

## **A aplicação experimental de estratégias de imersividade em um podcast narrativo jornalístico<sup>1</sup>**

Karla Giovana ESSY<sup>2</sup>

Maicon Elias KROTH<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS.

### **RESUMO**

Este artigo apresenta uma síntese da revisão teórica realizada a partir de pesquisa bibliográfica com vistas a fundamentar a produção de um projeto experimental de prática jornalística, o qual se constitui no trabalho de conclusão do curso de Jornalismo da UFSM. Com ênfase na aplicação de estratégias de imersão propostas pelos estudos da pesquisadora Luana Viana (2022), a autora se propõe a construir uma série de podcasts, com o uso de plataformas complementares como o Spotify, Instagram e site próprio, a fim de recuperar a história de Verônica de Oliveira, mulher trans e ativista, assassinada em dezembro de 2019, na cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo narrativo; imersão; podcast.

### **1. INTRODUÇÃO**

Este artigo apresenta a revisão teórica realizada a partir de pesquisa bibliográfica para planejar a execução de um projeto experimental de prática jornalística o qual se constitui no Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). A proposta é produzir um podcast de jornalismo narrativo, com ênfase na aplicação de estratégias de imersão e na distribuição do produto, com o uso de plataformas complementares como o Spotify, Instagram e site próprio.

A história narrada é fundamentada no Caso Verônica, mulher trans e ativista do movimento LGBTQIAP+, morta em dezembro de 2019, vítima de trans feminicídio na cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul. Verônica de Oliveira, também conhecida como “mãe loira”, é considerada uma das principais lideranças do movimento LGBTQIAP+ na região de Santa Maria. Aos 40 anos de idade, a ativista foi assassinada, durante a madrugada

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduanda em Comunicação Social com hab. em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: [karla.essy@acad.ufsm.br](mailto:karla.essy@acad.ufsm.br)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, e-mail: [maicon.kroth@ufsm.br](mailto:maicon.kroth@ufsm.br)

---

do dia 12/12/19, em uma rua movimentada no bairro central da cidade. Madrinha da parada LGBT de Santa Maria em 2019, sob o lema “Que Bom Te Ver Viva!”, Verônica possuía desde 2006 uma casa de acolhimento, nomeada como “Verônica Alojamento”, que por treze anos foi dedicada ao abrigo de membros da comunidade expulsos de casa por conta de sua orientação sexual e/ou identificação de gênero.

A justificativa para escolha da pauta, além das motivações pessoais da autora dada sua aproximação com a temática LGBTQIAP+, se dá em decorrência da relevância social desempenhada pelo acontecimento, ao abranger questões como segurança pública, lutas sociais, transfobia e trans feminicídio. Fato que demonstra, ainda hoje, necessária a discussão dessas temáticas, agregando à narrativa grande valor social e interesse humano.

A partir da pauta, justifica-se também a escolha de métodos e técnicas capazes de sustentar a proposta de experimentação, amparada nas normas previstas no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria a respeito da experimentação; com isso, avançou-se em etapas. Num primeiro momento, realizou-se o resgate teórico responsável por embasar a produção do projeto experimental, utilizando como referências principais os estudos de autores como Jenkins (2009) e Salaverría e Negredo (2008) numa breve reflexão acerca da convergência jornalística; Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), Duarte (2021) e Gillespie (2010) para pensar as formas de distribuição e plataformização do podcast; Kischinhevsky (2018) e Motta (2005) para introduzir o conceito de jornalismo narrativo; Cunha e Mantello (2014) na perspectiva do jornalismo imersivo e as técnicas em *storytelling*; e, por fim, Viana (2020; 2021; 2022) para tratar sobre o jornalismo narrativo em podcasting. Esta abordagem permite uma exploração mais aprofundada com a pauta e também com as técnicas de investigação e apuração jornalísticas, além do desenvolvimento de estratégias empregadas com a finalidade de atrair a atenção do ouvinte, como também no planejamento de distribuição do produto nas plataformas.

