



## Um lugar para o telespectador na narrativa jornalística: Imersões para autenticar o real em *Fukushima, vidas contaminadas*

Fabiana Piccinin <sup>1</sup>  
Marluci Fontana Drum <sup>2</sup>

Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)

**Resumo:** O artigo discute a estruturação narrativa do jornalismo imersivo na produção audiovisual intitulada *Fukushima, vidas contaminadas* de *El País*, uma experiência jornalística em primeira pessoa, a partir das possibilidades e recursos de linguagem oferecidos pela perspectiva dos 360°. Parte-se da ideia de que a narrativa jornalística ofereça o recurso da imersão nas reportagens audiovisuais como estratégia de sedução e aproximação do telespectador/internauta ao mundo da emissão, ao permitir situações de protagonismo na fruição dos conteúdos, tentando convencê-lo sobre o sentido de “real” ofertado e da autenticidade dos fatos apresentados. São discutidos conceitos como o da emergência do “Real” na narrativa contemporânea (ŽIŽEK:2003), de imersão (GRAU: 2007) e de Realidade Virtual (KIRNER; SISCOU-TO:2007) e sua incidência no jornalismo Imersivo e no telejornalismo (DE LA PEÑA et al: 2010).

**Palavras-chave:** Narrativas imersivas audiovisuais, Telespectador/internauta, Realidade Virtual, 360°, Telejornalismo.

---

<sup>1</sup> Professora adjunta da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). É vice-líder do grupo de pesquisa "Grupo de Estudos de Narrativas Literárias e Midiáticas" (GENALIM - CNPQ). Integra o Grupo de Ações e Intervenções Autopoéticas (Gaia - CNPQ) e o Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIP - Tele). Atualmente é Coordenadora de Pós Graduação *Stricto Sensu* da Universidade de Santa Cruz do Sul. [fab@unisc.br](mailto:fab@unisc.br)

<sup>2</sup> Jornalista e Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), bolsista CNPq e integrante do "Grupo de Estudos de Narrativas Literárias e Midiáticas" (GENALIM - CNPQ). [marlucidrum@gmail.com](mailto:marlucidrum@gmail.com)

## 1. O “Real” e suas provas:

A discussão acerca da narrativa em 360º demanda uma reflexão inicial a respeito do que tem se convencionado chamar do fenômeno da oferta de narrativas “de real” no contemporâneo. Ou seja, as narrativas imersivas, apresentadas aqui no formato audiovisual, gravadas em 360º, integram um conjunto de expedientes utilizados pela mídia contemporânea em direção a ofertas de sentido de real nas suas narrativas como estratégia de sedução de suas audiências. Assim, conforme trabalhos anteriores (PICCININ: 2013; PICCININ: 2016), trata-se de um movimento, desde o âmbito da produção midiática em direção aos receptores, marcado pela tentativa de convencimento sobre a aproximação entre os dois mundos – emissão e recepção – com vistas à “redução da distância do palco à plateia”.

Essa aproximação é evidenciada no investimento de um certo tipo de linguagem reconhecida por seu efeito de sentido de autenticidade em narrativas referenciais, tão cruas quanto possível. Ao narrar o real, portanto, as mídias e o conjunto das representações culturais estão ocupados em fazer convencer por meio da adoção de gramáticas que ensejam espontaneidades, bem como a redução das mediações entre o fato e o narrado, em razão exatamente de uma latência por histórias “reais” identificada no receptor. Para ŽIŽEK (2003), são evidências do que reconhece como “paixão pelo real”, próprio do contemporâneo em decorrência do excesso da virtualização. Um momento último, em que o real é levado ao extremo, como uma cobrança por descortinar os véus que escondiam a realidade nua e crua, tal como ela é. Ter acesso a conteúdos expostos pelas camadas que descobrem a realidade, distintos da ficção e o mais desnudados e “verídicos possíveis” são movimentos de oferta do “Real autêntico”, como confirmação das narrativas oriundas das mídias.

A perseguição às ofertas de real, embasadas em gramáticas que apontam para essa tentativa de aproximação entre as mídias e as audiências acaba por estabelecer, em movimento dialético, uma relação direta com a ficcionalização da vida cotidiana. Trata-se da intensificação da experiência cotidiana por meio do uso das tecnologias de informação e comunicação que acabam por resultar em versões espetacularizadas dos próprios indivíduos. Para ŽIŽEK (2003), o fenômeno se evidencia diariamente quando os

indivíduos, em busca de situações “reais” as encontram em condições artificialmente produzidas. Uma ideia também apontada por JAGUARIBE (2007, p. 99), quando diz que “(...) quanto mais ficcionalizada e estetizada é a vida cotidiana, mais se procura a saída para tornar a experiência “real””. Ou ainda explicada também por BAUDRILLARD (1991), que chama atenção para a necessidade hiper-realista da narrativa pós-moderna em razão da virtualização contemporânea, fundada, por sua vez, na ausência do referente e da falta de lastro num mundo fluido e fugaz. Razão pela qual, explica ZIZEK (2003), os indivíduos são capazes, de, no limite, chegar a situações extremas como cortar-se para sentir-se vivo.

