
Jornalismo Imersivo: uma reflexão sobre o formato que se apropria da realidade virtual para ofertar a experiência em primeira pessoa em narrativas jornalísticas¹

Marluci Fontana DRUM²

RESUMO

Com o tema a apropriação da realidade virtual em jornalismo imersivo, este estudo visa refletir sobre as principais características deste formato a partir da análise da reportagem “São Francisco, um rio que agoniza”, Portal R7 Minas. Para tal, fez-se uma revisão bibliográfica e análise qualitativa da reportagem citada. Foram estudados os conceitos de real, realidade virtual, imersão, narrativas jornalísticas imersivas e jornalismo imersivo com Žižek (2003), Aronson-Rath et al. (2015), De La Peña et al. (2010), entre outros. Por fim, pode-se entender que a principal característica de jornalismo imersivo é a experiência em primeira pessoa, a qual oferece a possibilidade de empatia ao público.

Palavras-chave: Formato jornalístico; Jornalismo imersivo; Narrativas imersivas; Realidade virtual.

INTRODUÇÃO

A prática jornalística foi incorporando os recursos ofertados pela realidade virtual, até então mais comuns na computação e na projeção de games, para dar uma nova roupagem às reportagens. Esse novo formato, utilizado pelas mídias para contar histórias envolventes e que demandam empatia do público, tem se chamado de jornalismo imersivo (De La Peña et al, 2010).

Assim, o objetivo deste estudo é refletir sobre as características do jornalismo imersivo, formato jornalístico que se apropria da realidade virtual para produzir narrativas imersivas que ofertam a experiência em primeira pessoa, a partir da reportagem “São Francisco, um rio que agoniza” produzida pelo portal de notícias R7 Minas, da Rede Record. Para contemplar essa intenção buscou-se estudar os conceitos de real, realidade virtual, imersão e de jornalismo imersivo e entender como são produzidas as narrativas jornalísticas imersivas.

METODOLOGIA

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros jornalísticos, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, Mestra e Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), como bolsista Prosuc Capes modalidade I,. E-mail: marlucidrum@gmail.com.

A metodologia contempla uma revisão bibliográfica, estudo e análise qualitativa da reportagem “São Francisco, um rio que agoniza”, selecionada como corpus deste trabalho devido a pauta de cunho ambiental, que reflete no social e humano, e por isso, relevante, coeso e que requer uma produção aprofundada para que, assim, gere empatia no receptor/usuário. Além disso, os espaços ofertados pela narrativa escolhida proporcionam ao usuário ocupá-los em situações distintas e diversas à própria realidade. Ocupar o espaço do outro em narrativas que se utilizam da realidade virtual, como a escolhida, agrega valor e intensidade à experiência real vivida no mundo virtual.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O desejo vivo pela realidade, que permeia o século XX, é o real levado ao extremo da sua agressividade, como uma necessidade de remover os véus que o esconde. A esse fenômeno, Žižek (2003) tem apresentado evidências as quais têm sido reconhecidas como a “paixão pelo Real”. Esta também é vista pelo autor como a principal característica do século XX: “a experiência direta do Real como oposição à realidade social diária” (ŽIŽEK, 2003, p. 19). Buscar acessar conteúdos expostos pelas camadas que descobrem a realidade, distintos da ficção e mais desnudados e verídicos possíveis são resquícios desse real autêntico, que é buscado pelas pessoas com a intenção de uma própria confirmação do que é verossímil nos dias de hoje.

Tal característica contemporânea é também vista como uma necessidade, principalmente pelo viés das narrativas, seja nas artes ou nas mídias jornalísticas, nas quais pode se prezar muito por esse efeito de real o mais autêntico possível já que “(...) quanto mais ficcionalizada e estetizada é a vida cotidiana, mais se procura a saída para tornar a experiência “real””. (JAGUARIBE, 2007, p.99). A autora define o “choque do real” como sendo a utilização de estéticas realistas que buscam prover um efeito libertador sobre o receptor. Assim como incomoda, também sensibiliza o público, deixando de lado o sensacionalismo ou a espetacularização do fato. “O impacto do “choque” decorre da representação de algo que não é necessariamente extraordinário, mas que é exacerbado e intensificado”, explica Jaguaribe (2007, p. 100).

