



Valor-experiência no contexto do jornalismo experiencial

Raquel Ritter Longhi¹
Universidade Federal de Santa Catarina

Kati Caetano²
Universidade Tuiuti do Paraná

Resumo: Um sobrevoo rápido nas estratégias contemporâneas do jornalismo aponta para um reforço nas ideias de "experiência" e de "experimentação". Nunca antes tais conceitos estiveram tão em voga, o que demonstra sua importância em relação ao atual estágio de desenvolvimento dos conteúdos jornalísticos, especialmente aqueles voltados à Realidade Virtual e à Realidade Aumentada. Este artigo tem o objetivo de discutir a experiência neste panorama, levando em conta duas esferas principais: uma, que diz respeito à experimentação do jornalismo enquanto âmbito de produção e a segunda, no que concerne à experiência do leitor/usuário enquanto fruidor de conteúdos. Para aprofundar nossa análise sobre as esferas da experiência, escolhemos alguns conteúdos de jornais de referência como *Folha de S. Paulo*, *The New York Times* e *The Guardian*.

Palavras-chave: jornalismo experiencial; conteúdos imersivos; Realidade Virtual; Realidade Aumentada; experiência.

¹ Docente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo/Universidade Federal de Santa Catarina, líder do Grupo de Pesquisa Hiperfídia e Linguagem/CNPq. E-mail: raqlonghi@gmail.com

² Docente do PPGCom em Comunicação e Linguagens/ UTP-Curitiba e líder do Grupo de Pesquisa Interações comunicacionais, Imagens, Cultura digital – INCOM/CNPq/UTP. E-mail: katicaetano@hotmail.com.

1. Jornalismo experiencial

O contexto da experimentação no jornalismo contemporâneo é um dos temas principais do mais recente relatório de pesquisa do Reuters Institute e Universidade de Oxford, assinado pela jornalista Zillah Watson. A partir de entrevistas com profissionais de redações de organizações como *New York Times*, *USA Today Network*, *Die Welt*, *ARTE*, *The Guardian*, *Sky* e *Euronews*, o relatório mostra o estado da arte da produção de conteúdos em Realidade Virtual (RV) e Realidade Aumentada (RA) nos primeiros meses de 2017, destacando que a fase inicial de experimentação começa a dar lugar a uma adoção mais integrada desse tipo de conteúdo nas redações.

A referência ao "jornalismo experiencial" feita por John Pavlik em 2016 (LONGHI, 2017) aparece, neste momento, mais forte do que nunca. Ainda que não se trate de um conceito novo no jornalismo, a ideia de experiência vem sendo reforçada tanto do ponto de vista da produção de conteúdos como da sua fruição, como tem sido evidenciado naqueles produzidos em RV e RA, que frequentemente são apresentados como “experiências imersivas”. A expressão *experiential journalism* havia sido usada anteriormente no artigo “Experiential journalism: how Virtual Reality could depict news in 3 D”³, de Cory Blair (LONGHI, 2017), e estava relacionada às primeiras experiências em conteúdos em RV no ciberjornalismo, como *Harvest of Change*, do norte-americano *Des Moines Register*. Levando em conta esses cenários é que John Pavlik apresentou sua “Matriz do impacto da virtualidade no jornalismo” (2016) (Tabela 1):

³ Em tradução do autor: “Jornalismo experiencial: como a realidade Virtual pode tratar as notícias em 3D”. Disponível em: <http://ajr.org/2014/12/10/experiential-journalism-virtual-reality-depict-news-3d/> (último acesso: julho de 2017).

Virtualidade/ Ciberjornalismo	Produção	Narrativa	Público	Organização
Adoção Pré- Experiencial	2D, câmeras direcionais, microfones, edição manual,	Linear, perspectiva em terceira pessoa,	Audiência passiva, anônima	Hierárquica, segura, dirigida por humanos
Implementação totalmente Experiencial	processos químicos 3D, câmeras e microfones 360, espacial, GPS, mobile, drones, ubíqua, em rede	publicação/ distribuição fixa Interativa (não-linear), imersiva (360), multissensorial (visão, toque, som), fluida ou dinâmica, personalizável, guiada por dados	Engajada (participativa) como usuários e colaboradores, conectadas, privacidade em risco	Conectada, participativa, guiada por dados e algoritmos, automatizada, baseada em nuvem, segurança em risco

Tabela 1: Matriz do impacto da virtualidade no jornalismo. Fonte: (LONGHI, 2017 sobre PAVLIK, 2016)

Um sobrevoo rápido nas estratégias contemporâneas do jornalismo, de fato, mostra um reforço nas ideias de "experiência" e de "experimentação". Nunca antes tais conceitos estiveram tão em voga, o que demonstra sua importância em relação ao atual estágio de desenvolvimento dos conteúdos jornalísticos, especialmente aqueles voltados à RV e RA.

