



## O jornalismo de fôlego do TAB Uol na pandemia da Covid-19

**Marina GAMA<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, MA

**Resumo:** O período instaurado pelo novo coronavírus causou interferência em diversos campos da sociedade e na comunicação. É interessante pensar na hipótese de que os processos estão se adequando constantemente aos impactos. Utilizando como aporte teórico os conceitos que discutem as narrativas de fôlego (SODRÉ E FERRARI, 1986; RODRIGUES, 2010; LIMA, 2009; BELO 2017; IJUIM, 2017;) e o jornalismo na internet (FERRARI, 2019; MIELNICZUK, 2003, 2005; PALACIOS *et al*, 2002), o objetivo central desta pesquisa é observar as estruturas e recursos multimídia presentes nas reportagens do TAB Uol no período de pandemia da Covid-19. Foi feito um recorte inicial dos meses de março, abril e maio de 2020, onde as formas de noticiar e reportar que já eram baseadas na conexão dos leitores tiveram que começar a se encaixar na rotina de isolamento e ao público que busca informações a todo momento.

**Palavras-chave:** Jornalismo de Fôlego; Webjornalismo; Redes sociais; TAB Uol; Covid-19.

### 1 INTRODUÇÃO

O jornalismo de fôlego 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 características jornalísticas, tendo um contato mais próximo e delicado com a história e seus personagens. Quando localizado na web, é possível

---

<sup>1</sup> Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA – Imperatriz), bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA). Jornalista pela Faculdade Estácio de São Luís. Integrante dos grupos de pesquisa Jornalismo de Fôlego e GCiber. Email: marinacosta096@gmail.com.

encontrar também outros recursos utilizados para auxiliar essa narrativa, tornando-a mais completa.

A produção jornalística ganha outras formas de divulgação e compartilhamento de seus conteúdos com a facilidade de acesso a 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. Ferrari afirma que “essas redes sociais, entrelaçadas em verdadeiros rizomas hipertextuais estão ajudando na transformação urbana em um século de crescimento exponencial de informação” (FERRARI, 2019, p. 21). 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.

Utilizando como aporte teórico os conceitos que discutem as narrativas de fôlego e o jornalismo na internet, o objetivo central desta pesquisa é observar as estruturas e recursos multimídia presentes nas reportagens do TAB Uol no período de pandemia da Covid-19. Foi feito um recorte inicial dos meses de março, abril e maio de 2020, visto que foram os meses de transição e de forte influência nos meios de comunicação. A partir disso, foram selecionadas três reportagens dentro desse período, sendo uma correspondente a cada mês do recorte.

Conhecido por produzir um conteúdo jornalístico aprofundado e multimídia, o TAB desperta o olhar para buscar compreender até que ponto se sustenta nesta categoria de multimedialidade e convergência. Ainda mais crescente no cenário de pandemia provocado pela COVID-19, onde as pessoas estão totalmente dependentes das mídias para obter informações e cada dia mais conectadas nas redes digitais.

## **2 COMPREENDENDO O JORNALISMO DE FÔLEGO**

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). O uso de narrativa característica do jornalismo literário é bastante caracte-

rístico, 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. Segundo Vilas Boas,

ser expressivo significa, dentre outras coisas, que sua reportagem narrativa tem a obrigação de informar sempre de modo mais transparente. Por outro lado, ser literário significa, grosso modo, narrar com efeito, com beleza e imaginação. Sem perder de vista os fatos (VILAS BOAS, 1996, p. 60).

Essa prática envolvendo jornalismo e literatura teve seus primeiros indícios no Brasil no início do século 20, com a revista O Cruzeiro. Mas só ganhou força na década de 1980, em meio a mudanças no âmbito político e econômico, e na diminuição do espaço de redações de jornais e revistas do país. Com o desenvolvimento de mídias mais rápidas na disposição de informações, aliados a reportagens 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).

No jornalismo de fôlego são apresentados diversos ângulos de um fato. 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).

A narrativa de fôlego está atrelada ao jornalismo interpretativo, caracterizado pela tentativa de levar o leitor a compreender os acontecimentos da sociedade e o que eles causam no meio. Lima (2009) pontua que os relatos são compostos principalmente 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 por Lima 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 nada mais é que “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).

As grandes narrativas possuem características que estão sempre presentes em sua produção. Além do caráter narrativo, principal elemento de uma narrativa de fôlego, 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).