Dessa “realidade real”, que possui vida própria e que desperta nas pessoas a ânsia por estarem mais e mais próximas da versão de verdade, surgem as tecnologias que prometem ou oferecem diminuir essa distância entre demanda e oferta. Uma delas é a realidade virtual que propõe ao indivíduo uma experiência real em um ambiente virtual, tentando suprir exatamente essa necessidade pela realidade nua e crua. Essa tecnologia também é entendida como “uma experiência imersiva de mídia que reproduz um ambiente real ou imaginário e permite ao usuário interagir com ele de modo que sente que está lá” (ARONSON- RATH et al, 2015, p. 12).

Com a realidade virtual muitas possibilidades se apresentam nas mais diversas formas de aplicação e cada uma delas permite a experimentação detalhada de um

mundo facilmente confundido com o, de fato, verdadeiro. Tantas sensações e vivências tornam-se possíveis de serem experienciadas por meio dessa tecnologia, as quais antes não poderiam sequer ser cogitadas por muitas pessoas. Nesse sentido, Peruzzi e Cavalhieri (2003, p. 49) afirmam que a grande vantagem da realidade virtual, comparada à outras tecnologias, “é o fato de simular o mundo, dando ao usuário a sensação de presença”. É dessa forma que a realidade virtual permite que o usuário se coloque dentro do conteúdo e experiencie determinada situação como se fosse parte integrante daquela narrativa. Para isso conta com a sua principal característica: a imersão. A imersão pode ser considerada a característica mais significativa da realidade virtual e o que, de fato, diferencia esta das tecnologias conhecidas até então (ZILLES BORBA; ZUFFO, 2016).

A VR é produzida por meio de vídeos e fotografias em imagens que mostram, não apenas parcialmente um fato, mas todos os ângulos, em 360 graus, os quais envolvem o ambiente e os personagens de determinado acontecimento. Essa visibilidade oferece ao receptor a opção de assistir a narrativa a partir do viés que melhor lhe parecer. Se este ainda tiver a sua disposição óculos de realidade virtual, dispositivo que intensifica a característica fundamental da VR, a imersão, então esse público pode, de fato, colocar-se no lugar do outro, sentindo-se parte da narrativa e imergindo no conteúdo que lhe é ofertado. Uma forma de experienciar, em primeira pessoa, histórias pouco prováveis ou difíceis de serem vivenciadas de perto, como, por exemplo, situações de guerra, catástrofes naturais, eventos grandiosos em lugares distantes ou de acesso restrito.

O usuário, quando inserido no contexto retratado, não recebe somente informações detalhadas e aprofundadas sobre a história que experiencia, mas interage, fazendo-se parte do conteúdo, e ainda pode ser despertado emocionalmente por e para aquela narrativa, colocando-se exatamente no lugar do outro, podendo desenvolver empatia pela situação e pelos personagens ali apresentados. O desaparecimento das barreiras visuais, possível por meio do uso de óculos VR, é o que possibilita ao usuário ocupar um lugar próprio na narrativa e imergir àquela ambiência como se, de fato, estivesse dentro do contexto experienciado. Ao olhar ao seu entorno, em 360 graus, sem ter a sua frente uma tela que o distancie do conteúdo, o usuário abre mão do seu lugar de espectador e passa a ser participante da história vivenciada virtualmente. Dansky (2006) entende a imersão como o momento em que o receptor emerge na narrativa de determinada mídia esquecendo, por um momento, da realidade a qual faz parte.