Este artigo tem o objetivo de discutir a experiência neste panorama, levando em conta duas esferas: uma, que diz respeito à experimentação do jornalismo enquanto âmbito de produção e a segunda, no que concerne à experiência do leitor/usuário enquanto fruidor de conteúdos. Para aprofundar nossa análise sobre as esferas da experiência, escolhemos alguns conteúdos publicados em jornais de referência como *Folha de S. Paulo*, *The New YorkTimes* e *The Guardian*.

Não é de hoje o foco no que tem se considerado “jornalismo experimental”; em um breve artigo a respeito do tema, Longhi já fazia um levantamento da preocupação de alguns analistas do jornalismo com esse aspecto, tanto na área da produção como na da fruição dos conteúdos mais recentes do ciberjornalismo (LONGHI, 2017). Hermida⁴, colocava cinco “es” para o jornalismo que estava por vir, dentre eles, a experimentação e o jornalismo experiencial. Este último envolve a produção de notícias informativas e

⁴ Na série de artigos “Predictions for journalism in 2016”. Disponível em: : <http://www.niemanlab.org/2015/12/the-five-es-of-journalism-in-2016/>(último acesso: julho de 2017)

também experiências que imergem a audiência na narrativa (HERMIDA, *apud* LONGHI, 2017, p. 2).

Dentre os exemplos de jornalismo experiencial, Hermida considera a reportagem *Snow Fall, The avalanche at Tunnel Creek*, o documentário em RV *Ebola* e o documentário *Estado Islâmico* (LONGHI, 2017, p. 2). Esses conteúdos dão uma amostra da relação da experiência com o jornalismo, que, ainda que não se trate de algo completamente “novo”⁵ é agora renovada no cenário da emergência das novas tecnologias. *The Islamic State*⁶ faz parte do primeiro caso: o repórter Medyan Dairieh passou três semanas engajado com o Estado Islâmico, tendo acesso ao grupo no Iraque e na Síria. O documentário *Ebola Outbreak 360*, por sua vez, encontra-se no segundo, que reflete o uso de tecnologias como captação de imagens em Realidade Virtual⁷. Como tem sido comum nesse tipo de conteúdo, a referência à experiência é explícita: “Ebola Outbreak is an immersive 360 experience filmed on the ground in West Africa”⁸, pode-se ler na página do *YouTube* que disponibiliza o material da Frontline.

Um dos mais importantes veículos na produção de conteúdos em Realidade Virtual, o *The New York Times* tem apostado nesse tipo de experiência desde 2015, com a publicação de *The Displaced*, uma reportagem em RV sobre três crianças afastadas de seus países, expulsas pela guerra, lançado numa grande estratégia que distribuiu mais de um milhão de *Google Cardboards* para assinantes do impresso e cerca de 300 mil para os do digital e a criação do aplicativo NYT VR. Dez meses depois, o NYT VR tinha produzido mais de 20 reportagens em RV, e um ano depois, em 2016, os aplicativos NYT VR, tanto para iPhone como para Android haviam superado a marca de um milhão de downloads, segundo Nafria (2017). A partir de então, o jornal norte-americano tem ampliado suas produções em RV, com a criação, em novembro de 2016, de um conteúdo diário do tipo, o *Daily 360*, que publica conteúdos em 360°⁹: 200 câmeras

⁵ Na história do jornalismo, um exemplo é o jornalismo “gonzo”, em que o repórter imergia nas situações que iria narrar (LÓPEZ HIDALGO e FERNÁNDEZ-BARRERO, 2016; LONGHI, 2017).

⁶ Disponível em: <https://bit.ly/2zldu4n> (último acesso em julho de 2018).

⁷ Disponível em: <https://bit.ly/2uWttSJ> (último acesso em julho de 2018).

⁸ “Ebola outbreak é uma experiência imersiva filmada no oeste da África”, tradução nossa.

⁹ Também denominados “esféricos”, termo que usaremos como sinônimo para 360° neste artigo.

espalhadas mãos de repórteres em varias partes do mundo, num projeto que tem a Samsung como parceira (NAFRÍA, 2017).

Como muito bem expresso no relatório produzido por Zillah Watson, veículos de referência têm se ocupado da produção de conteúdos em RV e RA, além de vídeos em 360º, numa fase que parece, segundo a autora e conforme as entrevistas realizadas, ter saído da etapa da experiência para uma integração maior deste tipo de formato nas redações. Conforme o levantamento, em termos gerais, as organizações jornalísticas com a oferta de RV mais desenvolvida em março de 2017 apresentam o seguinte cenário de produção (WATSON, 2017, p. 26):

1. Uma estratégia de conteúdo;
2. Um meio de produzir e comissionar tal conteúdo;
3. Uma estratégia de distribuição de conteúdo;
4. Uma estratégia editorial e de marketing para aumentar a conscientização da RV e
5. Uma estratégia inicial de negócio.