Dessa forma, a metodologia proposta viabiliza a criatividade experimental em explorar novas formas de contar histórias, através de técnicas de imersão e do uso de ferramentas tecnológicas, adequando-se à convergência digital, em uma presença multimídia e multiplataforma. Com a combinação da pesquisa teórica e da prática experimental, mais que o fomento à discussão do tema abordado para com a comunidade, o projeto busca refletir e aperfeiçoar as práticas jornalísticas desenvolvidas através das técnicas de narração,

---

como também na sua construção e distribuição nas plataformas digitais, muito instigado pelos tempos de convergência jornalística.

## **2. A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E AS NOVAS FORMAS DE FAZER JORNALISMO**

Publicada pela primeira vez em 2009, “A Cultura da Convergência” de Henry Jenkins trouxe ao debate público uma análise sobre as atuais formas de consumo midiático. Influenciadas, sobretudo, pelo uso massivo e social da Internet. Segundo o autor (2015), o fluxo de conteúdos, integrado em diferentes sistemas de mídias multiplataformas, constitui um novo conjunto de regras acerca da relação e dos papéis desempenhados entre os produtores e os consumidores de mídia.

Se na produção midiática tradicional o consumidor liga o rádio para ouvir uma programação já definida pela emissora, ou seja, uma emissão ativa e uma recepção passiva, onde o receptor busca o emissor para consumir um conteúdo pré-estabelecido, nas mídias digitais o usuário tem o poder de escolher o conteúdo que deseja consumir, em um comportamento migratório e flutuante demandado por experiências de entretenimento, a partir da própria individualidade de interesses. Uma transformação sistemática, tecnológica e socio-cultural, onde “a convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (Jenkins, 2009, p.42).

Assim, é possível analisar a convergência como um processo de inserção das mídias ao ambiente digital. Esse processo é ao mesmo tempo corporativo e de consumidor, visto que tanto a mídia quanto os usuários estão adaptando-se às formas contemporâneas de circulação do conteúdo. “As promessas desse novo ambiente de mídia provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura” (Jenkins, 2015, p.45).

No jornalismo, esse movimento trouxe um olhar mais dinâmico para a construção e a distribuição da informação. Salaverría e Negredo (2008) citam a convergência como o fio condutor de uma série de mudanças no campo jornalístico, como a integração das grandes redações e a transformação das atividades jornalísticas em produções multiplataformas. Uma dinâmica interseccional entre as velhas e as novas mídias, “onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (Jenkins, 2009,

p.29). Pois, embora as atividades jornalísticas tenham continuado a seguir os parâmetros de apuração do jornalismo tradicional, como o uso de fontes confiáveis e a checagem da informação, a instantaneidade e a interatividade do mundo digital trouxeram à profissão a necessidade de desenvolver fórmulas capazes de atrair a atenção do usuário, a exemplo da constante remodelação nas formas de distribuição e mediação de conteúdo. Por ser um espaço aparentemente ilimitado, a internet possibilita aos veículos comunicacionais o desdobramento contínuo da pauta. O entendimento de que os profissionais devem oferecer uma produção expandida do tema, com o máximo de sentido à informação coberta (Lachowski; Gomes, 2013) e com o esgotamento de todas as possíveis abordagens relacionadas. Um mediador multimídia que ao contar a história tem como prerrogativa a utilização de todos os recursos disponíveis para tal.

Além dos dados protocolares (assunto, contatos e abordagem), a pauta deve prever roteirização para composição do material coletado e circulação em diversas plataformas como notebook, smartphones e tablets, o que se consegue com uma arquitetura informativa hipertextual (encadeamento de páginas/janelas) e multimidiática (textos, fotos, vídeos, áudios, infográficos e animações) (Lachowski; Gomes, 2013, p.4).

Assim, entende-se, que a internet incorporou ao jornalismo uma narrativa hipermultimidiática ao conseguir utilizar em apenas um conteúdo a combinação de ferramentas de texto, áudio, vídeo, foto, infografia, animação e hiperlinks multiplataformas, proporcionando um ambiente imersivo ao consumidor. Este cenário, então, impõe um desafio para os jornalistas, exigindo dos profissionais não só novas formas de contar histórias, mas também em diferentes estilos e formatos. Segundo Cunha e Mantello “As tecnologias de comunicação multiplicaram a oferta de histórias, atendendo à necessidade das pessoas, mas, ao mesmo tempo, tornando a situação ainda mais complexa” (Cunha, Mantello p.59).

