



Jornalismo e imersão: recursos narrativos que permitem experiências aprofundadas com os acontecimentos¹

Maurício DIAS SOUZA²

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Este artigo tem como finalidade discutir as apropriações que o jornalismo tem feito de um dos princípios da narrativa transmidiática: a imersão. No entretenimento, a imersão possibilita ao público 'entrar' no universo da narrativa e ter uma experiência mais aprofundada com a história, como nos jogos de computador e nos parques temáticos. Quando aplicados ao jornalismo, os recursos imersivos permitem ampliar a percepção dos acontecimentos, oportunizando diferentes perspectivas da realidade. Os recursos imersivos podem estar contidos em gêneros já existentes, como a reportagem multimídia e o infográfico, a partir de fotografias e mapas imersivos, e contribuir para o surgimento de formatos narrativos, como o *news game* e o jornalismo imersivo.

PALAVRAS-CHAVE

jornalismo; imersão; narrativa; gêneros jornalísticos; transmídia

1 Introdução

Jornalismo e entretenimento seguidamente se retroalimentam, fazendo com que jornalistas, escritores e cineastas busquem inspiração em diferentes formas de comunicação das que costumam trabalhar rotineiramente.

Tom Wolfe, Gay Talese e Truman Capote faziam apurações acuradas e redigiam textos jornalísticos minuciosos e com estilo próprio. Hoje, Wolfe, Talese e Capote são considerados jornalistas-escritores e precursores do jornalismo literário. No entretenimento, as antigas histórias de folhetins tiveram origem a partir de relatos factuais, e, mais tarde, inspiraram narrativas ficcionais seriadas.

A relação entre jornalismo e entretenimento vai além do texto. A apresentação visual de jornais e revistas, muitas vezes, trouxe a estética do cinema e das histórias em quadrinhos. Os produtores de infográficos multimidiáticos, utilizados para explicar e narrar acontecimentos por meio de diagramas, continuam buscando referências nos jogos de computador, na ficção científica e na realidade virtual.

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, bolsista CAPES/CNPq, email: mauricio.jornal@gmail.com



Esses são apenas alguns exemplos das apropriações que o jornalismo tem feito do entretenimento. Com este artigo, que integra um estudo mais amplo, pretendemos discutir como o jornalismo tem se utilizado da imersão, um dos princípios da narrativa transmidiática, originalmente, também, desenvolvida no entretenimento para apresentar histórias com o uso de vários suportes midiáticos e com a contribuição ativa da audiência.

Utilizamos a metodologia qualitativa e híbrida do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online - GJOL (MACHADO; PALACIOS, 2006), a qual se baseia em estudos de casos específicos conforme critérios de originalidade, criatividade e representatividade para ilustrar a reflexão teórica. Para este artigo, em especial, optamos por casos no *Estadão.com.br*, *GI*, *O Dia*, o *news game Darfur is Dying* e a experiência em jornalismo imersivo *Gone Gitmo*. Inicialmente, pesquisamos a imersão no contexto original da narrativa transmidiática: o entretenimento. Depois, analisamos e refletimos as apropriações dos recursos imersivos no jornalismo.

2 Narrativa transmidiática

Conforme Jenkins (2008), na narrativa transmidiática cada meio deve contribuir de forma diferenciada e autônoma para a apresentação da história, oportunizando ao público novas experiências com o universo ficcional em diferentes suportes midiáticos. Assim, quando ocorre a adaptação fiel de um livro em um filme não há transmidialidade. É preciso que sejam apresentados elementos novos à história principal, como, por exemplo, diferentes pontos de vistas sobre um determinado acontecimento ou apresentação de histórias paralelas.

Para que isso ocorra, as narrativas transmidiáticas são contadas por meio do que Long (2007) chama de elementos primários e secundários. Os elementos primários são aqueles que apresentam o universo ficcional e dão sustentação à obra como um todo, como um livro, um filme ou uma série de televisão. Já os elementos secundários são os desenvolvidos a partir dos primários, mas com foco em diferentes perspectivas. Jenkins (2009 a, 2009 b) chama os elementos secundários de extensões midiáticas.