Um dos pontos centrais do estudo mostra o processo de aceitação dos conteúdos em RV. Neste sentido, dentre outras coisas, o relatório recomenda a necessidade de uma curadoria inteligente do conteúdo em torno das necessidades do público. A colaboração e o compartilhamento por jornalistas de RV já é considerável, segundo a pesquisa, mas a autora ressalta que as organizações devem apresentar uma frente no lobby das plataformas de tecnologia para garantir que os desenvolvedores de hardware, a curadoria de conteúdo e a experiência do usuário atendam às necessidades desta tecnologia emergente.

Para Watson, é preciso ter muito mais conteúdo de alta qualidade para atrair o público, e assim, o foco deve permanecer em realizar grandes experiências adequadas à tecnologia. A questão da qualidade *versus* o alcance é um dos pontos chave deste processo, e começa pela crença de que a experiência em RV mais eficaz exige óculos especiais, o que a maioria dos consumidores ainda não possui. Para sanar tal aspecto, muitas organizações justificam a atual abordagem de criar conteúdos em 360º como "

“porta de entrada para a realidade virtual” e ajudar a educar os consumidores¹⁰. No entanto, ainda é cedo para julgar se isso funcionará, e experiências ruins poderiam afastar os consumidores de RV (WATSON, 2017, p. 38).

2. A ambivalência da experiência

Queré (2010, p. 19-38) chama a atenção para o empobrecimento do conceito de experiência na sociedade moderna. Com base em Koselleck (1997, p. 201), que por sua vez se ampara em postulado de Jacob Grimm, o autor resgata o valor original ambivalente dessa ideia, em seu viés ativo de experimento e passivo de ter uma experiência. A consequência imediata dessas formulações ao presente trabalho é que elas exprimem nossa postura metodológica de analisar os experimentos jornalísticos como ações empreendidas visando a convocar a atenção do usuário não apenas pelo poder de atração de um conteúdo - ou de seu grau de valor-notícia -, mas também pela potencialidade de seu valor afetivo, entendendo-se aqui o afeto em seu viés vinculante e estético.

É nesse contexto que as TICs conferem ao fazer jornalístico uma enorme potencialização de recursos que obviamente já eram experimentados pela imprensa tradicional, com o discurso verbovisual, mesmo em sua materialidade escrita. A diferença agora é que esse grau de sensibilização se avoluma, superando às vezes a atenção argumentativa inteligível para manter-se no nível de uma intensa oferta de sensações. A questão que se coloca em tal cenário é examinar alguns dos procedimentos acionados para estimular essa partilha do sensível, que efeitos interacionais é suscetível de provocar e de que modo pode alterar (ou não) a apreensão e compreensão dos conteúdos.

Para tanto, recorreremos a algumas empirias que vão desde matérias especiais e recursos pontuais utilizados, que envolvem elementos explicitamente imersivos e outros que, de alguma forma, requerem diferentes interações com o percurso do olhar ou o

¹⁰ Muitas organizações estão produzindo conteúdos em 360º, no que se convencionou chamar de “magic window” - janela mágica, recurso que permite aos usuários consumirem conteúdos em 360º pelas telas de celulares inteligentes.

movimento do corpo. São trazidos assim ao debate, além de produções em RV mediadas por dispositivos de imersão, Realidade Aumentada, também o uso de drones, construções *longform* nas dimensões da imagem, entre outros. Esses últimos têm sido acionados sobretudo pelos meios *mainstream* em criações especiais cada vez mais comuns como recursos de auto-referencialização de uma mídia em suas diversas plataformas.

3. Experiência sensível, estética, informação

Para ilustrar o que concebemos como experiência do usuário, escolhemos cinco produtos recentes do ciberjornalismo de jornais de referência do Brasil, Estados Unidos e Grã-Bretanha. A definição do *corpus* parte da premissa do que estamos considerando conteúdos imersivos em sentido lato, que apresentam características expressivas que estimulam a experiência do sujeito invocado como ser-agido (afetado por emoções íntimas que agitam seu corpo) e ser agente (orientado a agir de alguma maneira, por deslocamentos corporais). Definidos por Nonny de La Peña como “a produção de notícias de forma que a audiência pode ter uma experiência em primeira pessoa das situações e eventos narrados” (DE LA PEÑA *et all*, s/d, 1 e 2)¹¹, tais conteúdos demandam uma ação de experienciar. Tal vivência em primeira pessoa deve ser considerada apenas no modo de sentir-se interagindo com o fato, mas, em sua estrutura, a narrativa desenvolvida é suscetível de ser enunciada em discurso direto, que confere ao usuário a sensação de protagonismo, ou em terceira pessoa, por meio de discurso indireto, com vozes delegadas a vários personagens, combinadas harmônica ou polemicamente em rede de controvérsias (LATOURET, 2012).