Além do uso de ferramentas multimodais, Cordeiro e Costa (2016), inferem a busca pela imersividade como uma tendência na prática do ciberjornalismo, uma vez que a imersão visa estabelecer uma maior interação do usuário que busca na notícia uma experiência “que o coloque no local do acontecimento (real ou realisticamente construído)” (Cordeiro; Costa, 2016, p. 113-114). Um novo modo de produção, aproximando as experiências do jornalista/repórter às do consumidor.

Nesse sentido, foram muitas as experimentações vivenciadas nos formatos de texto, áudio e vídeo pelos veículos comunicacionais com o propósito de aproximar receptor e

---

emissor. No rádio, o comportamento convergente deu espaço para a experimentação de diversas modalidades, com a popularização das webrádios, a inserção de imagens nos estúdios de programação, o rádio via satélite, a transmissão digital e a disponibilização posterior dos programas gravados em agregadores de áudio digitais (Vicente, 2018). “É nesse cenário composto por plataformas digitais, convergência, remediação, entre outros, que emerge uma entre as novas modalidades de rádio, o podcast” (Viana, 2022, p.119). Neste trabalho, serão expostas algumas das mudanças sofridas na produção de áudio, com a intensificação das narrativas sonoras por meio dos podcasts jornalísticos.

## 2.1. O podcast como produto da convergência e o uso das plataformas

Intrinsecamente ligado aos avanços tecnológicos, o podcast é um arquivo de áudio digital que pode ser compartilhado em plataformas online, como Spotify e Deezer. Os conteúdos disponíveis nesse formato são variados e abrangem desde assuntos culturais, financeiros, de saúde mental, investigações criminais à debates políticos. A publicação de arquivos de podcast é realizada através do podcasting, uma prática de distribuição de conteúdos digitais geralmente relacionada a produções sonoras (Vicente, 2018). “Inserido na lógica da comunicação de nicho, empreendida por novos atores sociais, o podcasting – quando desvinculado da radiodifusão convencional – apresenta maior diversidade potencial em termos de linguagem, temática e formatos” (Kischinhevsky, 2009, p. 231).

No Brasil, grandes veículos de comunicação, provenientes das redações impressas, já incorporaram o podcast à sua grade comercial. Os programas diários “Café da Manhã”, da Folha de S.Paulo em parceria com a plataforma de *streaming* Spotify, e “O Assunto”, do portal de notícias G1, do Grupo Globo de Comunicações, estão entre os podcasts de notícias mais populares do país. De acordo com o relatório *Triton Digital's Podcast Reports*<sup>4</sup>, em março de 2024, “O Assunto” foi o segundo podcast mais consumido da América Latina, com uma média de 478.086 *downloads* semanais. Já o “Café da Manhã” esteve entre os três podcasts mais ouvidos do Spotify Brasil em 2023<sup>5</sup>. Segundo Viana e Chagas (2021), essas produções marcaram a entrada do *Daily News* nos podcasts brasileiros. O caráter *on-demand* desses produtos possibilita novos horizontes ao jornalismo online e protagoniza a mudança de comportamento e a audiência dos consumidores.

---

<sup>4</sup> link para acesso: <https://tritonrankers.com/rankers/latam/podcasts/2024/3>

<sup>5</sup> link da matéria: <https://exame.com/tecnologia/spotify-divulga-artistas-musicas-e-podcasts-mais-escutados-em-2023/>

---

Além disso, podcasts jornalísticos narrativos também ganharam reconhecimento entre os ouvintes, como é o caso das séries “Projeto Humanos”, apresentado e produzido pelo jornalista Ivan Mizanzuk, que posteriormente ganhou uma série documental na plataforma de *streaming* GloboPlay, “Praia Dos Ossos” apresentado pela jornalista Branca Vianna e produzido pela Rádio Novelo, que já ultrapassou os quatro milhões de *downloads* desde seu lançamento, e “A Mulher Da Casa Abandonada” desenvolvido pelo jornalista Chico Felitti e publicado pela Folha de S.Paulo, que figurou como o segundo podcast mais ouvido do Spotify Brasil em 2022.

