2021.

LONGHI, Raquel. A reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo. **Anais 6º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo**. Campo Grande, 2015. Disponível em: <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor6/files/2015/03/LONGHICIBERJOR.pdf>. Acesso em: 27 jan.2021.

LONGHI, Raquel; FLORES, Ana Marta M. Narrativas webjornalísticas como elemento de inovação: casos de Al Jazeera, Folha de S.Paulo, The Guardian, The New York Times e The Washington Post. **Intercom - RBCC**, v.40, n.1, p.21-40. São Paulo, jan/abr. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v40n1/1809-5844-interc-40-1-0021.pdf>. Acesso em: 28 de abr. 2021.

MACIEL, Alexandre Zarate. **NARRADORES DO CONTEMPORÂNEO: jornalistas escritores e o livro-reportagem no Brasil**. 2018. 309 f. Tese de Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco, Recife. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/29836/1/TESE%20Alexandre%20Zarate%20Maciel.pdf>. Acesso em: 06 mar. 2021.

MAGNO, Ana Beatriz. **A agonia da reportagem – Das grandes aventuras da imprensa brasileira à crise do mais fascinante dos gêneros jornalísticos: uma análise das matérias vencedoras do Prêmio ESSO de Jornalismo**. 2006. 168 f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/6641/1/2006_Ana%20Beatriz%20Magno.pdf. Acesso em: 27 jan.2021.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom – RBCC**. V. 39, nº 1, pp. 39-56. São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2021.

MARTINS, Gerson Luiz; RIVERA-ROGEL, Diana. **+25 Perspectivas do Ciberjornalismo**. Aveiro: Ria Editorial, 2020.

MIELNICZUK, Luciana. **O Link como Recurso da Narrativa Jornalística Hipertextual**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1441-1.pdf>. Acesso em: 06 ago. 2020.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1000.PDF. Acesso em: 06 ago. 2020.

Mil desculpas: por que aceitamos notas oficiais padronizadas que só agradam a quem deve muitas explicações? Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/desculpas>. Acesso em: 06 ago. 2020.

Museu Covid. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/amp-stories/museu-covid/index.htm>. Acesso em: 06 fev.2021.

Nação de Jesus. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/nacao-de-jesus/index.htm#cover>. Acesso em: 06 fev.2021.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 8. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2016.

Onde o SAMU não chega. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/amp-stories/covid-19-em-paraisopolis/index.htm>. Acesso em: 08 ago. 2020.

PALACIOS, Marcos. *et al.* **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo on-line brasileiro e português**. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP2PALACIOS.pdf. Acesso em: 06 ago. 2020.

PASSOS, Felipe Zschaber Alves. **NOVAS NARRATIVAS DO JORNALISMO: possibilidades e tendências das reportagens na web**. 2015. 156 f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/1306>. Acesso em: 07 mar. 2021.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In. CANAVILHAS, João (orgs). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2014.

PEREIRA, Andreza Silva; GUSHIKEN, Yuji. **A construção da personagem como recurso de humanização no jornalismo literário**. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2017/paper/viewFile/646/955>. Acesso em: 06 ago. 2020.

PESSA, Bruno Ravanelli. Aproximações entre jornalismo literário e imprensa alternativa. **Anais do 6º Interprogramas de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero**. São Paulo, 2010. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Bruno-Ravanelli-Pessa.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2021.

PODER 360. **Grandes jornais mantêm circulação nos 2 primeiros anos de Bolsonaro.** Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/grandes-jornais-mantem-circulacao-nos-2-primeiros-anos-de-bolsonaro/>. Acesso em: 18 de jul.2021

Querer e Poder. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/quarentena#cover>
Acesso em: 06 fev. 2021.

REGES, Thiara Luiza da Rocha. **Características e Gerações do Webjornalismo: Análise dos Aspectos Tecnológicos, Editoriais e Funcionais.** 2010. 96 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) - Faculdade São Francisco de Barreiras, Bahia, 2010. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2020.

RODRIGUES, Felipe Aparecido. **Livro-reportagem: uma abordagem sobre a cobertura da violência no Brasil.** Campinas, SP: [s.n.], 2010).

SCOLARI, Carlos Alberto. NARRATIVAS TRANSMÍDIAS: Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. In. **Parágrafo – Dossiê Comunicação, Tecnologia e Sociedade.** V. 1, N. 3, Jan/Jun 2015.

SEQUEIRA, Cleofe Monteiro de. **Jornalismo Investigativo: o fato por trás da notícia.** São Paulo: Summus Editorial, 2005.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento.** 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnicas de Reportagem: notas sobre a narrativa jornalística.** São Paulo: Summus Editorial, 1986.

STUMPF, Ida. Regina. C. **Pesquisa Bibliográfica.** In. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação 2. ed. – 9. reimpr.** São Paulo: Editora Atlas, 2017.

UOL TAB. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/>. Acesso em: 08 ago. 2020.

Turismo Xamânico. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/turismo-xamanico/#cover>. Acesso em: 06 fev. 2021.

UOL lança o TAB, novo projeto editorial interativo. Matéria publicada em 13 de outubro de 2014. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2014/10/13/uol-lanca-o-tab-novo-projeto-editorial-interativo.htm>. Acesso em: 27 jan. 2021.

Utopias Flutuantes. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/futuro-do-morar/>.
Acesso em: 06 fev. 2021.

VILAS BOAS, Sérgio. **O Estilo Magazine – O Texto em Revista.** São Paulo: Summus Editorial, 1996.

ANEXOS

Anexo 1 – Entrevista com Olívia Fraga, Editora do TAB, concedida à autora por meio da Plataforma Google Meet, em 04 de dezembro de 2020.

OLÍVIA:

- Quando o TAB foi criado, ele era uma editoria de especiais, ele só saía dia de segunda-feira. Tinha uma equipe própria, eles tinham equipe de vídeo, equipe de interface, então o desenho da página da internet era todo um HTML feito sob medida, não tinha nada parecido no UOL. Era muito fora do normal isso dentro de redação, ainda é, isso foi meio que desmontado ao longo dos anos e em 2018 o TAB passa por uma reformulação, na verdade, tava sendo estudado, estavam estudando a chance de publicar todos os dias, virar não só uma editoria de especiais, mas uma editoria de comportamento e cultura digital. Isso foi acontecendo aos pouquinhos, quando eu saí do *nexo* e fui para o TAB, a gente estava implantando as notícias todo dia, então a gente fazia nota todo dia e mantivemos o especial de segunda-feira, isso acontece em maio de 2019 já tinha um pouco disso, mas não estava totalmente estabelecido, quando eu entrei em agosto, já estava estabelecido, beleza. Então a gente já publicava todo dia, duas ou três matérias por dia, a gente não fazia muita nota, já era matéria, tinha que repercutir, não era quente e aí mantivemos os especiais de segunda.

Eu acho que maio de 2019 é o começo dessa história, em maio de 2020 é meio que a solidificação disso, mas agora, o TAB, exatamente agora, dois meses atrás a gente passou por uma série de conversas e ele vai ser reformulado e o que vai ser o TAB agora? O TAB vai ser uma editoria, continua sendo uma editoria de grandes reportagens especiais, mais matérias de rua, mais crônica de rua e mais perfil, a chefia quer uma coisa muito parecida, não sei se você acompanha a revista “Piauí”, aquele começo da Revista Piauí, o Esquinas. Ele quer um Esquinas dentro do TAB, a gente brinca que ele está transformando o TAB, que vai virar um trovadorismo urbano, uma galera que vai pra rua e traz as histórias. O TAB já fez isso, mas fazia isso na qualidade de reportagem de rua de segunda-feira, ao longo do tempo ele virou uma editoria de tendência e de comportamento digital e aí o que o eu acho que vale, não sei se para você vale fazer essa mudança de escopo de repente, é falar dessa adequação, eu assim que talvez maio de 2019 possa ser mantido, porque esse momento que a gente começa a publicar todos os dias, mas tem essa virada logo em setembro de 2020, que aí tem uma mudança, uma configuração diferente no jeito de pensar a pauta e as pautas já estão saindo, com esse

sabor novo, que se você der uma olhada no site já tem umas coisas assim, mas eu tenho, por exemplo, dia 8 agora, na terça-feira, eu me propus um pacote de matérias nessa nossa linha a gente vai ter uns 20 dias disso, até o fim do ano e em janeiro a gente faz uma comunicação para o mercado falando que TAB mudou, então aí vai ter marketing, vai ter um novo logotipo, vai ter uma tagline. Então, eu acho que agora sim a gente tá num momento diferente, em maio de 2019 e maio de 2020 são basicamente o mesmo momento, só que um está mais solidificado do que o outro. Eu não sei como fica para você em termo de pesquisa...