Assim, as narrativas de real pretendem responder à necessidade de se desfazer do que é mascarado, enfeitado ou perfeito demais, buscando se desprender das amarras do superficial e agarrando-se ao que é singular. É voltar à simplicidade e que, desse modo, traz o acerto e também o direito ao erro pretendendo, por meio do real construído, ofertar oportunidades de se “viver a realidade supostamente como é”, embasada num suposto terreno firme, como diz ŽIŽEK (2003). Para JAGUARIBE (2010), o “efeito de realidade” está visível nas narrativas midiáticas na medida em que adotam estéticas realistas que buscam prover um efeito libertador e catártico ao receptor. Assim, com a naturalidade com que é apresentado, o real sensibiliza o público, sobretudo por representar algo que não é necessariamente extraordinário, mas cotidiano, como explica a autora:

Este “efeito de realidade” contemporâneo não depende somente do detalhe verossímil, mas da força de intensificação da imagem que cria uma ilusão de realidade maior. O “efeito de realidade” pode ser empregado no cinema não realista, em histórias fantásticas ou no realismo mágico. A diferença, entretanto, é que as estéticas realistas não exigem o mesmo tipo de suspensão de descrença da narrativa ou imagem fantástica. Justamente porque as estéticas do realismo se apoiam na representação da realidade naturalizada pelo sentido comum cotidiano elas camuflam seus próprios mecanismos de ficcionalização. (JAGUARIBE, 2010, p. 8).

Nesse sentido, do ponto de vista das mídias, o jornalismo vem ocupar um lugar de excelência na medida em que se constitui historicamente, a partir do projeto iluminista moderno, como a instituição especialmente comprometida com a referência ao real. E, em razão disso, as narrativas jornalísticas contemporâneas vem sendo também

marcadas pelo sentido de espontaneidade e crueza que tentam ofertar ao narrar os fatos, pretendendo, neste movimento autenticar-se como mais reais que o “real”. O relato jornalístico adota uma série de estratégias para intensificar o “choque”, conforme apontado por Jaguaribe (2007), tentando nesse movimento aproximar-se continuamente do seu público.

## **2. Autenticação do real no jornalismo**

São nas práticas editoriais das redações que, editores e repórteres definem o que será o “real” do dia, a partir das informações que entendem ser merecedoras de tornarem-se notícia. Inicia-se neste processo, a “construção de uma certa realidade” narrada pela mídia (ALSINA: 2009), responsável que é por prover aos indivíduos as epistemologias necessárias à experiência da vida em sociedade. A narrativa jornalística constitui, portanto, um bom exemplo da experimentação da realidade na medida em que expõe a complexidade do mundo, ordenando os fatos de maneira coerente (MOTTA, 2009).

Assim, uma vez instituídas as práticas jornalísticas, a partir da sociedade moderna e consolidadas contemporaneamente, os receptores anseiam, diariamente, pela oferta da percepção de real como “um ritual em si mesmo”. A mídia jornalística institui-se dessa forma como a responsável por ofertar uma compreensão de mundo, por princípio não objetivando induzir o público a chegar a determinada opinião, mas oportunizá-lo à ciência sobre temas pelos quais é preciso ter entendimento, como demanda imprescindível, para compreender a própria realidade ou o que mais se aproxima dela.

Posto isso, a partir da demanda pelas narrativas de real como próprias do contemporâneo, observa-se que o jornalismo vem relativizando em sua própria narrativa as orientações que vinham sustentando sua prática, tradicionalmente, e que diz respeito aos ideais da objetividade e imparcialidade. Ou seja, diferentemente do que o cânone jornalístico vinha defendendo, a partir especialmente da profissionalização da atividade no século XX, a objetividade e imparcialidade não são mais valores inabaláveis a serem perseguidos na construção da narrativa jornalística. MARTINS (2017) aponta, nesse âmbito, para o que, em nome da autenticação do real narrado jornalisticamente, consti-

tui-se numa transição nas práticas e rotinas contemporâneas, com vistas a contribuir para o efeito do real, neste caso no telejornalismo.