Isso pode significar a possibilidade de criação de produtos sonoros diferenciados, mais extensos ou de conteúdos mais densos, antes evitados no meio radiofônico, pois o momento e a forma de recepção/interação com o produto midiático são escolhidos de acordo com a disponibilidade e conveniência do ouvinte usuário (Carvalho, 2011, p. 5).

No que se refere à produção de podcasts jornalísticos, além da preocupação com as formas de conteúdo, é importante atentar-se também para os seus meios de distribuição- em especial, à notória dinâmica de dependência do produto midiático com as plataformas digitais (Duarte, 2021). Segundo a autora “há uma lógica de plataformização empregada na produção que não é evidente ao público” (Duarte, 2021, p.85), o que culmina tanto na apropriação da plataformização, por parte do jornalismo, como também na sua dependência para a consolidação dos processos de produção e alcance de audiência.

O termo “plataformização” é descrito por Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) como um processo de integração das plataformas em diferentes esferas da vida, que envolvem a reorganização de práticas e imaginários culturais. Gillespie (2010) ao se referir à política das plataformas, disserta sobre o fato de que entende que estas “plataformas são plataformas não necessariamente porque permitem que o código seja escrito ou executado, mas porque oferecem uma oportunidade de comunicação, interação ou venda” (Gillespie, 2010, p.12. Tradução Própria). Ou seja, uma lógica onde elas tornam-se intermediárias da informação.

Além da produção e distribuição de podcasts, os produtores também têm em vista o fortalecimento de um vínculo com o usuário. Através de uma comunicação hipermultimidiática e multiplataforma, exemplos como o Projeto Humanos e a Rádio Novelo, disponibilizam conteúdos ‘extras’ aos seus episódios em diferentes plataformas. “As informações contidas no digital servem, então, como recursos complementares àquilo que se apresenta na narrativa principal contida nos áudios” (Viana, 2022, p.120). Esse método,

---

mais do que enriquecer a experiência de consumo, permite uma interação mais ativa do ouvinte com a informação.

Nesse contexto, as plataformas configuram um papel central na maneira como os podcasts são entregues ao público. Elas oferecem tanto uma infraestrutura técnica que facilita a distribuição e o consumo, como também moldam essa entrega com base em algoritmos que otimizam a visibilidade e a acessibilidade do conteúdo. Assim, a plataformização, além de ampliar o alcance dos podcasts, também é capaz de moldar a forma como os ouvintes descobrem e interagem com o conteúdo. Ao relacionar-se com contexto do trabalho, esse processo tem o poder de redefinir a maneira como as histórias são criadas e entregues ao público, ajustando-se continuamente às demandas e interações dos usuários.

Seja no *Daily News* ou em podcasts narrativos, a ascensão dessas produções digitais demonstra o empenho dos meios de comunicação em adaptarem-se às novas mídias e às novas formas de consumo por meio de plataformas midiáticas. Dessa forma, é possível afirmar que essas iniciativas contemporâneas contribuem para a integração do jornalismo no mundo da convergência. “Para narrar, no entanto, não se pode esquecer que uma história segue uma estrutura. Mas, acima de tudo, apela para os sentimentos e emoções de quem a lê, ouve ou assiste, ou, em um cenário multimidiático e convergente, tudo isso junto” (Cunha; Mantello, 2014, p. 59).

### **3. A ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS: O JORNALISMO NARRATIVO EM PODCASTING**

Longe das grades de programação dos meios convencionais, os agregadores de podcast possibilitaram aos produtores (podcasters) um desenvolvimento mais autônomo das suas próprias produções com a criação de conteúdos mais densos e independentes de *gatekeeping* e agenda *setting*. “A possibilidade de (re)escuta on demand, característica do podcast, permite às produções exigir de seus ouvintes uma audição mais atenta e imersiva” (Vicente, 2018, p.105). Neste cenário, jornalistas perceberam nas plataformas de áudio a oportunidade de expandir o uso do jornalismo narrativo como produto midiático. Além de envolver uma apuração exaustiva de informações e a reconstituição de cenas e ambiências com um potencial imersivo maior do que outros gêneros discursivos, o jornalismo narrativo

---

mobiliza diferentes técnicas a fim de “sensibilizar a audiência e estabelecer vínculos entre ouvintes e personagens representados” (Kischinhevsky, 2018, p.79).