Outros aspectos desse tipo de conteúdo, ainda, podem ser considerados imersivos, como aqueles possibilitados por tecnologias como drones e imagens de satélite e de alta precisão, já que permitem uma sensação intensa de proximidade com a narrativa, como se percebe em alguns dos objetos empíricos deste trabalho: *De cabeça*

¹¹ No original: “(...)the production of news in a form in which people can gain first- 2 person experiences of the events or situation described in news stories” (tradução própria).

*nas nuvens*¹², da Folha de S. Paulo, que cria experiências manifestas em olhares inusitados, e proporciona, pelo usos de fotos esféricas e software especial, a visão que se obtém da quantidade de céu em algumas partes de São Paulo a partir da inscrição do corpo do fotógrafo e de seu posicionamento de câmera, de baixo para cima (Figura 1). Conteúdos em 360º e que fazem uso de drones e fotografias de grande dimensão também aparecem na série *Um Mundo de Muros*¹³, que é analisada, ainda, no contexto das criações *longform*. Mais especificamente no que diz respeito à Realidade Virtual e Realidade Aumentada, inserimos no *corpus* de análise os conteúdos: *Limbo - A Virtual experience of waiting for azylum*, publicada pelo britânico *The Guardian*, em 2017¹⁴, e *Augmented reality: David Bowie in Three dimensions*, produzida em 2018 pelo *The New York Times.com*.

A série *Um mundo de muros - as barreiras que nos dividem* engloba sete reportagens que envolvem conflitos em fronteiras (México/EUA; EUA/México), entre povos e etnias (Cisjordânia/Israel; Kênia/Somália; Sérvia/Hungria), ou entre grupos sociais dentro de um mesmo país (Peru, Brasil - Vila Esperança em Cubatão), entre as 70 barreiras físicas registradas atualmente no mundo.

Do ponto de vista narrativo, as estruturas de formatação de cada série mantêm uniformidade: abertura com grande imagem que dá acesso, mediante toque, a vídeo de exposição do conflito e do jogo de vozes nele implicadas, seguida de textos verbais, fotos, uso de gráficos na parte lateral direita, pareando o texto à esquerda, ou ocupando a parte central, e assim repetidamente. Chamam a atenção dois recursos reiterados em todas as produções, de intercalação da narrativa com fotos de grande dimensão que extrapolam os limites da tela cheia para estenderem-se verticalmente conforme se faz a rolagem do cursor, assim como o recurso, em todas as produções, de um procedimento de construção de cena em 360º. A foto que se desenrola verticalmente na tela cumpre a função de outras imagens verticais já utilizadas no jornalismo tradicional, com a diferença que aqui impõe uma mudança mais significativa ao ritmo da visualização,

¹² Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/03/ceu/> (último acesso em junho de 2018).

¹³ Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/mundo/2017/um-mundo-de-muros> (último acesso em junho de 2018).

¹⁴ Disponível em: <https://bit.ly/2fFo33B> (último acesso em julho de 2018).

incitando a desaceleração do olhar, que é obrigado a perscrutar detalhes de toda a superfície da imagem.

O ato de rolagem da tela, a tentativa de domínio da totalidade da imagem pelo rastreamento de seus detalhes desdobrados aos poucos e distribuídos em vários pontos da tela preenchida, vão no sentido inverso da convencional apreensão de imagens, que se desencadeava primeiro pela sua integralidade e na sequência pela circulação do olhar em pontos norteadores da leitura. Com o procedimento das imagens que "sangram" a própria tela fica evidente o sincretismo buscado entre imagem fixa e o movimento espacial do 360º, fazendo transparecer a recíproca fagocitagem dos meios tradicionais e dos novos dispositivos.

A foto fixa, em *longform* vertical ou horizontal (a primeira se estendendo de cima para baixo ultrapassando os limites da quadratura da tela, recurso comum na web; a segunda, mais rara, emergindo na lateral direita da tela para fora dos seus limites horizontais), orienta o percurso do olhar para a formalização completa da imagem com retenções em detalhes. O recurso 360º imprime a sensação de maior controle do usuário, que se aproxima ou afasta circulando para "além" da tela, como se estivesse ativando tanto sua corporeidade, quanto sua visão periférica, para movimentar-se por todo o ambiente, graças a efeitos disponibilizados pelo próprio software.

No uso de 360º, estão representados os dois lados do muro em concomitância, aos quais o usuário sente estar acessando pelo movimento dado ao cursor. Com isso, amplia sua perspectiva, ao mesmo passo que percebe a diferença de condição apresentada de cada lado do muro. Na contramão, portanto, de uma aparente neutralidade obtida pelo jogo de vozes divergentes apresentadas no texto verbal, emerge uma postura mais opinativa nessa aproximação do usuário aos ambientes representados. Em outros termos, a elipse de um posicionamento mais claro no verbal é preenchida com as distinções expostas pelos recursos oscilantes, mas axiológicos, por meio dos quais o usuário sente estar se movimentando na estória.