Podemos ilustrar essa questão com a série *Lost*. Enquanto a série de televisão, também disponível em formato DVD, compreende o conjunto de elementos principais ao apresentar a história de um grupo de sobreviventes de um acidente aéreo em uma



ilha do Oceano Pacífico, os livros, os episódios para celular, os jogos de computador e os ARG's (Alternated Reality Games)³ são as extensões midiáticas ou elementos secundários.

É importante ressaltar que as extensões midiáticas permitem oferecer ao público diversos tipos de experiência com a narrativa, seja pela apresentação de diferentes formatos de mídia ou pela participação ativa, inclusive, na construção de personagens secundários. Pela sua complexidade, a narrativa transmidiática é considerada por Jenkins (2008) como a forma mais expressiva da cultura da convergência, caracterizada pelo processo de mudança dos papéis e das relações entre produtores e consumidores de mídias e pela confluência e colaboração entre os diferentes mídias. “Talvez, num conceito mais amplo, a convergência se referia a uma situação em que múltiplos sistemas midiáticos coexistem e em que o conteúdo passa por ele fluidamente” (JENKINS, 2008. p. 332).

O pensamento de Igarza (2008) tem alguns pontos em comum com o de Jenkins (2008) em relação à convergência. Igarza (2008) acredita que a convergência é muito mais um fenômeno cultural e transmidiático. Isto é, a convergência depende dos usos sociais das mídias, da participação ativa; e da circulação de informação em diferentes formatos e em vários dispositivos de recepção.

A cultura da convergência também diz respeito ao jornalismo, como na incorporação de estratégias de colaboração e participação. Ao observar este tipo de apropriação pelas empresas jornalísticas no ambiente digital, Saad (2008) diz que estamos em um cenário 2.0, que exige posicionamento condizente com “a relação direta com os públicos, com a proximidade destes com as ferramentas da rede, com as formas narrativas que a empresa se utiliza para se comunicar e transmitir suas mensagens para esses públicos e com as formas interativas de se relacionar com eles” (p.154).

Se o posicionamento das empresas jornalísticas está relacionado também com a forma de apresentação da narrativa, a lógica transmidiática pode e tem sido incorporada. O jornalismo tem apresentado narrativas que se complementam em diferentes suportes e com a colaboração ativa da audiência, assim como em algumas histórias ficcionais. Sobre esse assunto, Deuze (2008) defende que a cultura da

³ São jogos que permitem ao participante explorar a narrativa e interagir com os personagens por meio de plataformas online.



convergência e a modernidade líquida⁴ propiciam o surgimento do jornalismo líquido, composto tanto por conteúdos massivos quanto por narrativas transmidiáticas que agregam o conteúdo gerado pelo usuário voltado para os interesses hiperlocais⁵.

3 Narrativa jornalística

Para Tuchman (1994): “os relatos de acontecimentos noticiosos são *estórias*⁶ – nem mais nem menos” (p. 258). Segundo a autora, todo o jornalista tem implícita a noção de contar histórias, associada à forma com que o relato dos acontecimentos é estruturado. Tuchman (1994) lembra que os próprios jornalistas quando se referem às matérias que fazem chamam-nas de histórias e não de acontecimentos.

Dizer que uma notícia é uma “*estória*” não é de modo nenhum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o *facto* de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da sua própria vitalidade interna. Os relatos noticiosos, mas uma realidade *selectiva* do que uma realidade sintética, como acontece na literatura, existem por si só. Eles são documentos públicos que colocam um mundo à nossa frente (TUCHMAN, 1994, p. 262).

A perspectiva de considerar as notícias como realidades construídas implica que os “jornalistas são participantes ativos na construção da realidade” (TRAQUINA, 2005, p. 86). O autor considera que o paradigma das notícias como narrativa ajuda a entender o enquadramento da realidade social. Para compreender melhor este paradigma, recorreremos ao que Ericson et al (apud Traquina, 2005) consideram vocabulário de precedentes dos jornalistas, o qual é composto por um conjunto de três tipos de saberes profissionais, que são: de reconhecimento, de procedimento e de narração.