A reportagem deve assumir também um papel que vá além da simples informação, devendo seguir 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 cará-

ter 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 E 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 E 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. De acordo com seu andamento, a reportagem pode ser apresentada a partir de três modelos, como afirma Sodré e Ferrari (1986). O primeiro é a “reportagem de fatos” (*fact-story*), que acontece quando os fatos são narrados conforme sua importância e acontecimento, o que também é chamado de “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 “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.

Para o repórter realizar um bom trabalho, saber escrever é apenas um pequeno passo. O jornalista deve minimamente saber que angulação deseja dar à reportagem, saber sobre o que está escrevendo e compreender que seu trabalho vai além da simples informação. Kotscho entende 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).

### **3 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO 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 a fundação do 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 a 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.

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) afirma 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.

A primeira fase do webjornalismo 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 ainda há um grande rastro da transposição, mas as empresas começaram a compreender que existem ferramentas nesta “nova” mídia que podem auxiliar na produção e na recepção. Nesse momento começam 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 se-

mântica, sendo “o principal elemento do hipertexto, aquele capaz de estruturar uma narrativa multilinear” (MIELNICZUK, 2005, p. 03).

A terceira fase começa a ser observada 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 e começa-se a pensar 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, agora utiliza-se ferramentas que realizam esse trabalho com maior facilidade.

A características do webjornalismo da terceira geração são definidas por Palacios *et al* (2002) em seis: hipertextualidade, multimidialidade, 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, sendo um conteúdo que 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, caracteriza 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).

O jornalismo na internet tem em seus domínios o uso de diversas plataformas de produção e consumo de conteúdos, estes também dos mais variados. É importante se

pensar que o produto do jornalismo conectado não perde suas características, tendo até que redobrar seus cuidados quanto a veracidade dos fatos. O receptor procura por informações que atendam às suas necessidades, não apenas em relação ao relato, mas, principalmente, 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 E MARTINS, 2020, p. 21).

Do papel ao computador, celular ou *tablet*, o processo comunicacional começa a se desprender de algumas formas visto o 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 consumo. 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.

#### **4 JORNALISMO DO TAB E A COVID-19**

O TAB Uol é uma plataforma de produção de jornalismo de fôlego que iniciou suas atividades em outubro de 2014. Com o objetivo de veicular reportagens inéditas e bem aprofundadas, e utilizando as características do webjornalismo, a ideia inicial era publicar conteúdos semanalmente. No entanto é possível perceber que não há mais um dia específico de postagens. Os conteúdos elaborados não seguem uma temática específica, sendo bastante diversos e atendendo a vários públicos. Assim como outros produtos jornalísticos, está inserido nas principais plataformas de redes digitais, se adaptando ao público e às ferramentas dispostas por cada mídia.

Conhecido por produzir um conteúdo jornalístico aprofundado e multimídia e focado apenas nesse tipo de conteúdo, diferente de outros veículos que têm a reportagem como um de seus produtos, desperta o olhar para compreender até que ponto se sustenta nesta categoria de multimídia e convergência. A plataforma é inteiramente conectável, mas durante a pandemia da COVID-19, quando as pessoas ficaram mais



conectadas nas redes digitais, os veículos que se apropriaram dos recursos tecnológicos da convergência digital conseguiram atender melhor os seus públicos.

#### **4.1 TAB no site**

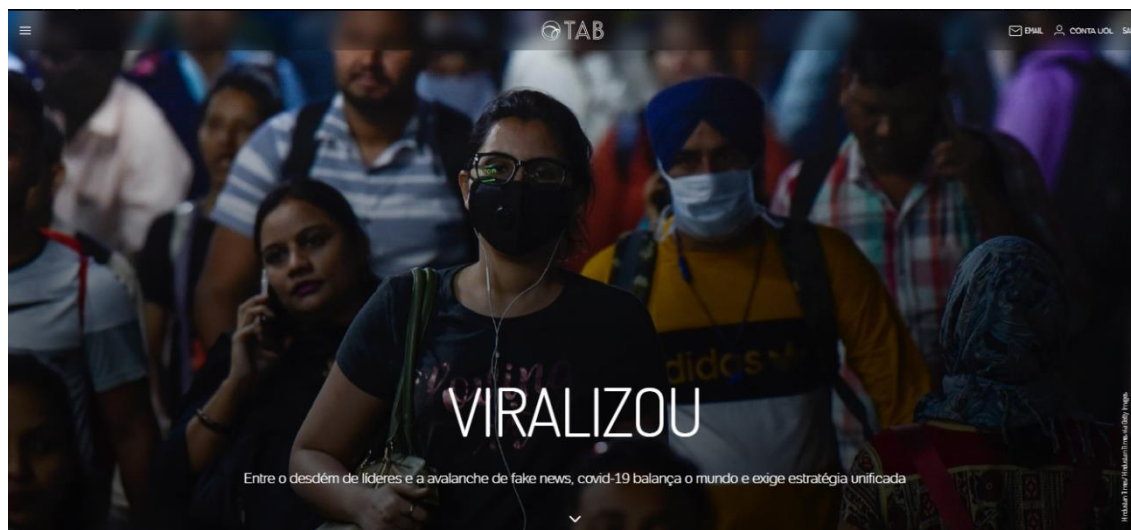
Para melhor compreensão desta pesquisa, neste item serão apresentados três exemplos de matérias divulgadas nos meses de março, abril e maio de 2020 relacionadas à Covid-19. Nessa etapa se fará a descrição de cada reportagem observando a abordagem do tema e identificando quais ferramentas da convergência digital foram adotadas para a construção da narrativa apresentada aos internautas.