Tal estética postula efeitos de sentido baseados na captura de signos de autenticidade e na expectativa de translucidez do real, em uma espécie de denúncia da falsidade de outros modos de representação. Por consequência, mesmo os telejornais entendidos como referência aos demais – como o Jornal Nacional, da Rede Globo, o telejornal com maior audiência no Brasil – são provocados a readequar suas estratégias narrativas e a experimentar linguagens que rompem com os protocolos consolidados para o telejornalismo (MARTINS, 2017, p. 513).

Especialmente nas grandes reportagens, onde as possibilidades estilísticas se põem mais presentes, observa-se essa estratégia do jornalismo que, sendo de sua natureza as lides com as narrativas referenciais, intensifica este seu dizer evidenciando o lugar do narrador, agora em primeira pessoa, porque capaz, assim de narrar o que experencia. De outra parte, também convoca as audiências para que, na medida das possibilidades interacionais, passe a colocar-se neste texto também a partir de suas manifestações. E é nos movimentos feitos em direção à conquista do espectador, em consonância com as demandas de seu tempo, que as narrativas jornalísticas se apresentam marcadas pela oferta de um sentido de espontaneidade e de redução das mediações entre o fato e a versão deste, num esforço de provar o que narra.

Dessa forma, o telejornalismo tem se marcado pelas tentativas contínuas de oferta do real ao seu público, que já não mais espera só pelo recebimento do conteúdo, mas que quer oportunidades de participar dessa história. Na tentativa de aproximar o fato de sua versão, e esta, do seu público, o telejornalismo que tem na referencialidade sua identificação primeira, traz experiências de proximidade, integrando o receptor à produção de seu conteúdo. A intenção é construir oportunidades de contínuo estreitamento dos laços, diminuindo as distâncias e aproximando esse público interagente do conteúdo apresentado, como explica FIGUEIREDO:

(...) a vertente de realismo que se tornou predominante, hoje, caracteriza-se por valorizar o envolvimento do narrador com o fato narrado, isto é, a falta de distanciamento e a intimidade da abordagem, que são tomadas como prova de sinceridade – o que permitiria ao leitor ou espectador aproximar-se das verdades particulares, parciais. (FIGUEIREDO, 2010, p. 75).

Assim, conforme trabalhos anteriores (PICCININ: 2013), cada vez mais os programas jornalísticos investem em estratégias próprias da exploração dos recursos da linguagem audiovisual que contribuem para a construção do real tão autenticado quanto possível. Entre essas técnicas destacam-se, por exemplo, o plano sequência, que trabalha com a perspectiva da “não edição” não medida em que pretende dizer à audiência da suposta captação da imagem e som exatamente como é, sem “produção”. Também, neste mesmo sentido, as matérias passam a dar preferência pela sonora em oposição ao off, em referência a supostos processos de produção da narrativa menos mediados, os quais se evidenciam no discurso direto adotado pela narrativa, concedendo a esta uma marca da linguagem documental. No caso dos apresentadores, alguns programas tem dispensado também a tradicional bancada, elemento comum aos telejornais durante décadas. No lugar da bancada, compreendida em alguma medida como a própria tradução do telejornal, o apresentador mostra-se e explicita-se totalmente, em pé, no cenário do programa de modo a buscar, nesse despojar-se, mais proximidade e tentativa de oferta de simetria na relação com a audiência.

Também se torna clara a tendência dos repórteres a investirem na atorização (FAUSTO: 2011) do trabalho, na medida em que se tornam personagens de suas próprias reportagens, complexificando mais uma vez os conceitos canônicos da objetividade e imparcialidade. O repórter precisa, portanto, experimentar, viver, chorar e relatar estas experiências em primeira pessoa, validando o discurso, humanizando a narrativa e buscando produzir vinculações com a audiência uma vez mais. Nessa mesma vertente, em que o “eu” jornalístico se pronuncia, o telejornalismo também busca integrar conteúdos antes reservados aos bastidores da produção. Assim, erros e processos de produção da notícia também são incorporados à estrutura da notícia ou reportagem porque, da mesma forma que os demais recursos, contribuem para as provas de verdade que a mídia se esforça continuamente por oferecer. Ou seja, mais que a notícia, é preciso mostrar ainda como ela é feita, apresentando as explicitudes do processo.

Além disso, observa-se da mesma forma, outra estratégia do telejornal de sedução e aproximação em direção à recepção no que diz respeito à oferta dos conteúdos e suas narrativas múltiplas, originadas, em geral no programa da TV aberta, e a partir do

qual seus conteúdos são replicados— podendo ser reconstruídos ou não – em diferentes dispositivos. Na medida em que as reportagens passam a ser disponibilizadas em sites, redes sociais para serem consumidas na TV, mas também por meio da portabilidade e mobilidades de tablets, notebooks e celulares, as possibilidades interativas destes dispositivos vão produzir o que Gomes (2006) tem nomeado como o fenômeno da redução do “palco à plateia”.

