# UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO

# JORNALISMO IMERSIVO – O CONCEITO E A PRÁTICA

Projeto de iniciação científica

Caroline Tiemi Aragaki

Orientadora: Prof. Dra. Elizabeth Saad

#### **RESUMO**

O jornalista é um mediador de fatos ante o receptor. Atualmente, a realidade virtual está em teste como ferramenta para diminuir a lacuna de mediação e aproximar o consumidor da notícia a partir de uma experiência em primeira pessoa, configurando-se no chamado jornalismo imersivo ou jornalismo 360°. O presente projeto de pesquisa pretende definir esse conceito por meio de análises bibliográficas e de produções brasileiras para, por fim, desenvolver um guia de como produzir nesse formato.

## INTRODUÇÃO

Diante da crise do modelo tradicional do jornalismo após o advento da internet, novos formatos de reportagem tentam transmitir as informações de maneira mais interessante ao leitor. Uma das opções é o chamado jornalismo imersivo, também conhecido como jornalismo 360°, que "além de descrever fatos e acontecimentos, propõe uma experiência em primeira pessoa das situações contidas nas notícias" (ROCHA, 2016).

O conceito é recente e as redações brasileiras ainda estão se adaptando à ideia, mas é relevante estudá-lo para ampliar os horizontes de uma área que está em profunda transformação quanto aos modelos de negócio. De acordo com Hodgson (2017), essa forma de reportagem pode vir a ser um jeito de engajar audiências como nunca visto antes.

Isso porque com os formatos narrativos imersivos subentende-se que há uma alteração tanto no papel do consumidor da informação, deslocando-se para além do estereótipo de receptor passivo. A mudança também diz respeito ao profissional que a elabora, porque esse modelo faz com que as redações se preocupem em tornar a experiência informacional dependente dos movimentos do receptor e de suas tomadas de decisão para dar vida à narrativa.

"Desde o momento em que a comunicação se volta para a interatividade e para a multimedialidade, a força de trabalho muda e geram-se novas rotinas produtivas. No caso dos jornalistas, as transformações os levam a converter-se em produtores-gestores polivalentes da informação em diferentes suportes e formatos." (SCOLARI,2008 in MESQUITA, 2016)

Trata-se de um acontecimento em linha com o jornalismo pós-industrial de Anderson, Bell e Shirky (2013), em que "mudanças nas formas de produção afetam técnicas, materiais e métodos empregados na apuração e divulgação das notícias" (in CORDEIRO, 2018).

### DESCRIÇÃO DA PESQUISA

Considerando que o tema é pouco abordado na literatura científica e no mercado de trabalho no Brasil, a pesquisa propõe explicar o que é o jornalismo imersivo ou jornalismo 360° sob a perspectiva de que se situa entre o mundo real e a realidade virtual, não podendo ser confundida com a realidade virtual totalmente sintética e criada digitalmente (SANTOS, 2019).

Isso porque o jornalismo deve se ater aos fatos e, portanto, ao mundo real, visto que a notícia é um gênero socio discursivo e seu sentido depende de uma situação comunicativa inserida na experiência cotidiana (MUNIZ, 2009).

Junto da definição, pretende-se compreender o panorama de aplicação desse formato narrativo. A ideia é identificar quais veículos brasileiros trabalham com esse modelo, e qual o tipo de conteúdo (e de pauta) é abordado dessa maneira.

Em seguida, será feita a justificativa do por que é importante falar sobre esse novo modo de fazer jornalismo, que pode ser considerado um novo meio para construir uma notícia. Como a notícia em si é um gênero socio discursivo, torna-se relevante abordar qual a influência do meio no discurso, sob o invés de autores vinculados à análise do discurso. Para Dominique Maingueneau (2002), por exemplo, o *mídium* — o meio de propagação do discurso — não apenas causa uma adequação da mensagem, como também a molda:

"Hoje, estamos cada vez mais conscientes de que o mídium não é um simples 'meio' de transmissão do discurso, mas que ele imprime certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer". (MAINGUENEAU, 2000, p. 71).