Um mundo entre muros enquadra-se com clareza na modalidade de jornalismo documental, por isso a diversidade de operações encontra sua justificativa na busca de um adensamento da informação e da sensibilidade. Há outras formas de produções que têm a experiência corporal como foco, aliada a um tipo de informação que não requer

tal aprofundamento. Esse é o caso da matéria *De cabeça nas nuvens*, produzida por Diego Padgurschi e Angelo Dias, integrada a um tipo de experiência de espacialidade com efeito de conversão do ponto de vista, o que exige certa contorção corporal para sua execução/apreensão. Trata-se de produção com lentes especiais e software capaz de detectar o que os cientistas chamam de FVC (Fator de Visão do Céu)¹⁵, aplicado no caso jornalístico como o fornecimento de dados sobre a quantidade de céu visível em diferentes pontos de uma grande metrópole com arranha-céus como São Paulo (Figura 1). Para tanto, a experiência obtida pelo recurso técnico exige uma nova forma de olhar que passa a ser projetada e ajustada ao corpo do usuário, como se estivesse deitado no solo olhando para cima, para "as nuvens".

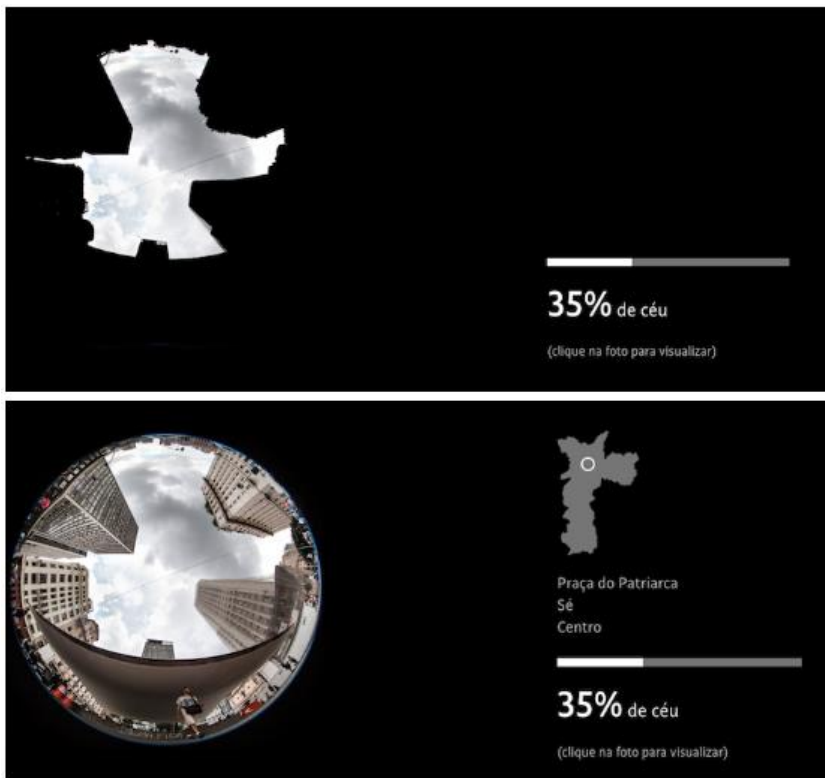


Figura 1: Print de tela de *De cabeça nas nuvens*. Fonte: <https://arte.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/03/ceu/>

¹⁵ "Calculado pelo uso de fotografias hemisféricas, por meio de câmera fotográfica com lente olho de peixe e software especial". Conforme matéria. Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/03/ceu/>

Tal mudança de perspectiva não acontece sem repercussões importantes para nossos modos de percepção do mundo. A descrição de Derrick de Kerckhove (2009) sobre a primeira experiência do homem diante da Terra vista da lua é ilustrativa a esse respeito. Porém, se no exemplo de Kerckhove transparece a pequenez do ser humano frente à grandiosidade do universo, na matéria da Folha ocorre o processo inverso, o da proximidade àquilo que, nos grandes centros urbanos, parece mais distante do homem: a visibilidade do céu. A relevância dos dados informativos sobre as porcentagens de nevascas da abóbada celeste é homologada, assim, na experiência da relação corporal do sujeito¹⁶ como mediação entre as formas simbólicas e o mundo natural.