Para PARENTE (2007), a configuração contemporânea viabilizada pelas realidades virtuais potencializa essa ideia de acesso ao outro porque se apresenta por aproximação ao “(...) espaço da justaposição do próximo e do longínquo, do simultâneo” (2007, p. 102). Os mundos da emissão e da recepção se ajustam às novas possibilidades de sociabilidade interativa no âmbito da rede geradas pelos gadgets e suas ferramentas em uma perspectiva de planificação de suas posições. E no caso do telejornal, resulta na dispensa de atenção exatamente a esses pontos de encontro com a recepção, as chamadas “zonas de contato” (FAUSTO NETO: 2010) marcadas pelo efetivo encontro entre ambas as dimensões.

### **3. Narrativas imersivas no jornalismo**

Assim, no contexto de esforços que o jornalismo tem feito para parecer mais próximo do seu receptor, eventualmente, tornando-o partícipe do processo de construção da narrativa, institui-se os movimentos oportunizados pelas narrativas imersivas ou também chamadas narrativas 360°. É com o propósito justamente de tornar o público co-construtor das narrativas dos acontecimentos ofertados que o jornalismo vai adotar os recursos oportunizados pela imersão que permite, por princípio, a fruição em Realidade Virtual<sup>3</sup> dos fatos “em primeira pessoa”. Segundo KIRNER e SISCOOTTO, a Realidade Virtual conceitua-se como:

---

<sup>3</sup> As narrativas imersivas, apesar de parecerem um fenômeno recente, devido às tecnologias de Realidade Virtual e de 360 graus que oferecem a proposta de experiência em primeira pessoa, podem ter suas origens ainda na literatura e no cinema, sendo que foi por conta dos videogames que essa ideia do imersivo se propagou de forma mais rápida entre o público, conforme Raquel Longhi (2017). Ou seja, não se pode dizer que se trata de um fenômeno novo, mas sim de uma prática que cada vez mais é usada em diferentes contextos, porém com a mesma finalidade, a de oferecer a experiência, a sensação, a participação do receptor como centro da atividade em questão.

(...) uma interface avançada do usuário para acessar aplicações executadas no computador, propiciando a visualização, movimentação e interação do usuário, em tempo real, em ambientes tridimensionais gerados por computador. O sentido da visão costuma ser preponderante em aplicações de realidade virtual, mas os outros sentidos, como tato, audição, etc. também podem ser usados para enriquecer a experiência do usuário (KIRNER; SISCOOTTO, 2007, p. 7).

O efeito da RV está em boa parte associado à relação do corpo humano com o espaço digital, utilizando para tanto o vídeo gravado com câmeras que captam imagens em 360°. Tais ferramentas possibilitam que o receptor tenha uma visão total do local gravado, para além, portanto, do limite usual e da perspectiva oferecidos pelo 180° – que permitem que escolha e direcione a imagem, seja para cima, para baixo, para esquerda ou para direita. Além disso, ao interagir com esses recursos, o receptor é ainda mais facilmente capturado para dentro dessa narrativa, na medida em que se utiliza do óculos de Realidade Virtual, por conta de que projetam imagens como se existisse uma pequena tela bem à frente dos seus olhos. Nesse sentido, SODRÉ (2001) atenta para as transformações que a imersão possibilita, no espaço e no tempo, ressaltando o viés da comunicação. Para o autor, a tecno-interação promovida pela RV pretende oportunizar a experiência de estar lá, de sentir, de tocar, de vivenciar, ainda que no plano virtual, uma certa realidade que, de fato, só não permitiria ao usuário distanciar-se totalmente do real porque, apesar de imerso, tem um pé fincado em chão firme, que lhe retorna para a realidade em que vive. A RV, associada a dispositivos que reforçam as características dessa tecnologia, expande não só o campo de visão do receptor, mas a forma como interage com o conteúdo que recebe e do qual, agora também é participante. O que faz da Realidade Virtual agente importante para as mídias jornalísticas na sua mobilização para o convencimento sobre o que narra, autenticando suas histórias. Também dito por RYAN:

Como a imersão depende da vivacidade da exibição, seus fatores estão intimamente relacionados aos dispositivos que levam ao realismo na representação. Um fator que vem imediatamente à mente é a projeção de uma imagem tridimensional. A introdução da perspectiva na pintura deu um primeiro passo em direção à imersão, criando um senso de profundidade que integrou o espectador no espaço pictórico. Mas, como o meio de pintura simula a profundidade em uma superfície plana, o espectador não pode atravessar a lata e entrar no espaço pictórico. Nas exposições visuais de RV, a barreira desaparece - não há plano material de projeção - e o usuário se sente cercado por um



mundo virtual que pode ser livremente "navegado" (como uma metáfora padrão de rede descreve o movimento no ciberespaço). (RYAN, 1994, online) (tradução nossa)

