

Jornalismo Imersivo: A Apropriação Da Realidade Virtual Em “Batalha de Mossul”, Primeira Reportagem em 360° Do SBT¹

Marluci Fontana Drum ²

Resumo expandido

Com o tema “o jornalismo imersivo e a apropriação da realidade virtual em narrativas digitais”, este estudo³ explora a complexidade teórica que envolve os conceitos de jornalismo imersivo, narrativas imersivas e realidade virtual, a partir de pesquisa bibliográfica e de análise qualitativa, tendo como objeto de estudo a reportagem intitulada “Batalha de Mossul”, assinada pelo jornalista e correspondente internacional, Sérgio Utsch, do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

Objetivo principal

O objetivo principal do trabalho consiste em refletir sobre a dinâmica do jornalismo imersivo que se apropria da realidade virtual como ferramenta para narrar histórias no digital de forma interativa e analisar, de forma qualitativa, as características que constituem uma narrativa imersiva produzida por brasileiros.

Justificativa

¹ Trabalho proposto para ser apresentado no GT2 - Estratégias de comunicação em ambientes digitais do IV Encontro Virtual da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Realização UNIFAE, nos dias 20 e 21 de junho de 2024.

² Dotoranda no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), como bolsista Prosc Capes modalidade I. E-mail para contato: marlucidrum@gmail.com.

³ O presente estudo é decorrente da dissertação defendida pela autora em 2019, em seu mestrado em Letras no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc).

As narrativas ocupam um papel cada vez mais importante no digital. Seja como *storytelling* ou como *storyliving* (como também são chamadas as narrativas imersivas), nas redes sociais ou nos portais de notícias, sua relevância se dá pela possibilidade de cativar e envolver um público ávido por histórias que fujam do óbvio e conquistem a sua, tão disputada, atenção. Para isso, quanto mais interativas e dinâmicas, mais interessantes se parecem. Em se tratando de jornalismo, torná-las imersivas significa ter a possibilidade de oferecer ao público a oportunidade máxima de interação ao experienciar, como parte do contexto narrado, a realidade do outro.

Assim, além dos motivos anteriores, esse estudo se justifica relevante, porque trata de um conteúdo atual que merece ser difundido a fim de contribuir com a evolução da pesquisa. Nesse sentido, com o intuito de ver como a teoria vem sendo aplicada no Brasil, optou-se por escolher a reportagem “Batalha de Mossul” que foi o primeiro trabalho em 360 graus de um dos mais tradicionais veículos de comunicação do Brasil, o SBT, e ainda por relatar um importante acontecimento internacional: a batalha contra o Estado Islâmico em Mossul, no Iraque, que durou quase nove meses.

Bases teóricas da reflexão e análise

O referencial teórico deste estudo é composto pelos conceitos de narrativas imersivas, jornalismo imersivo e realidade virtual. Sabe-se que as narrativas são inerentes à vida das pessoas, narra-se sobre o viver e para viver. Nesse sentido, o jornalismo busca, por meio das narrativas imersivas, ofertar a experiência de primeira pessoa ao seu público, possibilitando que este se envolva ativamente na história narrada, tornando-o cada vez mais próximo daquele contexto.

Assim, sobre esse formato de narrativa, que parece estar cada vez mais se estabelecendo como um modelo a ser seguido no jornalismo, Longhi (2016, p. 4) explica: “Narrativas imersivas são uma forte tendência no ciberjornalismo, fato atestado por iniciativas que

envolvem estratégias de inovação nas redações, nas quais alcançar mais leitores e enfrentar a crise são os principais objetivos [...]” Essa tendência já está sendo confirmada, principalmente, nos meios de comunicação estrangeiros, com ênfase para os Estados Unidos e Europa. No Brasil, a inserção do novo formato ainda pode ser considerada tímida e isso se deve a fatores como, por exemplo, o acesso à internet, ao headset de realidade virtual e às câmeras que gravam em 360°. Nesse sentido, por ter o propósito de tornar o público coconstrutor das narrativas apresentadas é que o jornalismo vem adotando os recursos oportunizados pela imersão, permitindo assim, por princípio, a experiência no contexto dos fatos em primeira pessoa.

Quanto à compreensão sobre jornalismo imersivo e realidade virtual buscou-se refletir, a partir das ideias de autores como DE LA PEÑÁ et al (2010), DOMINGUEZ (2010) e ARONSON-RATH et al (2015), sobre esse novo formato de jornalismo que, ao narrar os fatos, se apropria da tecnologia de realidade virtual, como a gravação de vídeo em 360 graus, para estar mais próximo da sua audiência e oferecer a ela a oportunidade de interação com a história que não lhe é apenas contada, mas da qual ela, agora, pode se sentir integrada, ao experienciá-la como participante.

O conceito de jornalismo imersivo surge a partir dos trabalhos da pesquisadora e jornalista americana, Nonny De la Peña, a qual o 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 ainda percebe esse formato como uma oferta de novas possibilidades para o receptor/usuário experienciar determinado acontecimento, se colocando na condição de participante atuante, onde ele mesmo é quem interage com seus sentidos.