Dessa forma, a experiência em VR, “(...) torna-se cada vez mais imersiva, no sentido de nos transportar para um ponto “quase”, no qual já não saberemos o que é real ou virtual, verdadeiro ou falso” (ZILLES BORBA, 2014, p. 12). Nesse sentido, pode-se entender porque o jornalismo se apropria dessa tecnologia ao contar as histórias que fogem do factual e demandam aprofundamento. Conforme Longhi (2016), a realidade virtual tem sido vista pelo jornalismo como uma possibilidade potencializada de contar essas histórias nas plataformas digitais e, por isso, muitos veículos estão se apoderando deste formato dinâmico e envolvente.

O jornalista, que experiencia para melhor narrar, também convoca as audiências para que, na medida das possibilidades interacionais, passe a colocar-se neste texto também a partir de suas manifestações. E é nos movimentos feitos em direção à conquista do espectador, em consonância com as demandas de seu tempo, que as narrativas jornalísticas se apresentam marcadas pela oferta de um sentido de espontaneidade e de redução das mediações entre o fato e a versão deste, num esforço de provar o que narra.

Em busca de envolvimento do receptor para com a história, também se utiliza das possibilidades de imersão que o narrar oferta e há alguns anos, vem se apropriando de tecnologias como a realidade virtual e seus recursos para, na tentativa de, cada vez mais, oferecer ao seu público a proximidade com a versão do real, o lugar do eu na narrativa proposta.

É com o propósito de tornar o público coconstrutor das narrativas dos acontecimentos ofertados, que o jornalismo vai adotar os recursos oportunizados pela imersão que permite, por princípio, a fruição em realidade virtual dos fatos “em primeira pessoa”. O conceito de jornalismo imersivo surge a partir dos trabalhos da pesquisadora e jornalista americana Nonny De la Peña a qual define como: “a produção de notícias de forma que as pessoas podem obter a experiência em primeira pessoa dos eventos e situações relatadas nas notícias” (DE LA PEÑA et al, 2010, p. 291). A pesquisadora percebe esse formato como uma oferta de novas possibilidades para o “receptor” experienciar determinado acontecimento, seja se colocando na condição de participante atuante, onde ele mesmo é quem interage com seus sentidos ou por meio de um avatar, criado para aquela situação.

Nesse sentido, Domínguez (2013) explica que o objetivo do jornalismo imersivo é possibilitar a sensação de presença, enquanto ser participante de um determinado acontecimento, a partir da experiência em primeira pessoa. Dessa forma, o usuário, inserido no contexto retratado, não recebe somente informações detalhadas e aprofundadas sobre a história que experiencia, mas interage, fazendo-se parte do conteúdo, e ainda pode ser despertado emocionalmente por e para aquela narrativa, colocando-se exatamente no lugar do outro, podendo desenvolver empatia com a situação e personagens ali apresentados.

A VR, associada a dispositivos que reforçam as características dessa tecnologia, expande não só o campo de visão do receptor, mas a forma como interage com o conteúdo que recebe e do qual, agora também é participante. Dessa forma, a realidade virtual torna-se agente importante para as mídias jornalísticas na sua mobilização para o convencimento sobre o que narra, autenticando suas histórias. Nesse sentido, De la Peña et al (2010, p. 299) percebem que a tecnologia da realidade virtual é o “[...] único sistema capaz de proporcionar uma experiência em primeira pessoa nos acontecimentos das notícias”.

Para De La Peña et al (2010) esse novo formato possibilita maior qualidade e intensidade às práticas jornalistas: “[...] o jornalismo imersivo, ao permitir experiências mais imersivas, se gerado de acordo com os princípios aqui defendidos e utilizando as

melhores práticas éticas jornalísticas, constitui uma duplicação muito mais fiel dos acontecimentos reais” (DE LA PEÑA et al, 2010, p.299) (tradução nossa). Além do envolvimento do repórter com o fato, com o formato de jornalismo imersivo é possível fazer parte da narrativa, vivendo-a a partir da interação e das escolhas de como vai experimentar aquela história. Essa nova roupagem que o jornalismo pode usar em suas reportagens, contribui para a conquista de um público que está ávido por oportunidades e experiências de envolvimento e que, em troca, poderá oferecer o engajamento cada vez mais requerido e disputado.