Assim, na busca por ofertar novas possibilidades aos sentidos, as primeiras experiências do jornalismo no mundo imersivo foram apresentadas por meio de jogos virtuais chamados de *newsgames*. Conforme MARCIANO (2016, p. 23), trata-se de “um formato lúdico que pretende esclarecer um assunto ou transmitir informação”. São exemplos desse modelo o *Food Import Folly* e o *Berlin Wall* produzidos, na primeira década de 2000, pelo portal online do *The New York Times*. A prática jornalística foi incorporando os recursos ofertados pela Realidade Virtual (RV), até então mais comuns na computação e na projeção de games, para dar uma nova roupagem à linguagem adotada especialmente nas reportagens. Para tal, uma das técnicas utilizadas mais comuns é o vídeo gravado com câmeras que captam imagens em 360°. Para MARCIANO (2016: p. 23) essa potencialidade expressiva dos *newsgames*, que une o jogo a uma história, pode ser de fato uma possibilidade de aperfeiçoar a narrativa jornalística, por pretender-se dessa forma mais compreensível e mais atraente a seus públicos. E neste sentido, é interessante notar como a notícia passa a ser compreendida como fio condutor da trama do jogo, segundo o autor, exigindo uma postura mais ativa do jogador-leitor, ou seja, considerando o seu protagonismo.

No jornalismo, essa tecnologia começa a conquistar espaço no ano de 2012 quando o documentário *Hunger in Los Angeles*, de autoria da jornalista NONNY DE LA PEÑA<sup>4</sup>, foi lançado no festival de cinema de Sundance. A recriação de uma cena real de um homem que, enquanto aguardava em uma fila para receber uma doação de alimentos, acaba entrando em coma diabético, feita por DE LA PEÑA e seu estagiário, PALMER LUCKEY, rendeu mais do que repercussão sobre o surpreendente documentário: para que a experiência inédita fosse possível e acessível a todos, LUCKEY desenvolve o *headset* de Realidade Virtual, *Oculus Rift*, que posteriormente fora adquirido

---

<sup>4</sup> A jornalista Nony de la Penã, por esse feito, é considerada pelos pesquisadores desta área, a mãe do jornalismo imersivo. Disponível em <https://run.unl.pt/bitstream/10362/37602/1/Tese%20Final.pdf>. Acesso em jun 2018.

por US\$ 2 bilhões<sup>5</sup> pelo *Facebook*. A partir daí, muitos veículos se aventuraram e continuam experimentando esse, também chamado por pesquisadores da área de, novo jornalismo ou jornalismo imersivo, neste caso, audiovisual. A essa nova prática NONNY DE LA PEÑA et al definem como uma “(..) produção de notícias em 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).

#### **4. *Fukushima, vidas contaminadas***

As características descritas foram analisadas no primeiro trabalho em 360º do jornal espanhol *El País*, publicado em 1º de maio de 2016, no portal online do veículo, que se intitula *Fukushima, vidas contaminadas*. O *El País* foi um dos jornais pioneiros na Europa a desenvolver o conteúdo audiovisual jornalístico em 360º. E entre as experiências do site em RV, está essa cobertura da tragédia que, até hoje causa danos aos moradores, principalmente, da costa nordeste do Japão, região mais atingida pela radiação. Foi precisamente com esta reportagem que nasceu também o *EL PAÍS VR*, um canal para lançar os conteúdos jornalísticos narrados em Realidade Virtual produzidos pelo veículo. Com formato em 360º, a narrativa constitui-se num exemplo de evidência desse esforço da mídia em oferecer-se ao público, buscando aproximar os mundos da emissão e da recepção. A reportagem explora recursos em Realidade Virtual, trazendo o dia-a-dia das pessoas que permanecem vivendo na região do Japão que, em 2011, sofrera com uma tragédia natural com consequências nucleares. A reportagem *Fukushima, vidas contaminadas* está disponível no site do *El País* nos formatos texto e vídeo, um complementando o outro e o conteúdo é assinado pelo jornalista DANIEL VERDÚ.

O texto bastante detalhado possui 3.899 palavras, cerca de 18 mil caracteres, incluindo os espaços, constituindo-se uma reportagem no formato *long-form*<sup>6</sup>. A narrativa mostra, juntamente com imagens dos fotógrafos ALFREDO CÁLIZ e JAVIER TLES,

---

<sup>5</sup> Conforme portal de notícias G1 da Globo. Notícia datada de 25 de março de 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/03/facebook-compra-empresa-de-oculos-de-realidade-virtual-por-us-2-bilhoes.html>. Acesso em: 20 out. 2017.