##### 4.1.1 Março de 2020

- **Viralizou**

Primeira produção sobre a Covid-19, a reportagem foi publicada em 16 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 (Bolsonado – adoreiiiiiii), sobre seus posicionamentos minimizando o problema enquanto outros países seguem em estado de alarme e grande preocupação. A edição de Olívia Fraga e multimídia feita por Lucas Lima e Guilherme Zamarioli traz uma estrutura mais simples, mas repleta de links e imagens que conectam a temática ao receptor. O uso de infográficos interativos também funciona como mais um recurso para prender a atenção do leitor, assim como o relato.

**Figura 1** - Capa da reportagem retrata a realidade de muitos brasileiros em meio a pandemia da Covid-19



**Fonte:** Reprodução/TAB

Um dos pontos tocados pela reportagem é a irresponsabilidade de chefes de Estado em relação à pandemia. A proliferação de informações falsas está cada dia mais presente no cotidiano da sociedade, e muitos contam com o auxílio das mídias digitais. No entanto, isso se torna ainda mais preocupante quando esse tipo de informação parte de um lugar que deveria propagar medidas protetivas. As Fake News surgem nesse momento com a finalidade não só de negar a realidade, mas de enfraquecer a ciência e reverter a responsabilidade.

A demora em compreender a gravidade do problema também contribuiu para que a situação saísse do controle. Alguns países adotaram medidas severas para conter o vírus, enquanto outros estavam mais preocupados com os impactos que essas medidas poderiam causar, principalmente na economia. Um infográfico em forma de mapa pontua as principais medidas de contenção da covid-19 (em CxA ou Caixa baixa?) de alguns países como China, Estados Unidos, Itália, Coreia do Sul e Irã. A principal delas foi o isolamento social.

Os elementos utilizados nessa reportagem transmitem uma carga informacional distribuída em formato multimídia. O texto intercalado com imagens, que também estão carregadas de informação, e infográficos, propõem a interação do leitor.

#### 4.1.2 Abril de 2020

- **A Ciência pede passagem**

Com texto de Luiza Porto e arte por René Cardillo, a reportagem traz o alerta para a importância da ciência num momento tão crítico quanto ao vivido na pandemia da covid-19. Num mundo onde 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. Essa narrativa de fôlego foi publicada em 06 de abril de 2020.

**Figura 2** - Capa da reportagem que apresenta a ciência e sua importância em meio ao cenário de pandemia e fake news



**Fonte:** Reprodução/TAB

Nesse cenário, muitos pesquisadores têm buscado novas formas de divulgar as informações que são tão importantes para os cuidados com o novo coronavírus. E nas mídias sociais digitais encontram as ferramentas necessárias e o público presente, sempre conectado, ainda mais neste período de distanciamento social provocado pela pandemia. Um nome que ganhou destaque é o biólogo doutor em microbiologia pela USP Átila Iamarino.

O biólogo especializado em virologia protagonizou um momento único na história recente do país, ao ocupar a cadeira no centro do "Roda Viva" da TV Cultura, em 30 de março. A audiência é a maior desde a entrevista com o presidente Jair Bolsonaro, em julho de 2018, bateu o recorde do ano (a edição com o ministro da Justiça, Sergio Moro), e só no YouTube já foram mais de 3 milhões de visualizações, num momento em que não se fala de outra coisa além do novo coronavírus (PORTO, 2020).

A própria Organização Mundial de Saúde (OMS) acabou aderindo ao uso didático na internet, como forma de alertar e informar a população, batendo de frente com outras vozes que transmitiam informações contrárias às medidas adotadas pelo órgão. E a procura de atualizações e de esclarecimentos para diferentes dúvidas, nas mais diversas plataformas digitais disponíveis, cresce a cada dia. Desde mídias de texto, vídeos, até mesmo podcasts são utilizados para transmitir informações da melhor forma possível.