MARINA:

- Sim, porque a ideia que eu desenvolvi com a minha orientadora é de observar como que se desenvolvem as abordagens e dentro do TAB, principalmente nesse período de pandemia, como que essa temática ela é abordada, e a utilização dos recursos de multimídia, como é que o TAB funciona nesse sentido de abordagem e se tem algum padrão editorial, se funciona alguma forma de produção?

OLÍVIA:

- Total, eu posso super ajudar nisso, a gente tem o modus operandi diferente do que rola no resto do UOL, porque é uma característica diferente de editoria é mesmo, a gente fala: “a gente pode sentar em cima dos assuntos” e você vê o melhor modo de contar essa história, essa é uma pergunta que a gente faz de saída que é antes mesmo dessa mudança, a gente fala: qual é a melhor forma de contar? É em texto, um vídeo contaria melhor isso? Porque é uma citação cheia de ações. Fotos juntos o que tipo de foto, é com ilustração? Porque é difícil de fazer foto, enfim, eu acho que a gente tem um corpo interessante de especiais e de matérias ao longo da pandemia que eu não veria outra vertical ou outro canal do UOL fazendo, isso foi legal porque a gente viu coisas muito típicas do TAB nesse período, o jeito como a gente chegou pra falar de pandemia foi muito diferente e também a consequência da pandemia, a gente começou uma série que deve se desenrolar em 2021 sobre futuros. Então, teve o futuro do sexo que foi um projeto maior com um monte de coisas diferentes em linguagem de HQ, teve o futuro do trabalho, a gente deve ter o futuro da cultura, que a gente fala um pouco do futuro do entretenimento, a gente ainda mantém algumas dessas matérias do dossiê que a gente ainda fala que é uma matéria que a gente ouve mais sobre especialistas faz bastante prospecção, futurologia mesmo, você vai jogando para frente e vai fazendo esses

prognósticos. A gente teve também uma cobertura com especiais de hospital, a gente fez o Emílio Ribas que foi muito legal, a gente fez vendedores de máscaras, teve uma muito bacana na quarentena que a gente selecionou duas mulheres e a gente acompanhou essas duas mulheres por um mês, como que elas estavam lidando com a quarentena, totalmente diferente, então uma saía para a rua e a outra trabalhava de casa. Com esses recursos narrativos visuais, eu acho que o TAB teve uma preponderância, tiveram coisas muito boas saindo em outras verticais, isso eu me lembro bem, porque é isso que é o recurso que o TAB tinha direito, esse jeito de olhar a pauta depois de 2018 isso se popularizou dentro UOL, todo mundo faz especial, mais ou menos com a mesma cara e o fluxo é o mesmo, a gente acessa os mesmos designers, é a mesma equipe de vídeo, então o TAB tenta se diferenciar um pouco, por texto e pelo o que a gente entrega para o leitor que é ligeiramente diferente do que ele veria em matérias em outros canais, então aí é um pouco o refinamento de verticais, que a gente fala, refinar, cada editoria tem um jeitinho de abordar alguma coisa, então eu acho que é um pouco por aí. Como que você quer proceder? Você quer selecionar os trabalhos, depois a gente vai falando?

MARINA:

- Eu tenho umas perguntinhas aqui, que eu fui estruturando, em relação a essas pautas que tu colocaste muito bem, que vai de acordo com a abordagem, com a temática e como que de acordo com cada tema se estrutura, a melhor forma de contar essa história e foi algo que eu percebi bastante nas matérias que eu li que algumas que têm mais textos e têm mais relatos e têm outras que é só slide de fotos, então tem essa diversidade de não só de temas, mas de mídias também das formas de contar histórias. Eu queria saber como funciona essa questão dos repórteres, são só freelancer ou tem repórter que é fixo, como que funciona?

OLÍVIA:

- O TAB tem, mudou, mas nesse período que a gente está falando, três repórteres fixos e muitos “freelas”, então o que é São Paulo a gente cobre com o que tinha a equipe doméstica ali local, mas a gente tem um acesso, tem gente em vários lugares do mundo, vários lugares do Brasil fazendo, a gente acabou construindo uma rede legal de “freelas” e aí o que acontece é que cada “freela” tava convidado a também trazer mais reportagens mais simples, essas que a gente empacota de um jeito tradicional dentro do UOL e

também especiais, então aconteceram algumas vezes dessa da quarentena, que eu vou mandar para você o link, ela foi feita por uma agência de notícias na verdade, uma agência de produção de conteúdo que sempre trabalhou com o TAB, eles pegaram os tempos das vacas gordas, então eles lembram como era antigamente, antigamente era uma milícia de fato hoje a gente ainda tem essa chance de estar em cima do assunto, essa quarentena, por exemplo, a gente levou dois meses e meio para fazer, porque até apurar, acompanhar as pessoas depois pensar no melhor modo de fazer isso e aí passar tudo isso para a arte e a arte ir aprimorando, eu lembro que eu ficava de noite falando com designer tá, mas precisa colocar um slide, todo elemento precisa ser muito negociado, é um trampo do cão, com uma equipe muito pequena é muito difícil, o TAB tinha uma equipe grande, tinha o chefe que era o Tozzi, os repórteres, eles eram meio rotativos, antes de entrar e exatamente nessa hora que muda para publicar todo dia os repórteres ficam fixos e é uma galera um pouco mais jovem, o TAB sempre foi uma editoria de especiais e por onde passavam as reportagens e os repórteres antigo do UOL, todo mundo queria fazer uma matéria grande, parava e passava quatro meses no TAB fazia um especial e depois voltava para a editoria mãe. É basicamente isso a gente segue com uma equipe de apoio, hoje eram três e agora são seis repórteres fixos, eu tenho uma editora assistente que é uma coisa, que a gente não tinha, eu estava sozinha e vários “freelas” no caminho.

MARINA:

- E como que tá funcionando esse trabalho nesse período de pandemia?

OLÍVIA:

- Tudo digital, quando veio a era de fora, a gente já fazia reuniões como essa, muito telefonema e tal, hoje mais ainda, porque a própria equipe também é acionada assim, a gente se fala desse jeito. O que eu tenho como essa rotina, a gente tem uma reunião de pauta na segunda-feira, nessa reunião a gente discute as pautas da semana e já antecipa da próxima semana, então cada repórter fixo traz as pautas que tão tocando e aquilo que a gente está pensando para os especiais a gente tem uma programação de especiais como tem essa demora a gente pode trabalhar bem os especiais, em geral trazem a pauta e dali a três meses vai sair, então a gente vai discutindo isso com a equipe e aí cada “freela”, eu tenho mais ou menos uma agenda com eles para a gente discutir matérias maiores, quando é uma matéria menor, é basicamente uma comunicação por e-mail, quando é uma matéria que envolve arte que é um especial eu sempre marco uma conversa

inicial e depois eu faço uma conversa para checar o status da coisa, a depender da complexidade a gente vai tendo outras reuniões até fechar.

MARINA:

- Em relação aos repórteres fixos, tem uma matéria que eu acho que é da Letícia, eu acho que é a do Ribas... do hospital, que a equipe teve que acompanhar no próprio hospital. Em situações, como que é dado o tratamento?