<sup>6</sup> Conforme Raquel Longhi (2014, p. 911) esta é a denominação para “matérias com mais de 4000 palavras, ou grandes reportagens com entre 10 e 20 mil palavras”.

cinco anos após a tragédia, como está a situação da região da costa nordeste do Japão, a mais atingida. A ideia e roteiro do vídeo em Realidade Virtual também são do jornalista DANIEL VERDÚ. A produção audiovisual é da *News Horizons VR* e a produção executiva é de NOEMÍ RAMIREZ. O material está disponível no *Youtube*, além de a reportagem poder ser acessada pelo site ou pelo aplicativo *El País RV* e tem uma duração total de 9 minutos e 19 segundos.

Para dar conta da análise, foram utilizados, como procedimentos metodológicos, a observação assistida da reportagem sem óculos de Realidade Virtual por entender que é desta forma que a maioria das pessoas acessa esse conteúdo. Esse movimento permitiu identificar características próprias da estrutura da narrativa que caracterizam o conteúdo audiovisual imersivo, o qual conduz o receptor/interagente do início ao fim do vídeo.

A reportagem, gravada com câmeras que proporcionam uma visibilidade total em 360° das cenas, traz um tom documental que pode ser percebido pela narração, a qual se distancia da locução de um texto jornalístico gravado (off). As sonoras, privilegiadas na narrativa, também se aproximam do que é visto em documentários, já que nenhum tipo de microfone fica visível e os personagens, em tom autobiográfico, contam suas histórias olhando para a câmera como se conversassem com o telespectador. Tal combinação contribui para o sentido de “veracidade” e autenticidade dos fatos da reportagem. Em nenhum momento o jornalista/repórter aparece em passagem ou entrevistando suas fontes, o que vai dando à câmera o lugar dos “olhos do telespectador”. Ou seja, a câmera é posicionada na altura dos olhos do cinegrafista, comum a gravações em 360°, dando a impressão, para quem está assistindo, que é o seu olhar que guia as imagens ali apresentadas/acessadas. Não há closes e ou imagens fechadas, mas sim, planos abertos e com cortes muito sutis, quase imperceptíveis.

Ao acessar a reportagem pelo site ou diretamente na plataforma do *Youtube*, o usuário perceberá um cursor no canto superior esquerdo da tela com quatro setas. Ele indica que o vídeo foi gravado em 360° e, dessa forma, oferece a opção de escolha do ângulo de visualização que é definido pelo próprio internauta a partir do movimento do cursor para cima, para baixo e para os lados esquerdo ou direito, conforme a figura 1. Assim, o usuário pode ter uma visão em 360° do ambiente mostrado na reportagem e não apenas parcial, em 180° como é comum assistir, além de poder determinar a ordem

e a frequência de fruição destes movimentos. Já para quem preferir ver pelo aplicativo *El País VR* para smartphone, disponível para *Android* e *iOS*, é possível obter uma experiência imersiva ainda mais intensificada com óculos de Realidade Virtual.

Figura 1: cursor com setas no canto superior esquerdo



Fonte: captura de tela

Dessa forma, a reportagem *Fukushima, vidas contaminadas* constitui-se de um trabalho jornalístico imersivo, permitindo o protagonismo do telespectador em situações, ainda que limitadas, novas. E em uma condição interativa, em acordo com o que diz DE LA PENNÃ et al (2010) quando afirma, justamente, que o que caracteriza o jornalismo imersivo é permitir a experiência jornalística em primeira pessoa. Outra questão importante refere-se ao fato de que a câmera nunca é referida e/ou mostrada por outra câmera, nem mesmo do pedestal por quem com ela estava trabalhando. Esse movimento reafirma a intenção de oferecer ao receptor o local central do acontecimento, tal qual um participante/protagonista daquela narrativa, como dizem KIRNER E SISCOUTTO (2007, p.7), quando destacam as funções da RV. Dizem os autores que o recurso da realidade virtual acionado pelo jornalismo imersivo objetiva propiciar a visualização, movimentação e interação do usuário, em tempo real, em ambientes tridimensionais gerados por computador.