O conceito macro neste estudo, a realidade virtual é entendida para Aronson-Rath et al. (2015, p. 12) 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.”. 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, e que antes não poderiam sequer ser cogitadas por muitas pessoas. Além disso, ainda de acordo com Aronson-Rath et al. (2015), a realidade virtual pode ter várias estruturas.

É um meio flexível, digital e interativo, que teoricamente significa que os autores podem dar ao público o controle sobre a ordem em que eles veem cenas, sobre o conteúdo de uma cena ou o ângulo de visualização de uma cena. No entanto, as possibilidades diminuem quando os produtores avaliam as especificações técnicas do equipamento de reprodução e, mais importante, como organizar elementos narrativos para que o público tenha uma experiência coerente e envolvente. (ARONSON- RATH et al., 2015, p. 38) (tradução nossa)

Nesse sentido, Peruzzi e Cavallieri (2003, p. 49) complementam a ideia dos pesquisadores dizendo 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. De acordo com o projeto *Virtual Reality Journalism*, publicado em dezembro de 2015 pelo *Tow Center* da Universidade de Columbia, tanto a imersão quanto a “presença” “(...) buscam descrever a sensação que se experimenta em realidades alternativas através de sistemas virtuais” (ARONSON- RATH et al, 2015, p. 22).

Uma das técnicas utilizadas com a tecnologia da realidade virtual é o vídeo gravado com câmeras que captam imagens em 360 graus. Tais ferramentas possibilitam que o receptor tenha uma visão total do local gravado e ainda permitem que ele escolha e direcione a imagem: seja para cima, para baixo, para esquerda ou para direita. Além disso, com o uso

dos óculos de realidade virtual, headsets específicos que projetam imagens como se existisse uma pequena tela bem à frente dos olhos do usuário, é possível experienciar de forma ativa determinado evento, tornando a vivência imersiva ainda mais completa, como o que Dansky (2006) entende por imersão que é quando o receptor imerge na narrativa de determinada mídia esquecendo, por um momento, da realidade a qual faz parte.

Essa tentativa de colocar o receptor no centro do conteúdo, aumentando assim a sua capacidade de imersão na narrativa, é possível, conforme Domínguez (2010) por meio de recursos estéticos e interativos que contribuem para a intensificação da imersão no local do acontecimento relatado e, ao mesmo tempo, possibilita a ação do usuário com a narrativa, oferecendo assim, a sensação de presença e interação a esse indivíduo que experimenta e participa da história. 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 é despertado emocionalmente por e para aquela narrativa, colocando-se exatamente no lugar do outro, podendo desenvolver empatia pela situação e pelos personagens ali apresentados.

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.

Após a compreensão dos principais conceitos que fundamentam esse estudo, pode-se, por meio da análise qualitativa identificar na reportagem “Batalha de Mossul” as características, apresentadas anteriormente, necessárias para considerá-la como um conteúdo de jornalismo imersivo. “Batalha de Mossul” é uma narrativa imersiva, gravada em 360°, cujo formato vai ao encontro do que Nony de la Peña et al (2010) consideram na definição do conceito de jornalismo imersivo: “(..) um formato em que as pessoas podem obter experiências em

primeira pessoa sobre os eventos ou situações descritas em narrativas jornalísticas.” (DE LA PEÑA et al, 2010, p. 291). Tais experiências em primeira pessoa, referidas pelos autores, são possíveis de serem experimentadas na reportagem por meio do uso de óculos de realidade virtual, para uma experiência mais completa, e de forma mais simples, movimentando a tela do celular ou o mouse do computador para visualizar a cena em 360 graus.

Esse novo formato de narrativa é importante para a ideia de empatia porque possibilita pela imersão, a experiência como integrante da história, a vivência de uma situação que, até então, só poderia ser contemplada como espectador e que, agora, é possível “vivê-la” como parte do contexto narrado, bastando para isso, utilizar óculos de realidade virtual e participar da história de forma completa, inclusive escolhendo entre 360°, qual ângulo será contemplado.

Palavras-chave

Jornalismo imersivo; Narrativas imersivas; Realidade virtual; Digital; Interação.

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.



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Ciberultura:

Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial

Online — 20 e 21/06/2024

DOMÍNGUEZ, Eva. Los nuevos formatos inmersivos y su aplicación en el periodismo. II Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, Bilbao 10-12 noviembre 2010. Disponível em: https://www.academia.edu/546981/Los_nuevos_formatos_inmersivos_y_su_aplicaci%C3%B3n_en_el_periodismo_The_new_immersive_formats_and_its_application_to_journalism. Acesso em 20 out. 2017.

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 nov. 2017.

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.

UTSCH, Sérgio; BLAIR, Louis. Batalha de Mossul. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hsZ30ilmdBk>. Acesso em: 30 nov. 2018.