OLÍVIA:

- Todo mundo estava atrás do hospital e ela queria muito fazer uma cobertura na UTI que encheu primeiro em São Paulo, a gente em hospital tava entre hospital que encheu primeiro e hospital de periferia, nós tínhamos dois em vista um na Brasilândia e outro na periferia de São Paulo e outro na Zona Leste. Sorte que a gente insistiu muito com assessoria e a Folha de São Paulo deu uma matéria sobre Emílio Ribas muito boa, a Patrícia Campos Melo foi fazer, só que o tratamento, esse é o pulo do gato, o tratamento desse material na folha na versão digital era muito tradicional, ele era uma foto boa, uma linda de fotos de abertura outras fotos ao longo texto, um texto muito bem trabalhado, mas era um template uma cara muito tradicional. Letícia com muito sangue nos olhos ligou para o assessor e falou: “olha, vocês deram acesso para a Folha e eu quero entrar no Emílio Ribas”. E a assessora falou: “tá bom, vamos lá!”. Então, a gente conseguiu o acesso quatro dias para lá e pegamos uma semana quente ali, tava muito cheia, foi o fotógrafo que era o Edu, com também a missão de, de repente, registrar isso em vídeo para a gente tentar alguma coisa. A gente vai com algumas ideias e depois a gente ver se vai rolar e eu tinha toda certeza que iria rolar. Esse foi um trabalho conjunto de TAB com MOV, o MOV que é o departamento do UOL que faz vídeos e podcasts, como eu sabia que eu iria precisar de uma ajuda depois caso precisasse editar em vídeo, eu ia pedi para a galera me dar uma assistência e eles me mandaram o Edu. O lance era que a gente tinha direito a quatro dias, mas o material dos dois primeiros dias já foram muito o suficiente e eu tava com medo, de expô-los demais. A Letícia queria, ela chegou a ir num terceiro, mas sem o fotógrafo, muito coincidentemente no mesmo dia que ela foi ao Emílio Ribas, rolou a autorização para a gente entrar no HC, que é o Hospital das Clínicas, mas por uma questão de: não, o material tá sólido no Emílio Ribas, então a gente vai só com Emílio Ribas, esse foi um material editado muito rápido, porque ele tava quente, só para você entender a cronologia, ela deve ter ido numa quarta e quinta para o hospital, foi na sexta,

escreveu o texto no sábado, eu editei ele no sábado e domingo, exatamente eu acho que foi isso, o Rennè que é o diretor de arte me ajudou demais a pensar na estrutura, a gente tinha isso pronto na segunda-feira e o vídeo foi rolando na paralela, então foi muito rápido. O ponto mais importante nessa narrativa que a gente compôs foi o seguinte: a gente já tinha trazido um relato muito legal, mas ele tava muito parecido com o da Patrícia e eu precisava num layout diferente, a gente tinha algumas opções aqui, fazer e tratar como um especial diferente e trazer um texto diferente e então o que aconteceu que foi um texto muito editado e várias vezes mexido, porque aí eu falei: “Let, me traz mais sensações dessa tua apuração” e ela mesma tinha respostas, ela só não sabia que tinha respostas, é sempre assim repórter, às vezes está na tua língua o que eu me lembro claro de todo esse percurso, claro, e ela viu coisas horríveis, ela viu gente morrer e a gente não colocou tudo o que viu ali, foi muito tenso, ali é uma comunicação só com o olhar, eles quase não falam, os médicos, eles estão muito atentos aos barulhos das máquinas, dos bips, e na hora que eles fazem reunião eles perdem um tempo falando, mas eles quase não falam, eles com o olhos arregalados e choramingando, então é pelos sentidos, vamos explorar isso pelos sentidos, porque é isso também, tem um momento em que ela falou que tem um bom pedaço desse tempo que ela passou na UTI no primeiro dia que estava um silêncio, aí de repente aptou um cara para fazer uma manobra nele para virar o paciente de bruços, que hoje ainda é uma manobra comum no tratamento de Covid em caso grave e enfim foi indo por aí e eu refiz o texto com menor até do que eu pensei do que seria e ele está mais compacto assim, eu acho assim que o visual ficou bom demais a gente usou uma tipologia diferente do TAB a gente abre o texto com uma forma diferente, com frases e depois vem o título, então esse foi um TAB realmente muito bom e eu acho que fizemos coisas em curto espaço de tempo tivemos boas soluções.

MARINA:

- Eu gostei demais dessa reportagem, ficou muito boa.

OLÍVIA:

- Eu chorei muito, essa foi difícil.

MARINA:

- E é um trabalho, principalmente nesse período, que mexe muito com os sentidos da gente, não só com o que a gente vê, mas o medo que a gente tem, pela gente mesmo e pelas pessoas com que a gente convive.

OLÍVIA:

- Exato, a Letícia ficou mês sem ver os pais depois e ela mora sozinha, enfim eu adoro a Let, é uma p*ta repórter, a Letícia no começo do ano perdeu um amigo em São Paulo, do nada o cara faleceu, então ela tava assim e ela é muito corajosa, talvez eu não tivesse o sangue frio de enfrentar um hospital num ano desse, que era o melhor amigo dela, aí ela ficou isolada e não deixou de ir para a rua, depois ela foi para Paraisópolis, depois ela foi para uma outra grande pauta e é isso. Repórter bom e nessa hora ela não teve medo, eu talvez, eu iria, mas não teria... eu acho que ela foi mais sangue nos olhos do que eu: “em um dia vou tentar tirar o máximo dessa apuração, porque eu estou sentindo que é aqui” ela não, ela foi até o terceiro dia e continuou em contato com os médicos, ela tem ido muito às coletivas do Emílio Ribas, então o resultado ficou muito bom, eu acho que transparece a dedicação de estar ali.

MARINA:

- Tem alguma outra reportagem que tu lembres assim, que tenha esse mesmo grau de dificuldade, assim tanto na apuração e até na edição?

OLÍVIA:

- De época de Covid?

MARINA:

-Sim.

OLÍVIA:

- Cara, eu acho que essa foi a mais forte, porque foi dentro de hospital, eu acho que em graus de construção narrativa também essa que eu mandei para você da quarentena, a gente fez outros especiais de Covid, mas eu acho que eles não tiveram a mesma característica e esse cuidado e tal. Depende um pouco do feeling do designer, às vezes ele fala: “p*rra não vai vender e então nesse caso, a gente quis parar para fazer

direito”. O outro esforço que a gente fez no ano foi o futuro do sexo, esse sim também foi um, nossa, quatro meses, uma p*ta equipe envolvida, teve várias partes e vídeo, um monte de coisas, porque o TAB também tem isso, a gente não olhava só para a pandemia a orientação foi de cobrir como todo mundo tava cobrindo, mas havia duas editorias concentrando uns especiais sobre Covid, que era o Viva Bem e o Notícias, porque era a editoria que fazia a cobertura mesmo, então o TAB era um pouco ali olhando por cima algum acesso específico a esse ambiente, o que a gente fez também bastante assim na pandemia foi entrevista à distância, a gente fez uma do Emicida, por exemplo, que foi muito legal, fizemos com Johna, fizemos com Gilberto Gil. Mas não estava totalmente relacionado com a pandemia, foi só um outro formato que o TAB acabou solidificando que até virou depois é um formato que mais gente no UOL vai fazer esse tipo de edição de vídeo e acho que foi bem legal, eu estou tentando lembrar de uma outra aqui, se eu lembrar eu mando para você.

MARINA:

- Certo, em relação aos número de produções, teve alguma alteração nesse período, não só de números...

OLÍVIA:

- Quantidade de matérias?

MARINA:

- Isso.