Ainda sobre a linguagem da reportagem audiovisual imersiva, os cortes entre uma cena e outra foram diluídos de forma suave, para que o conteúdo que oferece interatividade e busca ofertar também protagonismo ao receptor pudesse ser naturalizado na estrutura da narrativa. Nessas condições de interação, e dada temática da reportagem, o conteúdo acaba por produzir envolvimento e comoção, na medida em que o receptor, com ou sem óculos de Realidade Virtual, sente-se imerso no centro do acontecimento – neste caso, uma tragédia –, experienciando a realidade mimetizada pela narrativa e pelas imagens disponibilizadas em 360°. A intensificação das sensações, segundo GRAU (2007), ocorre por conta da diminuição da distância crítica do que é exibido e o crescente envolvimento emocional com aquilo que está acontecendo. E resulta, sobretudo numa

relação de empatia do usuário/telespectador com a oferta narrativa, fazendo com que reflita e busque compreender como lidam as pessoas com as arriscadas condições de sobrevivência naquele lugar. Bem como relembrando o tempo todo de uma vida, em certa medida, perdida, uma vez que, nas condições outrora ideais, não voltarão mais a vivê-la, mesmo cinco anos após passada a tragédia. Como diz ARONSON-RATH et al (2015, p. 12) a esse respeito, trata-se de pensar a experiência imersiva na sua possibilidade de replicar o meio ambiente real ou imaginado, permitindo a interação dos usuários, como se sentissem nele, rompendo com os lugares tradicionais de emissão e recepção.

O envolvimento oportunizado pela imersão produz um desprendimento “do chão”, segundo os autores, neste caso, tirando o indivíduo da própria realidade por cerca de nove minutos, mesmo sem o uso de acessórios de RV ao colocá-lo no local do acontecimento. DANSKY (2006) refere a imersão como o momento em que o receptor imerge na narrativa de determinada mídia esquecendo, por um momento, da realidade a qual faz parte, aos moldes do que acontece na fruição da reportagem Fukushima, vidas contaminadas. Trata-se de uma oferta provocativa de imersão àquela narrativa para que o usuário venha fazer parte da história, em movimentos evidentes da mídia por oferecer-se mais real do que o real, concedendo no tanto que pode, o lugar de personagem co-criador da reportagem ao usuário.

## 5. Considerações Finais

Percebe-se que a reportagem *Fukushima, vidas contaminadas*, publicada em 2016 pelo jornal espanhol *El País*, vai ao encontro das características apontadas ao longo deste artigo. A oferta do real é percebida na reportagem analisada como um esforço da mídia em seduzir e buscar capturar este internauta/espectador, na medida em que o coloca no centro da narrativa. A experiência em primeira pessoa, por meio das possibilidades surgidas com o uso da Realidade Virtual, constrói as condições para a fruição da reportagem a partir da possibilidade imersiva, intensificando as sensações e emoções deste indivíduo, partícipe da narrativa.

O estudo evidencia, dessa maneira, essa aproximação entre a mídia e seu público por meio da imersão, complexificando os papéis tradicionais do emissor e do telespectador, produzindo uma nova relação e inaugurando uma outra gramática entre ambos. Sobretudo, observa-se que o jornalismo cresce nesse movimento de autenticação por conseguir, nestas oportunidades, construir situações em que, para além de narrar, promover a participação do usuário, ainda que limitada, na narrativa apresentada, como co-construtor desse conteúdo. E oferecendo novas experimentações a respeito do jornalismo nos seus contínuos esforços por ofertar o real mais real do que o real, simulando novas simetrias entre os pólos da emissão e da recepção.

## Referências

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da Notícia**. Tradução de Jacob A. Pierce. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- 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.
- BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e simulações. 1991. Disponível em: [https://monoskop.org/images/c/c4/Baudrillard\\_Jean\\_Simulacros\\_e\\_simula%C3%A7%C3%A3o\\_1991.pdf](https://monoskop.org/images/c/c4/Baudrillard_Jean_Simulacros_e_simula%C3%A7%C3%A3o_1991.pdf). Acesso em: 20 abril 2018.
- DANSKY, R. 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.
- FAUSTO NETO, Antonio. As bordas da circulação. In: **Alceu**. v. 10 - n.20 - p. 55 a 69 - jan./jun. 2010. Disponível em [http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20\\_Neto.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Neto.pdf). Acesso em jun 2018.
- FAUSTO NETO, Antonio. Transformações nos discursos jornalísticos: a atorização do acontecimento. In: XIX Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2011, Rio de Janeiro. SBPJor. **Anais**.
- FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2010.
- GOMES, Pedro Gilberto. **A filosofia e a ética da comunicação na midiaticização da sociedade**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2006. 143 p.
- GRAU, Oliver. **Arte Virtual: da ilusão à imersão**. São Paulo: Editora UNESP: Editora Senac São Paulo, 2007.
- JAGUARIBE, Beatriz. O choque do real. Estética, mídia e cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Ficções do real: Notas sobre as estéticas do realismo e pedagogias do olhar na América Latina contemporânea**. 2010.
- KIRNER, Claudio; SISCOOTTO, Robson. Fundamentos da Realidade Virtual e Aumentada. In: KIRNER, Claudio; SISCOOTTO, Robson (Eds.). **Realidade Virtual e Aumentada:**