O acionamento de efeitos estéticos pela visão, associado a sensações corporais implicadas no movimento do corpo que parece circular no interior da imagem, também está presente na matéria designada como “especiais” – *Brasil na Antártida*, de março de 2017¹⁷, acrescido agora da imagem em sobrevoo. O recurso de abertura da reportagem parte de uma tomada do globo terrestre e vai fechando o foco para um zoom da Estação Comandante Ferraz. Este mesmo recurso técnico já havia sido utilizado na reportagem *Greenland is melting away*, produzida pelo The New York Times.com em 2015¹⁸: uma foto de satélite que faz a aproximação da base de pesquisadores americanos na Groenlândia, e se desenrola em zoom conforme se perfaz a leitura pelo rolamento da tela, assim como imagens de sobrevoo feitas com drone, que, no caso, abrem a matéria. A semelhança entre os recursos técnicos e estéticos é inequívoca, e salienta uma espécie de tendência que resulta em efeitos de linguagem, especialmente no que se refere a uma fruição mais imersiva. Tal “padronização” responde a um momento no desenvolvimento desse tipo de formato, já apontado por Longhi (2014), quando a autora analisa a evolução da grande reportagem multimídia do ponto de vista dos avanços das

¹⁶ Consideramos sujeito “uma instância impessoal, simples lugar de apreensão da experiência, qualquer que esta seja”. (“una instancia impersonal, simple lugar de aprehensión de la experiencia, cualquiera que ésta sea”, LANDOWSKI, 1999, p. 12).

¹⁷ Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/tudo-sobre/brasil-na-antartida/#/palacios-no-fim-do-mundo> (último acesso: julho de 2018).

¹⁸ A reportagem foi premiada com o “Innovative Storytelling” no Word Press Photo Multimedia Contest, em 2016 e está disponível em: <https://nyti.ms/2lv4Cxy> (último acesso em julho de 2018).

tecnologias, e também da canonização de uma estética para a grande reportagem, apontada por Caetano (2015).

Um dos vídeos de apresentação da matéria da Folha, *Antártida – o continente gelado visto de cima*¹⁹, foi produzido com o uso de drone (*Drone Antártica*), um recurso que propicia a sensação de circulação pela extensa área branca em perspectiva de sobrevoo. Retendo a tomada em alguns pontos de sua trajetória, a câmera orienta topologicamente o percurso do olhar e evoca, por esse meio, o poder da imaginação para delinear um traçado na superfície monocromática. Para adentrar a Estação Comandante Ferraz, a matéria recorre a uma imagem em estilo croqui que se desenrola horizontalmente mediante a rolagem da tela para baixo, envolvendo o usuário em uma espécie de deslocamento mais demorado que “passeia” pelos setores do local. Cria-se, assim, certo ritmo ao discurso em sua totalidade, graças às alternâncias entre a tomada convencional de cima para baixo e esta mais inusitada, de um lado a outro, assim como entre um andamento mais rápido e outro de desaceleração gerado pela circulação em grandes superfícies. Tanto o recurso ao drone como ao desenho que se delineia na direção horizontal da tela, ao contrário do característico desdobramento vertical do jornalismo no contexto digital, parece nos transportar para além dos limites da tela, no sentido físico, de sangramento de sua quadratura, o que nos conduz ao seu exame nos termos de estratégias de experiência no jornalismo.

Dizer, em suma, que qualquer coisa ou ato é experiencial não consiste apenas em falar do sensível, pois tanto o sensível “se sente”, e também tem sentido, assim como “o próprio sentido, em si mesmo, *incorpora o sensível*”, como postula Eric Landowski²⁰ (1999, p. 11). Obviamente, tais manobras discursivas materializam níveis distintos de envolvimento e imersão que atingem graus de maior concretude e performatividade quando se recorre a certas próteses tecnológicas, como se verá a seguir. Frequentemente, são esses últimos experimentos que recebem o nome de jornalismo imersivo em sentido estrito, embora nossa abordagem vise a dilatar tal compreensão.

¹⁹ Fotos de Lalo de Almeida e edição de Victor Parolin.

²⁰ “Así, diríamos, lo mismo que lo sensible no sólo – por definición – “se siente” sino que además tiene sentido, también el propio sentido, em si mismo, *incorpora lo sensible*.”

*Limbo - A Virtual experience of waiting for azylum*²¹, do The Guardian, e *Augmented reality: David Bowie in Three dimensions*, do The New York Times.com são exemplos do caráter imersivo da experiência. Alguns, especialmente aqueles em RV, como tem sido a regra na produção recente, podem ou não exigir o uso de óculos de visualização. Em geral, esta opção é oferecida na abertura. O usuário pode visualizar, ainda, sem o uso desses dispositivos, apenas pelo movimento do mouse ou dos dedos sobre as respectivas telas. No caso da RA, a visualização se dá através da movimentação do próprio dispositivo; é exigido apenas, para dar início ao conteúdo, que o esse seja apontado para uma superfície lisa, como o chão, uma parede ou o teto.

“Look around: you are invisible”²². A frase da narração em *off* apresenta o tema central desta produção do jornal britânico, que tem parceria com a *ScanLab Projects*, e que pode ser visualizado tanto no aplicativo de RV do *The Guardian* como no *YouTube*. Nossa experiência de visualização de *Limbo* se deu com um óculos de RV da GoalPro. O texto inicial apresenta a situação de muitos refugiados: de estar aguardando uma decisão sobre asilo no Reino Unido, o que acomete pelo menos 31.500 imigrantes no país.