OLÍVIA:

- Teve, a gente publicou mais, a gente publicou muito mais textos, eu acho que o tempo pedia também, havia essa demanda, teve um pico de audiência muito grande, eu acho que as pessoas estavam mais ligadas em noticiários, já teve uma certa queda acho que três meses depois que começou a pandemia já começou a cair, perderam o interesse. Eu gostei de uma matéria em layout normal, a Marie que é outra repórter, fez uma matéria sobre uma sauna gay aberta em São Paulo no começo da pandemia, teve assim várias casas que continuaram abertas e essa gente conseguiu ver e aí foi uma matéria que surgiu na sexta de tarde, ela foi lá com o cara e sábado estava no ar, foi meio rápido, “achadinhos” coisas que vão sobrando, e todo mundo tava ligado nisso no UOL. Mas

voltando a pergunta assim, acho que a gente publicou, talvez o dobro do número de matérias que a gente publicou em fevereiro, por mês era o dobro, porque era muita coisa, muito trabalho.

MARINA:

- Até para atender a demanda das pessoas que estavam isoladas e a gente percebe que teve um crescimento de produção de conteúdo no geral, na internet.

OLÍVIA:

- No geral e tinha uma coisa política rolando também, o Brasil ficou efervescente a partir disso, então tinha muita matéria de contexto, a gente fez muita coisa relacionada a negacionismo, antivacina, governo... a gente fala menos de governo do que gostaria, mas ainda sim não dava para não falar, então fizemos bastante, trabalhamos muito.

MARINA:

- Em relação à produção, a equipe continua trabalhando home office ou teve alguma alteração, algumas pessoas já voltaram?

OLÍVIA:

- A gente teve autorização se quisesse voltar, faz uns dois meses desde setembro, mas na minha equipe ninguém voltou, a galera até mora perto do prédio, mas não quiseram voltar e parece que tem muita gente indo esporadicamente, porque o sinal lá da internet é melhor e às vezes é legal trabalhar lá, mas ninguém voltou até agora não houve nada em relação a esse vírus, graças a Deus. Temos medo de voltar para o prédio e adoecer.

MARINA:

- E essa reformulação do TAB já estava sendo pensada antes da pandemia ou foi algo como consequência?

OLÍVIA:

- Eu acho que o chefe tem as “doideras” dele, o Murilo Garvela, diretor executivo do UOL, ele disse que já estava pensando nisso num núcleo dentro do UOL de reportagem desse tipo. Ele chegou a cogitar colocar isso nas mãos de outras pessoas e aí ele viu que

o TAB tinha um espaço para ganhar essa virada, um pouco porque a gente tinha expertise nisso nos especiais, a gente já fazia isso e de outro lado, porque ele viu a chance de trazer para o TAB outros repórteres que poderiam contribuir isso é uma coisa interessante quando ele me falou, eu falei: “nossa, cara que loucura!” Tipo muda tudo. É um pouco isso, E a gente fica muito de olho em cultura digital e você já sabe mais ou menos o que fazer, quando ele propõe uma coisa dessas no meio da pandemia, quer dizer, mandar repórter para a rua é f*da e é só o que a gente vai querer fazer agora. Os próprios “freelas” estão um pouco receosos, tem uma galera fora do Brasil que estava fazendo matéria de rua. E: “Olívia, não! Voltou a ter lockdown e eu não posso sair”. Então é difícil, equalizar isso vai ser um pouco estranho e ele sabe disso, eu acho que daqui um ano, se Deus quiser, quando a pandemia já tiver passado, um ano ou dois anos eu acho que o TAB vai estar no melhor dos mundos, porque a gente vai ter forjado um modelo muito interessante de cobertura de cultura digital e cultura de rua esse lance é bacana de ter. Então, não tinha nada previsto, eu não tinha a menor noção de que isso iria acontecer, a equipe ficou assustadíssima, a gente ainda está tentando entender, é um tipo de jornalismo que a gente gosta de fazer e a pandemia assusta um pouco, mas sair da redação com condições e com segurança e para o próprio “freela”, é uma valor de “freela” mais caro, então dá para ganhar uma grana um pouco maior, a gente consegue pagar um pouco mais, eu acho que no final vai ser uma mudança bem positiva.

MARINA:

- É um jornalismo que chama a atenção, é um jornalismo diferente.

OLÍVIA:

- Para a internet é muito diferente, não é comum, você tem isso na Piauí, de fato você tem isso, é um jornalismo de revista que se perdeu ao longo do tempo, porque as revistas minguaram e isso em internet pode ganhar um contorno muito legal, não tem muita gente fazendo isso que a gente vai fazer e isso é legal.

MARINA:

- E vocês pensam em conteúdo para as redes, assim pensando nas redes sociais?

OLÍVIA:

- A gente tem equipe de redes sociais que é a equipe que atende o UOL inteiro, mas o que a gente faz na reunião de pautas segunda, eles participam da reunião, então já desde esse momento a gente sabe mais ou menos como explorar os conteúdos em rede, eu pessoalmente, eu acho que tem deficiências, ainda, eu acho que a gente repercute mal algumas coisas o UOL depende muito da distribuição da home do UOL que está uma audiência absurda, eu acho que a gente poderia explorar melhor os canais de comunicação, com o leitor e tal, mas a gente foi muito feliz em algumas ações, e eu acho que tem ficado mais legal o jeito como a gente aborda. Vou dar um exemplo, eu acabei de editar um texto que é um perfil de um cara ele vai sair na segunda e ele fez vídeos dele: “ah vou sair no TAB... oi, leitor...”, é legal com essa audiência jovem fazer esse tipo de coisa, de influenciador botar essa fonte para falar e uma outra coisa que a gente faz bem e devemos fazer mais: repórteres que fazem grandes reportagens, ele mesmo faz um twitter ou faz um vídeo, a gente também reposta tem coisas que a gente faz exatamente para rede de TAB, então é um repórter ou um jornalista que fala: “Putz, fui pra rua no TAB fazer uma investigação no morro...” aí a pessoa conta um bastidor, esse tipo de coisa legal, além do post com a foto e contar um pouco a história que está na matéria e é um pouco praxe do que a gente faz hoje, então esse saborzinho do bastidor é interessante e a gente pode explorar mais isso agora.

MARINA:

- E até o que eu queria te perguntar agora, também se vocês pelas redes sociais catam algumas ideias para a pauta?

OLÍVIA:

- Super! As redes é isso, a internet pauta o debate não tem como fugir dela mais, o TAB, acho, que foi muito certo por muito tempo era o lugar dentro do UOL que mais olhava para isso. O Splash que hoje é o antigo canal de entretenimento do UOL, virou Splash, eles estão fazendo isso com muita força para a área da cultura, música, entretenimento e tal. A gente estava de olho nisso e esse ano foi um ano que fizemos muito isso grandes perfis inclusive de gente que estava surgindo na internet, o debate público que transborda para o real muitas vezes começa na internet, então a gente fez muita coisa relacionada a **neonazi**, a **Incel**, a gente já fez muita cobertura muito boas sobre o caso de **Suzzano** em São Paulo, então ia assim muito atrás dessa galera do submundo da internet aquilo que estava na rede era aquilo que estava na deep web

também, super pautas e assim não tem nem como, o que a gente agora tenta encontrar como equilíbrio é ver o mundo do lado de fora das bolhas que internet também é isso, ela te joga para bolhas específicas, não é como se você tivesse olhando para tudo o que está acontecendo. Então agora temos um pé na rua, além do pé na internet, temos no caso um pé na rua.

MARINA:

- Sim, até porque a gente acaba se prendendo achando que a internet vai te dar todas as respostas.