ANÁLISE

A reportagem "São Francisco, um rio que agoniza" utiliza tecnologia de realidade virtual (VR) e gravação em 360 graus para criar uma experiência imersiva sobre a seca do rio São Francisco. Publicada em 07 de maio de 2018 pelo Portal R7, a reportagem transporta o público para a cidade de Pirapora, em Minas Gerais, onde a seca afetou drasticamente o turismo e a vida dos moradores locais. Através dos relatos de pescadores e do ex-capitão de um barco turístico agora inativo, a narrativa cria um impacto emocional ao apresentar as dificuldades enfrentadas pela comunidade.

O uso de VR na reportagem permite que o público experimente a narrativa de forma interativa, escolhendo os ângulos de visualização e sentindo-se parte da história. A produção, disponível no Portal R7 e no YouTube, é assinada pelo jornalista Pablo Nascimento e pela editora-executiva Flávia Martins y Miguel. A adoção do jornalismo imersivo no Portal R7 desde 2017 visa aumentar a empatia e o envolvimento do público, especialmente em temas distantes de sua realidade cotidiana.

O conceito de "choque do real", descrito por Jaguaribe (2007), é central na reportagem, ao apresentar de maneira acentuada, mas não sensacionalista, a vida precária dos pescadores e a inviabilidade do barco turístico devido à seca. A narrativa autêntica, como discutido por Žižek (2003), é reforçada pelas cenas que mostram a comoção dos personagens e a realidade cotidiana de Pirapora. Imagens reais e dados oficiais sobre a seca do rio complementam a narrativa, criando um sentido de autenticidade e urgência.

A reportagem exemplifica o conceito de *Storyliving*, onde o usuário não apenas assiste à história, mas a vivencia como parte do contexto apresentado. A posição estratégica da câmera em locais ocupáveis por uma pessoa real contribui para essa sensação de presença, permitindo que o público se sinta dentro da narrativa. A abordagem imersiva proporciona uma experiência emocionalmente rica e participativa, destacando a importância do conteúdo jornalístico que promove empatia e compreensão através de tecnologias avançadas de narrativa. Além disso, destaca-se por sua capacidade de transportar o usuário para o cenário apresentado, promovendo uma experiência sensível e comovente que vai além da simples observação, proporcionando uma vivência quase real da crise enfrentada pela comunidade da cidade mineira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo imersivo, ao ofertar narrativas imersivas como uma possibilidade para o receptor sentir-se participante daquele contexto, busca a aproximação da audiência para que experimente a vivência em suas histórias, tornando os próximos da realidade narrada e engajados com os conteúdos produzidos. Dessa forma, por meio dessas narrativas que visam devolver a sensação de se estar centrado naquilo que se propõem contar ou que possibilitam a experiência de uma realidade, nua e crua, mesmo que virtual, o público se reconhece, colocando-se no lugar do outro e, assim, sentindo-se mais vivo, em um mundo que se parece muito mais virtual do que real. É ainda uma oportunidade de causar empatia no público com assuntos ou situações que demandam uma compreensão e um envolvimento mais aprofundados.

Dessa forma, compreendeu-se que o jornalismo imersivo não deve ser aplicado para contar notícias ou histórias corriqueiras, mas sim para conteúdos mais densos e extraordinários. O formato é recorrente para pautas, normalmente identificadas pela mídia como “especiais”, como é o caso de catástrofes naturais, situações de risco à vida, guerras, questões sociais, eventos grandiosos, entre outros contextos especiais aos quais o acesso é mais restrito. Tratam-se de assuntos interessantes que merecem uma abordagem diferenciada até para causar impacto e chamar a atenção do público para questões importantes que requerem envolvimento e empatia. Uma ferramenta para ofertar “o lugar do outro” e, assim, facilitar a compreensão da narrativa, aproximando o receptor da história.