Essa noção é compartilhada por Longhi (2002), que afirma que a força narrativa depende de dois eixos principais: o conteúdo e a forma. A mesma pesquisadora, quinze anos depois (2017) pontua que a força narrativa é pré-requisito para uma imersão na história, ou seja, para "desligarse" do "mundo real".

Somando-se a isso, a visão de Santos (2019) sobre jornalismo imersivo também é interessante, porque ele afirma que o formato pode ser visto como uma versão atualizada do ponto de vista tecnológico e, "talvez, mais eficaz daquilo que todo jornalismo sempre se propôs a ser: um processo de intermediação entre pessoas e acontecimentos".

O próximo passo consiste em fazer um levantamento de marcas internacionais que utilizam jornalismo imersivo, o qual servirá de base para uma posterior seleção de marcas brasileiras que afirmam aplicar esse formato. Após a coleta, cabe analisar se realmente seguem a definição elaborada na primeira etapa da pesquisa , em que será criada uma lista de características básicas para que um conteúdo seja considerado jornalismo imersivo.

Caso não haja um veículo brasileiro totalmente inserido nesse conceito, a descrição dos pontos que se assemelham ao conceito continua válida. E, se necessário, a pesquisa poderá fazer uso de reportagens dos Estados Unidos, por exemplo, que parece ter mais experiência no ramo.

Ao término dessas primeiras etapas, será feito o relatório parcial da pesquisa. Com o acúmulo das informações, o próximo passo é listar um conjunto de passos para fazer jornalismo imersivo e, com isso, elaborar um guia para jornalistas interessados em produzir nesse formato.

#### **METODOLOGIA**

A primeira etapa da pesquisa será feita a partir de referências bibliográficas sobre o assunto, com literatura científica nacional e internacional. Dentro da explicação do que é jornalismo imersivo, serão destrinchados três tópicos específicos: o que é jornalismo, imersão e realidade virtual, sob as áreas de comunicação, psicologia e computação. Da mesma maneira, será formulada a justificativa do por que é importante falar no tema.

Com essa base, o próximo passo é realizar um levantamento com a ajuda da internet sobre marcas ou sites que afirmam fazer uso desse modelo de jornalismo, e analisar quais realmente correspondem à ideia de inserir o leitor dentro da matéria como uma experiência em primeira pessoa.

Ou seja, pretende-se verificar quais veículos brasileiros de fato cumprem o papel de jornalismo imersivo ao receptor, caracterizando-os individualmente. De acordo com Acquarone (2018), "as redações [no Brasil] até fizeram breves experiências, mas estão longe de terem comprado a ideia".

O objetivo final do projeto de sintetizar um guia de como produzir jornalismo imersivo será feito, em suma, a partir da literatura científica sobre o tema e da análise em cima das produções já existentes no país — ou, caso não exista um exemplo concreto no Brasil, de uma produção internacional dos Estados Unidos.

## CRONOGRAMA

O projeto será desenvolvido ao longo de 12 meses, com encerramento no primeiro semestre de 2021.

Mês / Etapa	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai
Definir jornalismo imersivo	X	X	X									
Explicar a relevância de falar em jornalismo imersivo			х	X								
Selecionar veículos e sites				X	X							
Análise					Х	X	X					
Relatório							X					
Escrever o conjunto de passos para produzir jornalismo imersivo								Х	Х	Х		
Redação final da pesquisa											X	
Relatório final												X

#### **BIBLIOGRAFIA**

ACQUARONE, Eduardo. Jornalismo imersivo: a audiência no comando. Disponível em: <a href="https://medium.com/@eduacquarone/jornalismo-imersivo-a-audi%C3%AAncia-no-comando-9954ae04e3ea">https://medium.com/@eduacquarone/jornalismo-imersivo-a-audi%C3%AAncia-no-comando-9954ae04e3ea</a>.

CORDEIRO, Robson William; LONGHI, Raquel Ritter. No jornalismo imersivo, o infográfico é hiper. 2018. Disponível: <a href="http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/958/928">http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/958/928</a>>. Acesso em 06/05/2020.