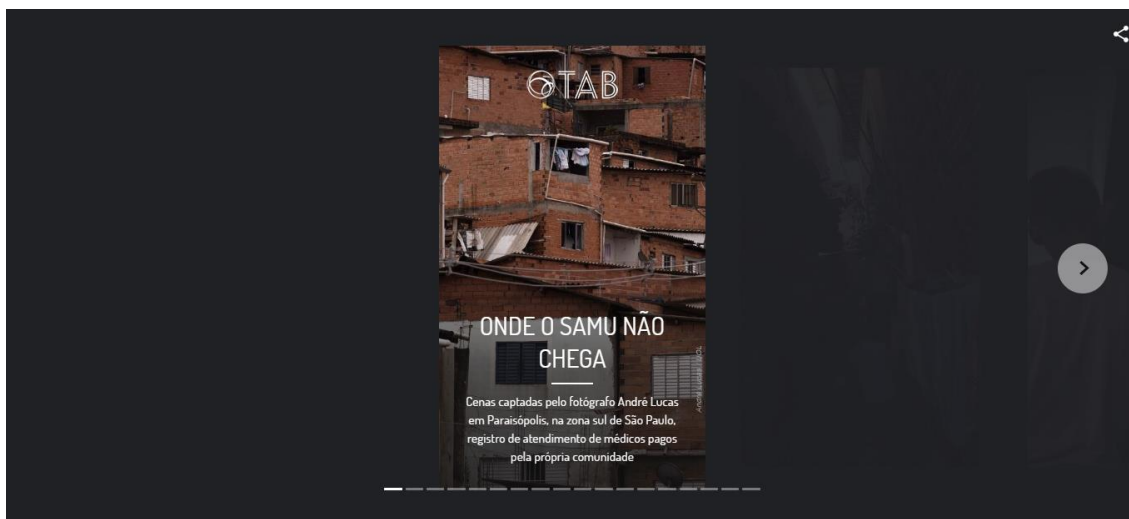
É bastante visível a utilização de infográficos com diversos dados importantes para compreender o cenário da ciência no Brasil e no mundo. A reportagem de profundidade mostra o quanto essa área passa por dificuldades, mas é tão necessária. E na narrativa isso fica bastante claro quando traz a imagem de quem deveria ter mais apoio, mas que no fim das contas está em constante embate com a sociedade.

#### 4.1.3 Maio de 2020

- **Onde o SAMU não chega**

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 tem 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.

**Figura 3** - 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. No entanto é ainda mais difícil o acesso, já escasso pelos moradores de comunidades que vivem em regiões suburbanas, onde dificilmente 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 as maneiras 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 percebe-se retratado em cada imagem a carga de humanização disposta na narrativa, que podem despertar diversos sentimentos no receptor.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

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.

As narrativas de fôlego produzidas pelo TAB já possuíam 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. Os elementos multimidiáticos como fotos, vídeos e infográficos dão complemento ao texto, trazendo não só informação, mas também despertando os sentidos no leitor. Por ser um produto mais denso, mais extenso, as reportagens precisam desses elementos pra que o receptor mantenha o interesse na leitura. A forma como as temáticas são abordadas também é importante, tendo um direcionamento bastante humanizado, que pode despertar no usuário o sentimento de pertencimento e identificação com a realidade.

Com a pandemia da covid-19, 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 se tornou hiperconectado e busca informações 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 vai chegar até o indivíduo. Sempre pensando na qualidade e pautados nos critérios de noticiabilidade, além das características primordiais para as narrativas de fôlego.

## REFERÊNCIAS

**A Ciência pede passagem: análise qualificada ganha espaço no debate público, em meio ao caos das notícias falsas sobre covid-19.** Disponível em: < <https://tab.uol.com.br/edicao/ciencia/index.htm> > Acesso em 08/08/2020.

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

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

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

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

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

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 06/08/2020.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. Disponível em: < [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1000.PDF](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1000.PDF) > Acesso em 06/08/2020.

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

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](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP2PALACIOS.pdf) > Acesso em 06/08/2020.

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://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/646/955> >  
Acesso em 06/08/2020.

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

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

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

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

**Viralizou: entre o desdém de líderes e a avalanche de fake News, covid-19 balança o mundo e exige estratégias unificadas**. Disponível em: < <https://tab.uol.com.br/edicao/coronavirus> > Acesso em 08/08/2020.