O jornalismo narrativo, também conhecido como jornalismo literário ou jornalismo aprofundado, é um estilo de escrita jornalística que se aproxima da literatura ao combinar elementos do gênero reportagem com técnicas da narrativa ficcional. Um exemplo é que “no jornalismo convencional, as pessoas atuam como fontes de informação, já no literário, elas compõem personagens reais e complexas” (Viana, 2020, p.289). No artigo “Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo”, Kischinhevsky (2018), recorre a Neveu (2014) para explicar algumas das práticas observadas nesse estilo: como a combinação da objetividade, na factualidade das cenas e ações, com a subjetividade da experiência e nos sentimentos trazidos pelos personagens do evento. Ou seja, um estilo de escrita que entrelaça a objetividade jornalística com a subjetividade literária, com elementos como personagens, tempo e espaço, conferindo ao jornalismo a estrutura e a organização necessárias para contar histórias.

Para Viana (2022), a narratividade atribuí ao jornalismo a função de ‘moralizar’ a realidade, “uma vez que esta é aprendida e organizada narrativamente a partir dos valores e padrões morais em voga” (Viana 2022, p.36). Ao contar histórias, os jornalistas selecionam e enfatizam aspectos que refletem os valores de um determinado meio social, contribuindo para a construção de um consenso moral e cultural. Motta (2005) numa perspectiva de dissertar sobre os valores da ética e da moral na profissão a partir da construção de narrativas afirma que embora o jornalista queira ser isento e imparcial na sua produção, sempre haverá um ‘pano de fundo’ das regras sociais estabelecidas.

O jornalista opera constantemente um processo de de-subjetivação do real. A retórica jornalística trata de dissimular as estratégias narrativas. O jornalista é, por natureza, um narrador discreto. Utiliza recursos de linguagem que procuram camuflar seu papel como narrador, apagar a sua mediação. É um narrador que nega até o limite a narração. Finge que não narra, apaga a sua presença. Faz os fatos surgirem no horizonte como se estivessem falando por si próprios. Por isso, reconhecer a narrativa jornalística como dispositivo argumentativo torna-se uma tarefa analítica complexa (Motta, 2005, p.8-9).

A partir dessa lógica, Viana explica que recorrer a estratégias subjetivas, portanto, “não se trata mais de iniciar uma disputa de legitimação da atividade, mas sim de estabelecer relações e de evidenciá-las dentro do processo jornalístico” (Viana, 2021, p.8). A jornalista e pesquisadora Fabiana Moraes, responsável por conceituar o jornalismo de



subjetividade, argumenta que é preciso repensar os critérios noticiosos excludentes e seletivos provenientes do jornalismo tradicional. “A prática subjetiva vai em busca de um modo de apreensão da realidade não respaldado no espetacular, mas que se interessa também pelo banal; não pelo insólito, mas aquilo o que é evidente; não pelo exótico, mas pelo endótico” (Moraes, 2019, p. 210). A narrativa jornalística, então, deve reconhecer e assumir essas influências subjetivas para oferecer uma visão mais íntegra e integral da realidade, sem comprometer a veracidade dos fatos narrados.