- Conceitos, Projetos e Aplicações.** Porto Alegre: Editora SBC, 2007, P.02-21.
- LIMA, Patrícia Rosenthal Pereira. *Jornalismo e Realidade Virtual: Análise da série The Daily 360 do The New York Times.* Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Novos Media e Práticas Web. Lisboa, Portugal. Janeiro de 2018. <https://run.unl.pt/bitstream/10362/37602/1/Tese%20Final.pdf>. Acesso em jun de 2018.
- LONGHI, Raquel. O turning point da grande reportagem multimídia. In: Revista **FAMECOS** mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 897-917, setembro-dezembro 2014. Disponível em: [https://www.academia.edu/11227447/O\\_turning\\_point\\_da\\_grande\\_reportagem\\_multim%C3%AAdia](https://www.academia.edu/11227447/O_turning_point_da_grande_reportagem_multim%C3%AAdia). Acesso em: 20 out. 2017.
- MARCIANO, Carlos. *Jogando Ética: Newsgames de letramento no ensino de deontologia jornalísticas.* **Dissertação.** Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: Julho de 2016. Disponível em: [https://objethos.files.wordpress.com/2013/09/dissertacao\\_carlos\\_marciano.pdf](https://objethos.files.wordpress.com/2013/09/dissertacao_carlos_marciano.pdf). Acesso em: 20 out. 2017.
- MARTINS, Maura Oliveira. Proposta de inventário das máquinas de visibilidade: as modificações do telejornalismo pelo uso das câmeras ubíquas. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina. **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio.** Labcom.ifp. Covilhã: Universidade de Beira Interior, 2017. Comunicação, Filosofia e Universidade da Beira Interior [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201704071630-01702\\_novosefeitosjorn\\_tv\\_mmartins.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201704071630-01702_novosefeitosjorn_tv_mmartins.pdf). Acesso em: 22 de jun 2018.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. Narrativas: representação, instituição ou experimentação da realidade? VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor. **Anais.** São Paulo, 2009.
- PARENTE, André (Org.). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação.** Porto Alegre: Sulina, 2004. 303 p. (Cibercultura).
- PICCININ, Fabiana. Narrativas de um real autenticado: notas sobre a grande reportagem na TV contemporânea. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska. **#telejornalismo: nas ruas e nas telas.** Coleção Jornalismo Audiovisual. V2. Florianópolis: Insular, 2013.
- \_\_\_\_\_. Estratégias narrativas no contemporâneo: o caso das séries televisivas. In: SOSTER Demétrio Azeredo, PICCININ, Fabiana (Orgs.). **Narrativas do ver, do ouvir e do pensar.** Santa Cruz do Sul: Catarse, 2016. Disponível em: < [http://editoracatarse.com.br/site/wp-content/uploads/2016/08/Narrativas\\_do\\_ver\\_do\\_ouvir\\_do\\_pensar\\_e-book.pdf](http://editoracatarse.com.br/site/wp-content/uploads/2016/08/Narrativas_do_ver_do_ouvir_do_pensar_e-book.pdf)>.
- Portal G1.** Facebook compra empresa de óculos de realidade virtual por US\$ 2 bilhões. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/03/facebook-compra-empresa-de-oculos-de-realidade-virtual-por-us-2-bilhoes.html>. Acesso em: 20 out. 2017.
- RYAN, Marie-Laure. **Immersion vs. Interactivity: Virtual Reality and Literary Theory.** 1994. Disponível em: < <http://faculty.humanities.uci.edu/poster/syllabi/readings/ryan.html>>. Acesso em: 10 abr 2018.
- SODRÉ, Muniz. Entrevista. In: SANTOS, Christiane Rangel Sauerbronn dos; PEREIRA, Rosane da Conceição. Tempo real e espaço virtual exigem uma nova teoria da comunicação. **C-legenda** - Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense. n. 06, 2001. <http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/324>. Acesso em: 22 jun de 2018.
- VERDÚ, Daniel. 'Fukushima, vidas contaminadas', uma reportagem em realidade virtual. El País, Espanha, 01 maio 2016. **El País.** Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/30/eps/1462052785\\_347240.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/30/eps/1462052785_347240.html). Acesso em: 01 nov. 2017.
- ŽIŽEK, Slavoj. **Bem-vindo ao deserto do real!:** cinco ensaios sobre o 11 de setembro e datas relacionadas. São Paulo: Boitempo, 2003.