OLÍVIA:

- E não dá, a internet ela é bizarra, ela realmente provoca algumas mudanças, vou dar um exemplo meio tosco, mas enfim... entre nós, ontem a Marie fez um comentário no twitter e o cara era colunista do UOL, enfim era um cara que fez um comentário absurdo e escr*to, foi uma enxurrada de comentários em cima do que ele falou e o cara foi demitido, assim, tem consequências diretas sobre o que você faz na rede e essa exposição toda, primeiro que é interessante você olhar como as pessoas reagem tem a bolha, tem as ações ali que são assim meio humildes para a realidade e esse é um ambiente que provoca a mudança ele provoca a mudança, então tem uma cultura digital local isso coisa que a gente olha muito é grupo de facebook as pessoas ainda consomem demais e grupo de whatsapp as pessoas consomem absurdamente, então assim se não olhar para isso, não está olhando a banda passar e eu acho que tem pauta que surge dessas discussões do grupo nada a ver, p*rra, com seus próprios deuses e santos, demônios e coisa e tal, tem um mundo para você explorar de narrativas e de história humana, então tem que olhar.

MARINA:

- Mas sem deixar de olhar para a rua também, porque na rua tem...

OLÍVIA:

- Exato, mas é difícil, eu não vou dizer que é uma b*sta, o jornalismo está pervertido, não tinha dinheiro, esse jornalismo custa caro, o jornalismo de rua custa caro tem que ter infra. Eu estava falando com João Batista agora, o cara que fez a reportagem do *Meyer*, que saiu na Piauí, o cara estava há mais de um ano fazendo essa matéria. Então

é assim, as matérias demoram, em janeiro na geral você vê um resultado diferente. Tem um ganho de qualidade, é perceptível, é palpável, então é assim.

MARINA:

- Tu comentaste do tempo que ele levou para produzir a matéria, teve alguma matéria do TAB que levou assim um tempo absurdo para ser feito?

OLÍVIA:

- Teve, eu acho que da minha época que eu estava, o que aconteceu: quando eu entrei no TAB tinha muito especial de gaveta e aí quando você pegava o texto, era um texto todo torto, velho e que precisava atualizar e isso era um clássico do TAB, porque eram muitos assuntos frios, justamente, porque não tinha essa temperatura da rua, vez ou outra, só que rolava e tinha esse lance, mas teve uma matéria que demorou para caramba, esse ano, não sei se você viu, sobre a ligação do terceiro comando puro no Rio de Janeiro com evangélicos e essa demorou um ano e meio para ficar pronta, porque a gente teve acesso ao morro, a gente subiu várias vezes, mas a gente precisava ter foto e aí precisa de autorização e aí você tem convencer tal pessoa, então foi uma matéria bem cuidadosa para não ferir nenhum humor e teve um levantamento dessas pessoas, teve que puxar uma capivara e eu achei que o resultado muito legal, a gente ia ter vídeo dessa matéria, a gente ia gravar o show no domingo, na verdade era show evangélico, um show gospel a gente ia gravar um show gospel patrocinado por um dos traficantes, chegamos a gravar, mas aí rolou uma treta, tipo: “não podem dar, não podem dar, vão morrer”, enfim, é difícil e arriscado fazer essas coisas, mas ainda assim o resultado ficou bem legal e demorou esse tempo aí.

MARINA:

- Mas geralmente quanto tempo que um repórter leva para fazer eu um especial assim no TAB?

OLÍVIA:

- No TAB, eu acho que hoje tirando essas coisas muito quentes, um mês ou dois meses, em geral, eu peço para que eles tenham, até agosto eles tinham um mês e meio para fazer o especial, porque eles acompanham a arte, tem a apuração e acompanha infográfico, refinar a linguagem visual de fotos e tal, então era um mês e meio, alguns

demoram três, quatro, cinco meses. Eu tenho uns especiais prontos, eu acho que eu tenho até alguns de março e se alguma coisa acontecer, se uma bomba estourar a gente troca, mas tem coisas já em produção, então esse é o tempo médio.

MARINA:

- Dentro do que eu anotei, tu conseguiste responder bastante coisa e eu fiquei bem interessada, nessa questão dessa mudança do TAB mesmo de estruturação de como que vai ser as produções.

OLÍVIA:

- É um trampo que está sendo estudado, ainda, eu fiz um projeto que tem uma linguagem visual que eu quero seguir, enfim matéria de rua eu quero dar fotos estouradas mesmo que não seja um especial, a gente usa layout de fotos bem horizontalizada para indicar aqui que: fomos para a rua e foi isso aqui que a gente viu e para as matérias de contexto uma coisa mais cultural quando uma matéria feita mais indoor, mais dentro de redação, eu quero tentar uma linguagem diferente, eu abro e em vez de uma foto eu faço uma colagem uma coisa mais conceitual eu preciso de outras áreas do UOL para a gente fazer estudo, porque é isso agora é tentar forjar uma identidade visual de revista e tem um tempinho de maturação essas coisas vão virando, mas se você já bater o olho já, dá uma olhada no TAB quarta-feira, até quarta-feira vai ter um monte de coisa publicada, você vai ver lá nos últimos ali um monte de matéria que você vê e diz: “putz!” que pensa que é um especial de TAB, não é uma matéria de TAB. A gente geralmente levava isso para um tratamento específico o mais caprichado para especiais, agora é uma produção diária, isso acontece muito com o Esquinas, da Piauí, vamos ver o que virá, estou torcendo para dar tudo certo!

Anexo 2 – Entrevista com Jacqueline Lafloufa, Repórter *freelancer* do TAB, concedida à autora por meio da Plataforma Google Meet, em 05 de dezembro de 2020.

MARINA:

- Eu queria saber como é que funciona essa questão da tua produção para o TAB, principalmente nesse período de pandemia, como tu tens se organizado para essas produções?

JACQUELINE:

- Certo, deixa eu ver como eu consigo começar, porque essa é uma pergunta bem ampla, mas o modelo de “freela” que eu estabeleci com o TAB, como é que funciona? Eu conheço a editora lá, a Olívia Fraga, você vai e fala com ela, eu já tive a oportunidade de falar e conheci os editores anteriores e eu criei um modelinho meu, assim de fazer “freelas”. Então como é que eu faço? Eu sempre tenho uma ideia de pauta, então eu vejo alguma coisa e tenho alguma ideia, aí eu escrevo o que eu chamo de pitch que é tipo um parágrafo explicando que vai ser a minha pauta: “olha eu gostaria de falar sobre isso, isso, isso. Porque eu acho que esse é um tema interessante, assim e assim, eu acho que dá para desenvolver dessa e dessa forma”, é um parágrafo mesmo curto, dependendo do tema eu me estendo um pouquinho mais ou um pouquinho menos e eu mando assim para a editora: “Oi, você já está fazendo algo desse tipo ou você gostaria de me acionar para fazer isso?”. Ela me dando um ok, “Jacque, gostei, pode tocar a pauta”, eu vou apurar um pouco mais, então o começo da apuração é muito uma ideia, com as coisas que eu vi e aí depois quando ela me dá o ok eu vou atrás de uma apuração um pouco mais profunda, do tipo: “espera aí, o quê que é isso ou o que eu consigo montar? Quem que eu vou conseguir entrevistar? Qual é a ideia mais estruturada que eu tenho?” E aí eu faço exatamente isso, eu faço uma estrutura, então: “olha vou começar a matéria aqui vou falar com Fulano, Sicrano e Beltrano, e aí eu vou chegar mais ou menos nesse ponto pelo o que eu estou estimando até aqui nesse ponto, pode ir mais para lá, mais para cá e vou concluir. Está bom para você assim? Você quer mais profundo ou menos profundo?” E por que eu preciso de tudo isso, eu brinco dizendo que são “check points”, que são confirmações no meio do caminho? Como eu sou “freela” o risco de eu vender um pitch, fazer do jeito que eu pensei na minha cabeça e chegar à editora e ser completamente diferente do que ela imaginou na cabeça dela, é muito grande eu não estou no dia a dia da redação, então a estrutura serve