CORDEIRO, Robson William; COSTA, Luciano. Jornalismo imersivo: perspectiva para os novos formatos. Disponível em:

<a href="https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/11">https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/11</a>
4/85>. Acesso em 03/03/2020.

COSTA, Luciano. Jornalismo imersivo de realidade virtual: aspectos teóricos e técnicos para um modelo narrativo. Disponível em: <a href="https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/183624">https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/183624</a>>. Acesso em 06/05/2020.

COSTA, Luciano. O jornalismo imersivo como experiência do acontecimento. Disponível em: <a href="http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2018/paper/viewFile/1259/735">http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2018/paper/viewFile/1259/735</a>>. Acesso em 06/05/2020.

DINES, Alberto. O papel do jornal. São Paulo: Summus, 1986.

DOMINGUES, Eva. Los nuevos formatos inmersivos y su aplicación en el periodismo. En II Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, Bilbao 10-12/11/2010. Disponível em: <a href="https://www.academia.edu/546981/Los nuevos formatos inmersivos y su aplicaci%C3%B3n">https://www.academia.edu/546981/Los nuevos formatos inmersivos y su aplicaci%C3%B3n</a> en el periodismo The new immersive formats and its application to journalism >. Acesso em 06/05/2020.

HODGSON, Kris. Immersive storytelling: How 360-degree video storytelling is helping to redefine journalism. 2017. Disponível em:

<a href="https://www.academia.edu/34402991/Immersive storytelling How 360-">https://www.academia.edu/34402991/Immersive storytelling How 360-</a>

<u>degree video storytelling is helping to redefine journalism?auto=download</u>>. Acesso em 06/05/2020.

MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação. São Paulo: Cortez, 2000.

MARCOS, José Alvarez. El periodismo ante la tecnología hipertextual. In: DIAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón. Manual de Redación Ciberperiodística. Barcelona: Ariel, 2003.

MESQUITA, Giovana. Interfiro, logo existo: como a audiência potente muda a rotina jornalística no mais antigo jornal em circulação da América Latina. Disponível em: <a href="https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/43466/1/TEND%C3%8ANCIAS%20DO%20JOR">https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/43466/1/TEND%C3%8ANCIAS%20DO%20JOR</a>

NALISMO.pdf>. Acesso em 03/03/2020.

PRATTEN, Robert. "Getting Started in Transmedia Storytelling: a practical guide for beginners". Slide Share. Disponível em: <a href="http://www.slideshare.net/bigaba/getting-started-in-transmedia">http://www.slideshare.net/bigaba/getting-started-in-transmedia</a>. Acesso em 03/03/2020.

LONGHI, Raquel Ritter. Narrativas imersivas no ciberjornalismo. Entre interfaces e Realidade Virtual. 2017. Disponível em: < https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/8933>. Acesso em: 16/05/2020.

LONGHI, Raquel Ritter. "O turning point da grande reportagem multimídia". Famecos (UFRGS), v. 21, n. 3, 2014, pp.897-917.

MAINGUENEAU, D. Análise de textos de comunicação. São Paulo: Cortez, 2002.

PÊCHEUX, Michel. O discurso, estrutura ou acontecimento. Campinas, Pontes, 1990.

PÊCHEUX, Michel. Semântica e discurso. Uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas, Unicamp, 1995.

ROCHA, Giovanni Guizzo da. Jornalismo imersivo: Explorações e caminhos para apropriações do acontecimento jornalístico a partir de experiências com dispositivos de realidade virtual.

Disponível em: <<u>http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-1919-1.pdf</u>>. Acesso em 03/03/2020.

SANTOS, Márcio Carneiros dos. Narrativas e desenvolvimento de conteúdo imersivo: aplicação de sistemas bi e multissensoriais de realidade virtual no jornalismo. Disponível em: <a href="https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=S1809-58442019000300133">https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=S1809-58442019000300133</a>>. Acesso em 04/05/2020

SODRÉ, Muniz. A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

SODRÉ, Muniz & FERRARI, Maria Helena. Técnica de reportagem. Notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.