Portanto, esse formato jornalístico denominado jornalismo imersivo, pode ser entendido como uma sofisticação da ideia de jornalismo, uma proposta de influir, através da narrativa, em possibilidades que possam gerar uma compreensão melhor da vida e das situações que ela impõe. Jornalismo imersivo pode ser muito mais do que uma forma inovadora de contar histórias e de informar. Refere-se a uma maneira que, inclusive, pode contribuir para uma consciência maior sobre importantes pautas sociais aprofundadas e contempladas com VR que contribuem para o desenvolvimento de empatia por determinada narrativa, seus cenários e personagens. Esse movimento é possível de ser alcançado pela imersão nas histórias, a partir das sensações que a experiência em primeira pessoa pode oferecer.

REFERÊNCIAS

ARONSON-RATH, Raney; et al. **Virtual Reality Journalism**. Tow Center For Digital Journalism, Columbia Journalism School, 2015. Disponível em: <https://www.gitbook.com/book/towcenter/virtual-reality-journalism/details>. Acesso em: 20 out. 2017.

DANSKY, Richard. **Chapter 1: Introduction to Game Narrative**. In: Bateman, C. (Ed). *Game Writing: Narratives Skills for Videogames*. Boston, Massachusetts: Charles River

Media, 2006. P. 01-23.

DE LA PEÑA, Nonny. et al. **Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First Person Experience of News**. 2010. Disponível em: <http://migre.me/uk28n>. Acesso em: 20 out. 2017.

DOMÍNGUEZ, Eva. **Periodismo inmersivo. Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y en la acción**. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Ramon Llull (Comunicación), 2013. Disponível em: https://www.academia.edu/3206171/Periodismo_inmersivo_Fundamentos_para_una_forma_period%C3%ADstica_basada_en_la_interfaz_y_en_la_acci%C3%B3n. Acesso em: 20 jun. 2024.

JAGUARIBE, Beatriz. **O choque do real. Estética, mídia e cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

LONGHI, Raquel Ritter. **Narrativas imersivas no webjornalismo. Entre interfaces e realidade virtual**. 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor. Palhoça, 2016. Disponível em: https://www.academia.edu/29884931/Narrativas_imersivas_no_webjornalismo._Entre_interfaces_e_realidade_virtual. Acesso em 20 jun. 2024.

PERUZZI, A. CAVALHIERI, Marcos. **Java 3D: aplicações em realidade virtual**. 2003. In CARDOSO, A. TEIXEIRA, C. e LAMOUNIER, E. (Eds.). Ambientes virtuais: projeto e implementação. Porto Alegre: Editora SBC.

RECORD TV Minas/YouTube. **São Francisco: um rio que agoniza**. Publicado em 18 de maio de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ecbtLLSH3AM>. Acesso em: 20 jun. 2024.

ZILLES BORBA, Eduardo. **Imersão visual e corporal: paradigmas da percepção em simuladores**. In: PICCININ, Fabiana; SOSTER, Demétrio. Narrativas comunicacionais complexificadas 2: a forma. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2014.

ZILLES BORBA, Eduardo et al. **Realidade Virtual Imersiva: fundamentos, características e perspectivas de aplicação na comunicação publicitária**. 9º SOPCOM – Congresso da Sociedade Portuguesa da Comunicação em novembro de 2015 em Portugal. Disponível em: http://ezb.com.br/wp-content/uploads/2016/08/ZillesBorba_Zuffo_Mesquita_SOPCOM2015.pdf. Acesso em: 20 nov. 2017.

ZILLES BORBA, Eduardo; ZUFFO, Marcelo. **Paradigmas da Interação Humano- Máquina em Dispositivos de Realidade Virtual**. I Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais, 2016. Disponível em: http://ezb.com.br/wp-content/uploads/2017/04/Paradigmas_humanomaquina.pdf. Acesso em: 20 nov. 2017.

ŽIŽEK, Slavoj. **Bem-vindo ao deserto do real!: cinco ensaios sobre o 11 de setembro e datas relacionadas.** São Paulo: Boitempo, 2003.