como um ponto do tipo: é mais para cá mesmo, antes de eu sair para escrever a matéria está certo? Porque às vezes a editora recebe a estrutura e fala: “mas sabe o que eu queria mesmo: mais três antropólogos” e aí dá tempo ainda de eu ajustar, não correr mais para o lado que eu estava imaginando e correr para o lado que vai satisfazer um pouco da necessidade/vontade da editora e a partir dali eu entrego o material. Durante a pandemia, eu fiz exatamente a mesma coisa, porque como eu já trabalhava de “freela”, eu já era de fora da redação, virtualmente para mim nada mudou, entendeu, mudou que eu não estava saindo de casa, as pautas ficaram mais relacionadas à pandemia, então eu comecei a ter idéias do tipo:” espera a minha área é muito tecnologia, inovação, tendências... O que está rolando de inovação nesse período?”. Então, acho que uma das primeiras pautas que eu fiz para eles foi falando sobre os jogos que já falavam de pandemia, tem Plague Inc e tem Pandemic que é um jogo muito clássico, então eu falei: “olha, eu acho que agora que está começando esses jogos podem ser muito didáticos para explicar o que é a pandemia, topa fazer uma pauta assim? topo, Jacque! Eu montei a estrutura, pensei em falar do Pandemic, falar do Plague Inc e pensei em falar dessa situação aqui, pensei em falar disso, pode ser? Pode! Entrevistei o pessoal e entreguei a matéria. Então de modelo de trabalho é a mesma coisa, o que mudou mesmo foi às pautas e de onde estavam vindo as minhas ideias, porque eu estou circulando um pouco menos na rua. São as ideias que chegam em mim ou que estão nas redes.

MARINA:

- Então tuas abordagens são um pouco mais focadas em tecnologia e isso não te explora muito a questão da rua, tem como tu trabalhar mais confortável de casa.

JACQUELINE:

- Exato, o TAB está mudando um pouco a forma de trabalhar, eles vão mudar para um lado um pouco mais personalizado, em termos de ir atrás do personagem, isso é uma coisa engraçada, porque em outras entrevistas eu fui percebendo que eu não mudo esse personagem, eu usava muito especialista e sempre foi a visão do TAB de usar muito o especialista, então a gente conversa com três antropólogos, dois cientistas, os caras da tendência, mas raramente eu ia atrás de um personagem e quando calhava de ter um personagem ele ainda era um personagem que eu encontrava via meios digitais por conta das minhas pautas, em teoria, eu poderia continuar fazendo os mesmos materiais das mesmas formas, mas o que eu estou sentindo agora é que essa história de ir para a rua ela

está se tornando um pouco mais premente para eles por dois motivos: porque as pautas estão ficando menos de tecnologia então são muito mais sobre cotidiano e isso vai exigir um pouco de mais de, eu não diria de estar na rua, mas de pelo menos uma vivência de estar circulando para pegar as pautas que estão na rua e eles estão com viagem de que você vai conviver com o personagem para fazer o material, para as minhas pautas isso nunca foi relevante, na verdade, eu meio que “ah tem alguém usando uma rede nova”, eu não preciso estar ali com ele enquanto ele usa a rede para conseguir construir o material e a gente está explorando agora, eu pelo menos estou explorando, quais seriam as maneiras que eu me adapto a esse novo viés editorial, como é que eu posso fazer uma pauta de tecnologia, onde não faz sentido eu estar do lado da pessoa, mas eu consigo entregar o que eles querem, eu ainda não sei qual é a resposta para isso, mas é onde eu estou trabalhando tentando ver se eu consigo achar esse meio do caminho.

MARINA:

- Quanto mais ou menos é teu tempo de produção, assim para o TAB, eles te dão um tempo ou tu estipulas algum tempo dependendo da tua pauta?

JACQUELINE:

- Você fala em tempo de entrega ou tempo de eu produzir o material?

MARINA:

- De produção e entrega

JACQUELINE:

- Em geral o tabão, que é aquele a gente fala que é aquele especial que é mais longo, ele me toma mais tempo de vinte a trinta horas, porque são muitas entrevistas e nem sempre eu uso todas, mas são muitas entrevistas, são muitos dados, quanto mais complexo o tema, mais tempo eu peço também para a editora, então tiveram tab's que eu passei três meses apurando, essas vinte horas estavam diluídas em três meses, porque é um especialista aqui, um especialista acolá e esperar o negócio se desenvolver, então ele tinha um tempo de entrega muito longo. O tempo de produção não tanto, ele é mais ou menos semelhante, mas a demora na entrega varia muito, as reportagens mais curtas, como essas da pandemia eu consegui entregar em prazos muitos menores, uma semana

eu conseguir encerrar, porque o gargalo no final são as entrevistas é conseguir falar com as pessoas, porque eu só consigo montar uma estrutura, eu só consigo montar uma matéria depois de ter feito o mínimo de apuração, então o gargalo no geral é falar com as pessoas. Felizmente, durante a pandemia, há males que vêm para o bem, elas estavam um pouco mais disponíveis elas estavam em casa então deu para dar uma acelerada, mas em geral eu tento organizar também o meu tempo para pedir um prazo para editora eu não trabalho só para o TAB, então às vezes chega uma ideia de pauta legal e olha eu quero fazer, mas só vou conseguir entregar para você na tal data, mas eu acho que tem até lá, ou às vezes eu tive uma ideia, mas eu não tenho a capacidade de entregar no prazo, então eu abro mão da ideia e paciência, eu não vou entregar e não dá para avançar com ela.

MARINA:

- Tu trabalhas há quanto tempo no TAB?

JACQUELINE:

- Olha, eu comecei a colaborar com TAB, foi em 2018, se eu não me engano, agora você me pegou, porque eu não sei se foi 2019 ou 2018, mas para mim a primeira cobertura já tinha esse W, eu ia fazer o segundo no começo desse ano, então acho que foi no começo de 2019.

MARINA:

- Tem alguma reportagem, principalmente nesse período de pandemia, que tenha sido muito difícil para ti de ser feita?

JACQUELINE:

- A nova onda do TAB agora está ficando um pouco mais difícil, eu estou travada com uma pauta aqui comigo que eu não posso te contar qual é por motivos óbvios, mas eu estou com uma pauta que eu não estou conseguindo fazer, porque a pessoa não quer ser entrevistada, é uma pauta muito boa, mas a pessoa não tem interesse, eu estou tendo que buscar outras maneiras de contar a história sem entrevistar a pessoa principal, esse é um desafio novo, vamos dizer assim, nunca antes aconteceu comigo e eu já estou há dez anos como “freela” e então nunca cheguei num personagem e falei: oi, me dá uma entrevista e ele: não, não estou a fim. E não é do tipo anônimo que eu poderia colocar

como anônimo, para manter a privacidade, é só que a pessoa não está a fim de falar e a história é muito boa e é sobre o que ela faz e ela é uma das únicas pessoas que faz aquilo, então acho que isso é uma grande dificuldade desse momento, como é que eu faço, sendo que eu não tenho a chance de me aproximar pessoalmente, às vezes eu tenho a impressão de que se eu pudesse ir até essa pessoa e me apresentar ao vivo quem sabe eu quebraria o gelo, mas tem a pandemia e eu não vou me arriscar nesse nível e é até uma discussão que eu teria com a própria editora “ah, a gente teria se você estivesse com eles”, eu não sei se vale como freelancer eu me arriscar a fazer isso, porque eu não tenho uma relação profissional em que a editora vai poder me dar algum tipo de cobertura se eu ficar doente ou que ela vai poder me dar uma licença, eu sou uma “freela” então eu tenho que pensar do meu lado se como é arriscado vai trazer para mim. Tanto é que algumas pautas que são mais provocativas e mais investigativas ou até que conflitam com algum cliente que eu já tenha de produção de conteúdo, eu preciso ser muito clara com o editor e falar: “não posso fazer essa pauta”, no geral eles entendem, eles sabem qual é a dinâmica do “freela”, eles super entendem e tentam reverter para que isso fixe.