Por sua vez, o jornalismo narrativo em podcasting, ao aprofundar determinadas estratégias discursivas e sonoras, apropria-se de técnicas de *storytelling* com o intuito de captar a atenção do ouvinte. Diferente de outras formas de narração, o *storytelling* em podcasting faz uso de elementos sonoros como voz, música, efeitos e pausas, a fim de criar uma experiência imersiva ao ouvinte. “O *storytelling* busca contemplar as dimensões cognitivas do ser, rompendo com as estratégias engessadas e verticalizadas de priorizar o produto no lugar do consumidor” (Viana, 2020, p. 289). Utilizada no jornalismo como recurso de redação, Cunha e Mantello explicam que a técnica “não busca tirar os relatos jornalísticos do campo noticioso e reclassificá-los na literatura” (Cunha; Mantello, 2014, p.60) e que apesar de aproximar-se dos recursos do jornalismo literário, não refere-se a uma atualização da nomenclatura: “é a experiência do narrador-jornalista ao vivenciar o fato narrado ou ao ouvir relatos de outros, no caso, as fontes” (Cunha; Mantello, 2014, p.65-66). Isto é, para os autores, trata-se de uma possibilidade de condução do texto, sem comprometer o conteúdo, definindo o *storytelling* como uma técnica que transforma os fatos em histórias a serem narradas, em um esforço de reconstruir cenas e personagens. Uma tarefa sinestésica com o intuito de despertar sensações no consumidor da notícia.

A técnica do *storytelling* resulta em um texto sinestésico: atinge os cinco sentidos, não deixando que o sujeito fuja da mensagem. Pode ser visto, ouvido, trazer a lembrança de um aroma, de um sabor ou de um toque. A sinestesia ocorre mesmo que o texto seja de um jornal impresso, a priori focado na leitura e no sentido da visão. O propósito da técnica do *storytelling* é, a partir de um sentido preponderante, acionar os outros, graças à forma de estruturar o relato jornalístico. (Cunha; Mantello, 2014, p.59)

O uso do *storytelling* em podcasts narrativos possibilita uma produção jornalística que é ao mesmo tempo objetiva e subjetiva, factual e emocional, individual e coletiva, em um ambiente onde histórias não espetacularizadas e/ou esquecidas podem ser ouvidas. Na verdade, é justamente “a carga emocional das histórias que leva os indivíduos a uma

---

compreensão mais ‘rápida e profunda’ em comparação com mensagens racionais ou somente informativas” (Cunha; Mantello, 2014, p.59).

Outro aspecto a ser observado na produção de podcasts narrativos é a sua ligação com a contemporaneidade, ou melhor, a mediação de temáticas que não se restringem à temporalidade dos fatos. O narrador não se preocupa com a factualidade do acontecimento, mas sim com o que o evento representa em um determinado assunto e em uma determinada sociedade.

Se as narrativas são representações sociais que demonstram a forma como vemos este mundo, é também através delas que podemos compreender a vinculação dos sujeitos nele. O jornalismo, por sua vez, contribui para a construção e organização dessas narrativas mundanas (Viana, 2022, p. 21).

Não somente, a autora também identifica a forte tendência do jornalista em misturar-se com a história relatada. Ao apresentar-se enquanto narrador/personagem, o jornalista aciona estratégias discursivas que auxiliam sua narrativa, como acontece com o uso da locução em primeira pessoa, em que o jornalista demonstra ao ouvinte suas percepções e os bastidores da apuração. Fato que contribui para a experiência imersiva do usuário.

Cabe ressaltar neste artigo que, tanto o jornalismo narrativo em áudio quanto as estratégias de imersão não são fórmulas novas do formato podcasting, pelo contrário, já eram recursos utilizados pelos meios convencionais de rádio na apresentação de programas e reportagens (Kischinhevsky, 2018). Entretanto, nota-se a partir de Viana que, a medida em que vai se desenvolvendo, os podcasts narrativos tendem a criar ramificações e gramáticas próprias para suas narrativas, apresentando “características e elementos que são inerentes a ele, já que suas circunstâncias de produção, circulação e consumo surgem em um cenário que é incipiente mesmo para as mídias tradicionais” (Viana, 2022, p.114).

Na próxima seção serão apresentadas as estratégias de imersão aplicadas no projeto experimental, mapeadas a partir dos estudos da pesquisadora Luana Viana- em especial à sua tese de doutorado “Jornalismo Narrativo em Podcasting: Imersividade, Dramaturgia e Narratividade Autoral” publicada no ano de 2022 pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Com a justificativa de que entende-se Viana como uma das pesquisadoras precursoras dos estudos em podcasting narrativo no Brasil, sendo a primeira a apresentar uma análise mais aprofundada e dirigida

---

às estratégias de imersão em podcasts jornalísticos narrativos, demonstrando, dessa forma, grande relevância no campo dos estudos das narrativas sonoras.