Imagens em preto e branco abrem o vídeo que de saída apresenta um tom perturbador ao percorrer as ruas noturnas de uma cidade passando por personagens que parecem existir mais de forma etérea do que propriamente concreta: os anônimos invisíveis de qualquer grande cidade. A câmera avança, e a sensação de imersão se intensifica pela possibilidade, ainda, de olhar ao redor, nas imagens que não têm corte, apresentando a amplitude de um espaço contínuo, o espaço esférico do 360°. Do exterior, passa-se ao interior de uma casa, aquela que, segundo o texto em *off*, “você divide com outras pessoas que estão na mesma situação, esperando refúgio”. A voz da narradora é entremeada, de tempos em tempos, com falas de forte sotaque, claramente introduzindo os próprios imigrantes, de forma a “complementar” o fio narrativo principal. O leitor, como um personagem da história, sobe as escadas da residência, entra num quarto, e ali relembra as ruínas do que pode ter sido sua cidade, devastada. A câmera subjetiva, herdeira do cinema, agora é complementada pela ação do leitor, que

²¹ Disponível em <https://bit.ly/2tPxgk6> (último acesso: julho 2018).

²² Em tradução livre: “Olhe em volta: você é invisível”.

pode mover-se para qualquer lado da imagem, para cima ou para baixo, porque a imagem está lá, por todos os lados. A parte final mostra o que pode ser a entrevista: muitas perguntas e muitos inquisidores, que na verdade são apenas um. As imagens seguem o mesmo tom – sobrepondo-se umas às outras, reforçando personagens que parecem existir apenas enquanto formas voláteis, imateriais e evanescentes. Como em outros conteúdos em RV do mesmo *The Guardian*, especialmente o primeiro publicado, *6X9, a virtual experience of solitary confinement*²³, o som tem uma presença perturbadora: junto com a imagem, parece instigar o observador a explorá-lo, aumentando a sensação de imersão no espaço retratado. O vídeo termina com dados sobre a situação dos refugiados no Reino Unido que estão no Limbo, à espera de uma resposta sobre asilo.

*Augmented reality: David Bowie in Three dimensions*²⁴, publicado em março de 2018 pelo *The New York Times*, pode ser visualizado tanto na página do periódico, como no aplicativo para dispositivos móveis. A experiência de visualização para este artigo se deu com a utilização de um iPhone 7 Plus e rede Wi-Fi através do aplicativo do NYT. Como tem sido frequente neste tipo de conteúdo, de saída o leitor é avisado que se trata de uma nova tecnologia, com algumas orientações sobre de que modo se dá a experiência em cada um dos dispositivos a serem utilizados.

A matéria trata da exibição *David Bowie Is*, uma retrospectiva que reuniu figurinos usados pelo cantor britânico que fecha cinco anos de exibição no Museu do Brooklin, de Nova Iorque. Através da Realidade Aumentada, pode-se ver em detalhes alguns dos mais emblemáticos figurinos usados por Bowie em escalas variadas, inclusive em tamanho real. A RA permite que objetos imagéticos sejam projetados no espaço físico, de forma a criar uma ponte entre os mundos virtual e real, conferindo a tais objetos uma terceira dimensão. Para que seja acionado, deve-se permitir ao conteúdo o acesso à câmera do dispositivo; ele deve ser apontado para uma superfície lisa, e então o conteúdo será “carregado”, aparecendo para o usuário, que poderá vê-lo a partir de todos os ângulos (Figura 2). A experiência de leitura do texto *longform* vai sendo ampliada com as inserções das imagens em Realidade Aumentada, que vão

²³ Disponível em: <https://bit.ly/2fyivZT> (último acesso: julho de 2018).

²⁴ Disponível em: <https://nyti.ms/2IH8xDM> (último acesso: julho de 2018).

surgindo conforme se dá a leitura e a rolagem da tela. A fruição é estendida através da visualização da imagem em detalhes, que o leitor pode circundar, visualizando suas partes posteriores e anteriores, próximo ou mais distante, como se aquele objeto estivesse incorporado ao ambiente.



Figura 2: Captura de tela de imagem em Realidade Aumentada do conteúdo *Augmented reality: David Bowie in Three dimensions*. Fonte: <https://nyti.ms/2IH8xDM>

No que concerne à experiência do leitor, pode-se afirmar que ambas as tecnologias, de Realidade Virtual e a de Realidade Aumentada conferem ao ato de leitura uma característica de intensificação da fruição, levando-se em conta uma outra concepção do espaço visual, visto agora como um espaço informativo que circunda o leitor, como é o caso da RV, com as imagens esféricas e em 360°, que extrapolam os limites do enquadramento. No caso da RA, é o próprio espaço circundante do leitor em sua realidade física – o ambiente em que está no momento da leitura, que é acrescido

dos objetos informacionais, permitindo desta forma uma outra relação com os conteúdos ciberjornalísticos.