MARINA:

- É até tu me relatando eu consigo perceber um entrave nesse sentido do “freela” em relação a ir para a rua nesse momento e pensar: até que ponto vale a pena até que ponto é seguro, é viável fazer esse trabalho na rua no período de pandemia e pesar os prós e os contras.

JACQUELINE:

- Sim e no geral, mesmo antes de pandemia não é financeiramente interessante o “freela” ir para a rua, porque ele tem um valor fixo por pauta, então se eu vou para a rua eu posso ter um gasto, eu passar mais tempo fora, eu vou ter que pagar o meu transporte e tudo isso vai gerar custos que saem do meu valor de “freela”, não é um combinado, até agora nessa nova fase uma das minhas perguntas para a editora foi: “bacana, mas qual é o preço para essa nova matéria que exige uma dedicação diferente a que estou acostumada, os preços anteriores funcionavam como modelos de dedicação e “fazeção” do trabalho que eu já tinha entendido e colocado aqui no meu orçamento, mas vamos dizer que eu tenha que sair para a rua e que de repente essa matéria que vamos dizer, por telefone eu costumava gastar, sei lá, uma hora, duas com alguém, agora eu vou passar doze horas com ela, não vale mais a mesma coisa para mim, eu precisaria de um

pagamento maior e não necessariamente eles têm orçamento para pagar um valor maior, então precisa ser um equilíbrio muito tênue entre o que o “freela” quer fazer e pode fazer por aquele valor versus o que a edição quer, eu tava acompanhando uma jornalista da Piauí, por exemplo, “ah eu fui para a Suécia fazer uma pauta, eu fui para a França, eu fui para... sei lá onde”, e a pergunta das pessoas é: quem paga tudo isso? “Ela: “A revista paga”, mas o “freela” não tem essa onda, a gente tem que negociar, “ espera, mas você vai pagar o uber até lá?” “Vou”, aí você tem que dar um toque para o editor para ele te pagar o uber, mas e o almoço? Que eventualmente eu vou precisar comer por lá, não tem o VR, você não me deu uma margem, às vezes eu fico: “você quer que eu coma e traga o recibo para você me reembolsar?” Por que isso não seria um problema, mas não é algo que às vezes a empresa consegue fazer, como eu não sou uma funcionária, ela não consegue reembolsar um não funcionário e acaba que você fica nesse lugar esquisito e eu imagino que até para os editores, eu nunca tive chance de conversar exatamente sobre esse ponto delicado, mas eu acho que para os próprios editores, eles vão olhar a pauta e falar: “eu não sei se eu consigo passar isso para um “freela”, porque eu não acho justo passar isso para ele”.

MARINA:

- Entendi, em relação aos teus números de produção para o TAB teve alguma mudança no ritmo de produção ou no número de produções do ano passado para esse ano relacionado à pandemia?

JACQUELINE:

- Teve uma diminuição do ritmo, com certeza, mas eu não sei dizer se é necessariamente relacionado à pandemia, eu imagino que talvez como reflexo indireto pelo atolamento da editora com outras pautas e outras funções. Como eu te disse: a minha área é muito tecnologia, agora a gente está falando muito sobre saúde, sobre cotidiano e não são áreas onde eu circulo tanto, não são áreas onde eu sou especialista, então eu não diria que na pandemia evitou que eu fizesse pautas, mas talvez a pandemia atolou a editora e/ou as pautas que chegavam lá não tinham a minha cara, porque eu acho que tem isso também, o “freela” em relação aos editores, ele tem essa noção de que: “para essa pauta eu chamo a Jacque”. Então aconteceu muito isso: “puxa, essa pauta de inovação aqui quem vai fazer aqui dentro? Não, vou passar para a Jacque ela já sabe os contatos já tem

pontos” E nesse sentido a pandemia não é um tópico que encaixava tão bem, ele é um tópico que tangencia a tecnologia, mas não é sobre isso.

MARINA:

- Então tu percebes que teve alguma mudança na abordagem das reportagens nesse período, com o foco na pandemia então teve algumas... As pautas se adequando nesse momento dando preferência a algumas temáticas do que a outras?

JACQUELINE:

- Sim, teve um TAB especial muito legal se eu não me engano é da Letícia Naísa que ela foi, passou o dia no hospital com os médicos isso é sensacional, mas é uma pauta que completamente não funciona para mim, eu olho para pauta e falo: “essa não é a pauta que a Jacque faria”, eu acho muito bonito, acho muito legal, o trabalho que ela fez, mas se a editora tivesse feito esse pitch para mim eu provavelmente teria negado até por essas contas que eu te falei “ah então legal vocês vão colocar uma “freela” para ficar dentro do hospital com Covid, parece um pouco arriscado para uma freela” entendeu? Então eu acho que realmente tem esse impacto indireto não foi ela me pediu, mas ela que mudou a configuração das pautas que interessavam e em última instância o próprio TAB está mudando e a gente tem percebido no correio do caminho e eu fico um pouco assustada tanta coisa acontecendo lá fora e vocês ainda mudam a linha editorial eu vou ter também que aprender uma nova linha editorial, mas acho que faz parte também da vida do “freela” que é entender que as publicações mudam, os editores mudam, o período que estou colaborando com o TAB eu já peguei quatro editores diferentes e cada editor que muda é um novo relacionamento que você tem que construir, para entender o que aquele editor se interessa como é que ele quer o texto, tem editor que me fala: “não ultrapassa X números de caracteres” e para mim é um sofrimento, porque eu escrevo muito. Tem outros editores que aceitam uma negociação do tipo: “não passa tanto”, e eu “puxa, posso passar só mais um pouquinho?” “Pode” e aí é outro tipo de construção, tem esse lado que torna um pouco mais difícil a produção.

MARINA:

- Tu tens alguma reportagem que tu sejas a tua preferida, que tu tenhas gostado mais de fazer, que tu tenhas gostado muito do processo de construção?

JACQUELINE:

- Tem uma, que não é que eu gostei, mas é a que mais se destaca, porque é a que foi a mais sofrida para mim, que foi a da servidão digital, que se chamava “Pagos por Clique”, a gente começou falando, foi o Rodrigo Bertolotto que passou a pauta para mim e: “Jacque, estou vendo uma pauta sobre servidão digital e tem esse livro, você consegue tirar uma pauta daqui?” Eu falei: “espera aí, deixa eu averiguar”, eu fui ver e construir uma ideia de pauta, mas conforme eu fui pesquisando e entendendo um pouco mais eu fui ficando triste, eu fui achando a pauta pesada e apocalíptica, e aí eu cheguei a mandar uma mensagem para ele falando: “Eu estou achando Bertô, que isso que aqui está ficando com uma necessidade de um esquema no final, como é que faz? E eu consegui desenrolar no final um tema que se tornou muito atual se eu não me engano ele saiu em fevereiro desse ano e ele foi se mantendo atual e ele falava sobre os trabalhos precarizados e tudo o que aconteceu nos últimos oito meses foi precarização do trabalho em geral e para mim isso foi muito marcante exatamente por isso eu estava vendo uma coisa muito ruim no para brisa falando: “gente, mas isso é um negócio muito ruim” e aí chega a pandemia e fala: “mais rápido” e traz o que muitas pessoas falavam: que horror, tinha visto, essa foi uma matéria que por exemplo que eu entrevistei algumas pessoas ou alguns personagens para entender um pouco mais e eu tive o cuidado de falar, a pessoa queria que eu colocasse o nome dela, “mas você é um trabalhador precarizado, mas eu não posso e eu não sinto confortável em te expor”, “não, mas assim eu arrumo um trabalho”, e ah meu Deus o que eu vou fazer com isso? Acho que foi uma das mais marcantes que já produzi, não por ser boa, mas por ser um processo bem desafiador.

MARINA:

- E tem esse desafio, porque tem fontes que a gente quer tanto dizer o nome e mostrar que aquela fonte é a fonte e a fonte diz: “não, eu não quero” e essa fonte queria ser mostrada.