### 3.1 As estratégias de imersão

Ao construir sua tese<sup>6</sup>, a autora assume o áudio como um formato imersivo por essência. Partindo desse pressuposto, Viana destaca elementos potencializadores desta experiência, como as decisões estratégicas realizadas na composição da narrativa e no uso das tecnologias digitais, capazes de intensificar o efeito de “mergulho” nos fatos narrados. Portanto, com base no referencial teórico descrito até aqui, serão utilizados os seguintes recursos durante a criação do podcast:

a) Na composição da narrativa

- humanização, condução emocional e narração em primeira pessoa: a humanização tem como atributo a estratégia de proximidade com o ouvinte, na valorização de personagens e histórias cotidianas; a condução emocional se caracteriza por meio da linguagem radiofônica, com as falas do apresentador, o uso do silêncio, música e efeitos sonoros; já a narração em primeira pessoa pretende estabelecer uma relação de intimidade e de diálogo com o ouvinte, com o uso da informalidade e com o compartilhamento de dúvidas e impressões próprias de quem narra.
- Uso de sonoras, descrição das cenas e ambientação do local: O uso de sonoras confere à história a autenticidade dos fatos, substituindo as aspas do jornalismo impresso, o que torna essa uma das principais características que diferencia o jornalismo narrativo da literatura. Por sua vez, a descrição das cenas e dos acontecimentos contribui para que o ouvinte “consiga guiar sua imaginação para o mais próximo possível da realidade” (Viana, 2022, p.129). Similarmente, a ambientação do local tem como objetivo contextualizar o ouvinte sobre o que se fala ou de onde se fala, inserindo-o naquele espaço-tempo que a história ocorre.
- Metajornalismo: uma auto representação do jornalismo que tem como objetivo tornar visível ao ouvinte os bastidores e o processo de produção do podcast. Recurso que contribui para a aproximação entre o ouvinte e a apresentadora.

---

<sup>6</sup> URI: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/14264>

- 
- Storytelling: a técnica é acionada com o intuito de reter o interesse do ouvinte, usufruindo de recursos estilísticos como ganchos e *plot twists*, a fim de manter a curiosidade do que está sendo dito até o fim do enredo. “No lugar da pirâmide invertida engessada, a criatividade do jornalista é o ponto crucial para envolver o ouvinte” (Viana, 2022, p. 154). Além do mais, pode observar-se no storytelling o entrelaçamento de todas as outras estratégias de imersão, como a humanização dos personagens e a apresentação do ponto de vista de quem narra.
- b) No uso das tecnologias digitais:
- Fones de ouvido e áudio binaural: a utilização dos fones de ouvido tem como intuito individualizar a experiência da história narrada, fator que, segundo Viana, auxilia na imersão do ouvinte, já que “a ideia principal é estabelecer elementos sonoros que proporcionem experiências em função da perspectiva de localização no espaço” (Viana, 2022, p.122). Por outro lado, o recurso do áudio binaural proporciona camadas auditivas imersivas sobrepostas à realidade, reforçando o objetivo dos fones de ouvido. Uma técnica de áudio “360º” que possibilita o ouvinte ter um contato sensorial com os fatos de forma mais sensível.
  - Ferramentas digitais com materiais complementares: “ao utilizar as plataformas digitais como suporte, o rádio apropria-se de estratégias para além do sonoro com o objetivo de proporcionar a participação do ouvinte” (Viana, 2022, p. 119). Ou seja, uma narrativa hipermultimídia que contribui para o valor-experiência do usuário, aprofundando as informações apresentadas no podcast com conteúdos paralelos e/ou complementares à narrativa principal.