4. Considerações finais

As tecnologias de Realidade Virtual e Realidade Aumentada vêm se somar a tendências que já vinham sendo registradas na produção ciberjornalística e que incluem a evolução da narrativa na grande reportagem multimídia, as narrativas *longform* de texto e imagem, e mais recentemente, o uso de drones e de imagens esféricas que apostam na maior capacidade de conferir efeitos imersivos, aprofundando a experiência de leitura. É por meio deste tipo de experiência que se intensifica a relação do leitor/usuário com os conteúdos jornalísticos. De fato, as tecnologias de RV e RA podem ser vistas como “lentes” que potencializam nosso olhar para a dimensão imersiva dos conteúdos ciberjornalísticos.

Embora se saiba que muitas das iniciativas tomadas pelos grandes jornais para o uso de inovações tenha relação com a oferta de empresas interessadas em vender seus aparelhos e tecnologias, não há dúvida de que se busca constantemente criar mecanismos para aproximar cada vez mais o usuário da notícia. Contribuem para isso as potencialidades tecnológicas, mas não são as únicas determinantes. Com a disseminação de uma cultura digital, todo o ambiente informativo também se contamina de lógicas de produção e circulação mais interativas, ainda que várias modalidades de interatividade possam ser sistematizadas. Dessa prática deriva outra, a de envolver esteticamente o sujeito no relato do fato, tentando convertê-lo em algo a ser também experimentado. De um lado, as equipes jornalísticas fazem experimentações visando a criar seu diferencial e mostrar seu ajustamento aos novos tempos; de outro, os usuários, sobretudo as novas gerações, criam expectativas de interagir de outra forma com a informação.

Fica pressuposto, porém, que nem sempre os experimentos jornalísticos conseguem superar, por atos criativos, o gesto mecânico de apropriação automática das técnicas e softwares disponíveis: nem toda experimentação consegue mobilizar o sentido ambivalente do conceito de experiência.

Por último, em clara analogia ao termo valor-notícia, propomos o conceito de valor-experiência, entendendo-o como resultado de construções tecnoestéticas que

estabelecem ou incrementam o grau de interesse e atenção por uma notícia. Assim como seu homólogo, tal valor deve ser construído, por meio de recursos técnicos, tecnológicos e tratamento criativo, para que tenha eficácia na forma de ativar os aspectos sensíveis dos processos comunicativos, conferindo ao usuário leitor/espectador as sensações de experiência do vivido. Esta ideia deverá ser mais desenvolvida em artigos futuros.

Referências

CAETANO, K. *L'intelligible et le sensible dans le processus de conversion de l'information journalistique en expérience visuelle*. Trabalho apresentado no XI Congrès Statutaire de L'Association Internationale de Sémiotique Visuelle. Liège: Université de Liège, 2015.

KERCKHOVE, D. de. **A pele da cultura: investigando a nova realidade eletrônica**. São Paulo: Annablume, 2009.

LANDOWSKI, E. Introducción: *De l'imperfection*, el libro de que se habla. In: LANDOWSKI, E., DORRA, Raul & OLIVEIRA, Ana Claudia de (eds.). **Semiótica, estesis, estética**. São Paulo/Puebla: Educ/Uap, 1999, p. 07 a 27.

LATOUR, B. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: EDUFBA-Edusc, 2012.

LONGHI, Raquel Ritter. *Jornalismo experiencial, pesquisa aplicada e o desafio da investigação em Realidade Virtual no ciberjornalismo*. Artigo apresentado no 15º Encontro da SBPJor, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2KTxu2K> (último acesso: julho de 2018).

_____. O turning point da grande reportagem multimídia. **Famecos**, v. 21, n. 3, p. 897-917, 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2H7Xbrb> (último acesso: julho de 2018).

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge/Londres: MIT Press, 2000.

NAFRÍA, Ismael. **La Reinención del New York Times**. Knight Center for Journalism in the Americas, 2017. 467p. Disponível em: <https://bit.ly/2oMYtPj> (último acesso: julho de 2018).

OLIVEIRA, Estesia e experiência do sentido. In: CASA - Cadernos de semiótica aplicada. Araraquara: UNESP, v. 8, n. 2, 2010, p. 1-12. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/casa/article/view/3376> (último acesso: julho 2018)

QUÉRÉ, L. O caráter impessoal da experiência. In: LEAL, B. S; MENDONÇA, C. C.; GUIMARÃES, C. (Orgs.). **Entre o sensível e o comunicacional**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p. 19-38.

WATSON, Zillah. **VR for news: the new reality?** Disponível em: <https://bit.ly/2KYVDSsc> (último acesso: julho de 2018).