JACQUELINE:

- Sim e eu tive que explicar de certa forma muito gentil para ela também, porque o engraçado é que ela não se percebia como trabalhadora precarizada e eu fiquei assim: “eu que vou passar as más notícias para ela?” Eu não quero essa função para mim, mas eu falei: “olha acho que eu não vou colocar o seu nome, não vou te expor”, mas ela estava super crente que eu iria colocar e eu preferi na hora que eu fui fazer eu falei: “putz eu vou

atender o desejo da fonte, ou eu vou atender ao meu tino ético aqui?”. E o tom ficou crítico, então eu falei não vou colocar o nome de alguém para colocar um tom crítico, troquei o nome e nem informei a fonte depois que a matéria foi ao ar, porque ela queria muito saber e divulgar nas redes dela, e eu falei: “eu não vou divulgar, isso faz parte da minha apuração e eu sinto muito”. E foi engraçado que até mais tarde uns pesquisadores vieram me procurar e me perguntar como é que eu encontrava essas fontes, porque os pesquisadores precisam falar com esses trabalhadores e não consegue encontrá-los, não tem essa facilidade e eu acabei falando: “não vou te contar quem é essa fonte, mas o passo a passo é o seguinte: assim, assim... você chega nele”

MARINA:

- Tem sempre esse cuidado de acordo com como tu vais abordar a reportagem, como tu vais trabalhar as temáticas de ter esse desenho de o que mostrar o que não mostrar como mostrar como não mostrar até para não fugir, não só da temática, mas não fugir da gente mesmo como a gente trabalha.

JACQUELINE:

- Sim e é uma coisa que não é muito comum ter nos meus tipos de pauta, pauta sobre tecnologia, sobre inovação, são sempre coisas que até uns quatro anos atrás eram coisas muito positivas e existia pouca autocrítica nesse setor, existia certo deslumbramento, eu mesma como repórter fui deslumbrada por muito tempo com a tecnologia, mas recentemente as coisas vêm ficando mais complicadas e um pouco mais críticas e isso se torna ainda mais importante ter mente, é engraçado porque eu escolhi essa arena para trabalhar achando que “ah isso vai ter menos conflito, vai ser mais fácil de trabalhar com as fontes”, mas se tornou mais conflituoso do que eu imaginava então alguns momentos eu tenho que fazer perguntas que a pessoa se sente desconfortável em responder ou você tem que fazer esse tipo de decisão: mostro ou não mostro a fonte? Enfim, eram coisas novas para mim

MARINA:

- E dentro de uma temática que a gente não imagina que tenha, mesmo aparecendo já assim tanta crítica em relação à tecnologia, ainda é uma área que a gente ainda ver com muitos floreios, com muito deslumbramento como tu falaste de: “ah, vamos falar dessa área, sobre tecnologia, porque não tem tanto problema quanto falar de política, como falar

de outras áreas que a gente percebe um peso muito maior e se a gente for buscar a fundo a gente percebe que tecnologia também tem sua área obscura.

JACQUELINE:

- Tem e eu fui buscar na academia, porque eu estou entrando para um mestrado para estudar divulgação de ciências e uma das matérias trouxe um livro chamado Jornalismo Científico muito antigo de um cara chamado Warren Burkett, não sei se você já teve a chance de cruzar e é um livro tão antigo que eu falei assim: “o que isso daqui pode trazer de relevante para um cenário tão dinâmico como de tecnologia e ciência?”, mas a parte que mais chocou é que é um livro dos anos noventa e continuou super verdadeiro e um dos trechos em que esse autor falou é: se você escolheu essa área achando que você vai ter menos conflito - eu quase levantei a mão - tire seu cavalinho da chuva, porque também tem conflito” e a vacina, por exemplo, ela é uma clara forma de evidenciar isso, porque ela se tornou um assunto não só científico, mas também político, então quem está cobrindo ciência com foco em falar da vacina está lidando com conflitos que nunca lidou antes, aí você falava: “ah estamos com a vacina desenvolvida, ou, não, a vacina é errada” e isso nunca teve na minha pauta, isso deixou de ser um consenso científico para quando, eu recebi um memorando. Então eu acho que para maioria dos jornalistas de ciência e de tecnologia isso tem sido um choque novo, de você ter que buscar pessoas que são expert, por exemplo, entender como funciona um cérebro de um expert, acho que é um bom chacoalhão, a categoria inteira estava, eu inclusive, estávamos precisando desse chacoalhão, eu acho.

MARINA:

- É uma reconfiguração das pautas de tecnologia

JACQUELINE:

- E uma reconfiguração da gente como jornalista, de você entender que você não é só o mensageiro das boas novas, eu me sentia assim falando de tecnologia e inovação, eu só trazia notícia boa, só trago coisas que vão para o futuro tipo carro que voa e aí quando você toma esse chacoalhão, você passa a falar assim: “o carro que voa? Que bacana, mas qual o problema do carro que voa toda” Toda coisa positiva tem um problema e você começa a fazer uma cobertura, eu acho um pouco mais justa, porque você também trazer a crítica, não só o desenvolvimento tecnológico com um deslumbramento.

MARINA:

- Entendi, deixa ver se eu ainda tenho alguma pergunta, tinha uma, mas fugiu aqui agora, os problemas de fazer uma entrevista, a gente tem uma pergunta muito boa, mas ela foge em algum, em algum momento ela se perde no universo.

JACQUELINE:

- Se você quiser depois mandar por e-mail a pergunta, porque você vai lembrar eventualmente na hora que você for editar vai dizer: “aquela pergunta!”, fica a vontade para mandar por e-mail depois eu consigo responder mais tarde sem problema.

MARINA:

- Está certo, em relação às coisas que eu anotei aqui eu fui bastante contemplada, como tu és “freela” então as perguntas foram bem delineadas de outra forma diferente das pessoas que estão ali no dia a dia na redação e tem mais contato com esse trabalho diário no TAB, então eu queria te agradecer pela disponibilidade esse sábado de manhã, se bem que jornalista não tem hora, então...

JACQUELINE:

- Eu confesso que eu sou do segundo turno, mas não tem problema não, eu já ia ter que acordar um pouquinho mais cedo hoje, eu que agradeço o contato, a única pergunta que eu ia ter para você, é se você vai publicar isso num trabalho depois como é que isso vai sair? Se eu tiver a chance de ver depois o resultado do trabalho final.

MARINA:

- Sim, ele vai fazer parte da minha dissertação, as entrevistas não são o meu foco principal, mas é uma forma de eu entender como que ocorre o funcionamento do TAB em relação às produções, às reportagens, à própria construção das reportagens, não só da estruturação em si do site em si, mas como que essas abordagens funcionam, então eu tive a oportunidade de conversar um pouco ontem com Olívia, conversando um pouco sobre a parte de edição e como que ocorre essa estruturação do TAB e conversar um pouco com vocês repórteres para entender essa parte da produção que está na mão de vocês que é essa parte da construção da reportagem em si, então as entrevistas não são o

foco principal do meu trabalho, mas elas contribuem de uma forma bem abrangente da construção da minha pesquisa.

JACQUELINE:

- Legal, quando você tiver alguma coisa publicada então e puder me sinalizar, eu adoraria ver, sem interferência nenhuma, eu conheço o trabalho do jornalista e conheço o trabalho do pesquisador, mas eu fico sempre interessada em ver como que as pessoas enxergam do lado de fora e isso ajuda a gente a melhorar todas as vezes em que eu dei entrevista sobre o meu trabalho eu fui ficando mais crítica do tipo: “nossa, eu não uso personagem... nossa, isso é uma boa pergunta” e ajudou muito como uma forma de feedback.

MARINA:

- Tá certo assim que eu tiver algum resultado mais concreto da minha pesquisa eu te sinalizo, sim!

JACQUELINE:

- Combinado, boa sorte na sua pesquisa!

MARINA:

- Obrigada e boa sorte nessa nova etapa do TAB!