A inclusão desses elementos na narrativa do podcast visa proporcionar uma experiência mais imersiva ao usuário. Esse estilo de produção crescente no jornalismo brasileiro demonstra uma modificação nas formas de contar histórias, principalmente, em áudio.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da revisão teórica explorada até aqui compreendeu-se com mais assertividade as etapas das quais se almeja serem aplicadas no projeto. A teoria desenhada

---

auxilia no conhecimento a respeito das produções mercadológicas anteriormente realizadas, servindo como guia para os próximos passos da experimentação, sobretudo, na construção de um podcast jornalístico fundamentado no uso das narrativas jornalísticas e nas estratégias de imersão por meio da técnica em storytelling e demais características mencionadas no decorrer do trabalho.

A próxima etapa será a efetuação da produção do podcast com uma apuração exaustiva da pauta, quando serão coletadas informações de fontes confiáveis e entrevistas aprofundadas com pessoas próximas a Verônica e especialistas no tema da transfobia e dos direitos LGBTQIA+. Posteriormente, serão realizadas as etapas de produção, construção do roteiro, edição do podcast, definição de público-alvo, identidade visual e das plataformas para distribuição.

Por fim, esse projeto experimental visa colaborar na elevação do conhecimento a respeito dos padrões de podcasts narrativos e também explorar as possibilidades oferecidas pelo podcasting. Ao dar andamento a este trabalho, a autora compromete-se em proporcionar uma reflexão sobre processos e práticas de jornalismo e, sobretudo, jogar luz aos acontecimentos do Caso Verônica por meio de uma reflexão social e de interesse público em todas as questões que abarcam o triste episódio.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CORDEIRO, William Robson; COSTA, Luciano. Jornalismo imersivo: perspectivas para os novos formatos. **Leituras do jornalismo**, v. 1, n. 6, 2016.

DA CUNHA, Karenine Miracelly Rocha; MANTELLO, Paulo Francisco. Era uma vez a notícia: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos. **Revista Comunicação Midiática**, v. 9, n. 2, p. 56-67, 2014.

DE CARVALHO, Paula Marques. Podcast: Novas possibilidades sonoras na Internet. 2011.

DE MATTOS, Fabrício Santos. Plataformização das notícias e consumo de informação: tendências do jornalismo em um novo ambiente informacional. Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2021.

DUARTE, Michelle Raphaelli Camargo. O podcast como elemento de plataformização no jornalismo: uma análise sobre a produção dos podcasts “café da manhã”, “durma com essa” e “o assunto”. 2021.

GILLESPIE, Tarleton. The politics of ‘platforms’. **New media & society**, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Aleph, 2015.

---

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Cultura da portabilidade: novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. **Observatorio (OBS\*)**, v. 3, n. 1, p. 223-238, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, v. 5, n. 10, p. 73-80, 2018.

LACHOWSKI, Gibran Luis; GOMES, Iuri Barbosa. A PRÁTICA JORNALÍSTICA NA ERA DA CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA: REFLEXÕES SOBRE OS FUNDAMENTOS DO JORNALISMO APLICADOS NO ÂMBITO DIGITAL. **UNIFUNEC CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR**, v. 2, n. 3, 2012.

MORAES, Fabiana. Subjetividade: ferramenta para um jornalismo mais íntegro e integral. **Revista Extraprensa**, v. 12, n. 2, p. 204-219, 2019.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2005. p. 05-09.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras**, v. 22, n. 1, 2020.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Editorial Sol 90, 2008.

SEBBAH, Brigitte; SIRE, Guillaume; SMYRNAIOS, Nikos. Jornalismo e plataformas: da simbiose à dependência. **Sobre jornalismo**, v. 9, n. 1, 2020.

VIANA, Luana; CHAGAS, Luãn José Vaz. Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico. **Anais do XIII Encontro Nacional de História da Mídia, Juiz de Fora**, 2021.

VIANA, Luana. Jornalismo narrativo em podcasting: imersividade, dramaturgia e narrativa autoral. 2022.

VIANA, Luana. O jornalismo em primeira pessoa em podcasts narrativos: encontros e tensões deontológicos. 44. In: ° Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife. 2021.

VIANA, Luana. O uso do storytelling no radiojornalismo narrativo: um debate inicial sobre podcasting. **RuMoRes**, v. 14, n. 27, p. 286-305, 2020.

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. **Emergências periféricas em práticas midiáticas**, 2018.