Conforme Traquina (2005), o saber de reconhecimento diz respeito à identificação do que pode se tornar notícia, ou seja, da assimilação dos valores-notícias

⁴Momento fluído, flexível e leve, assim como os líquidos. A modernidade líquida é caracterizada por 'soltar o freio' do período anterior, marcado pela rigidez e pelo sedimento da liberdade os agentes humanos. O 'soltar o freio' compreende a desregulamentação, liberalização, flexibilização e fluidez crescente, descontrolo dos mercados financeiro, imobiliário e de trabalho. Esta concepção está em BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Zahar: Rio de Janeiro, 2001.

⁵ O termo hiperlocal está relacionado com o interesse específico dos fatos e acontecimentos de uma comunidade, como um bairro, por exemplo. Ou seja, o assunto é mais próximo do leitor.

⁶ Preservamos a grafia original do texto, o qual foi editado em Portugal, onde o substantivo 'estórias' continua sendo usado. No Brasil, o termo 'estória', antes associado à literatura e à ficção, ou como forma de diferenciação da disciplina história, não existe mais.



e da noticiabilidade. É o popular faro jornalístico. O saber de procedimento contempla as atitudes tomadas pelo jornalista para obter e checar informações, que fontes consultar, que perguntas fazer e que orientação dar para a matéria, compreendendo, assim, a apuração e o enquadramento da notícia. Já “o saber de narração consiste na capacidade de compilar todas essas informações e empacotá-las numa narrativa noticiosa, em tempo útil e de forma interessante” (TRAQUINA, 2005. p. 119). Integram o saber de narração a linguagem jornalística, as normas de redação e estilo e as padronizações de escrita, como o lide e a pirâmide invertida. De acordo com Traquina (2005), o saber de narração faz com que o jornalista recorra ao seu 'catálogo' de histórias, podendo complementar um trabalho feito antes e oferecer à audiência continuidade do que já foi contado.

Dessa forma, o saber de narração compreende as convenções para contar histórias discutidas por Schudson (1994), que servem para agilizar a redação, tendo em vista a exigência de imediatismo, e para tornar a mensagem legível e compreensível pelo público. As convenções variam conforme o suporte, a política editorial adotada, o tema abordado e, de acordo com Schudson (1994), com a sociedade e o tempo.

Assim, as convenções das mídias jornalísticas no ambiente digital exigem, em primeiro lugar, hipertextualidade, pois é característica que aplica as demais⁷, por meio de links e lexias, segundo Mielniczuk (2003). Diante do cenário 2.0 descrito por Saad (2008) e, conseqüentemente, da cultura da convergência, o jornalismo digital necessita estimular a interação e a colaboração da audiência. E, lembrando Salaverría e Negrodo (2008), muitas empresas jornalísticas adotaram estratégias de convergência, como a colaboração entre redações de distintos meios, com o intuito de explorar a multimídia e de apresentar material complementar em seus sites.

A complementaridade de conteúdo noticioso de mídias impressas e audiovisuais no ambiente digital é uma das formas de apresentação do que chamamos de narrativas jornalísticas convergentes. Este formato de narração pode dispor do acréscimo de galerias de fotos e vídeos, *slideshows*, infográficos, bastidores de reportagens, material produzido parcialmente ou integralmente pela audiência e material de arquivo. Em alguns casos, como na revista *Época* e no jornal *O Estado de S. Paulo*, existe a indicação da continuidade narrativa no ambiente digital.

⁷ Multimídia, interatividade, atualização contínua, personalização e memória.



As possibilidades de trabalhar com narrativas jornalísticas no ciberespaço ou em mais de um suporte, tendo o ambiente digital como complemento, são inúmeras, inclusive com a adição de recursos imersivos, que oportunizam diferentes tipos de experiências ao público, cada vez mais exigente, participativo e migratório⁸.

4 Imersão: do entretenimento para o jornalismo

Dentre os princípios da narrativa transmidiática, a imersão, segundo Jenkins (2009b), faz com que o público entre no mundo da história, permitindo, assim, um relacionamento aprofundado com a ficção transmidiática. Quando descreve a imersão, Jenkins (2009b) comenta que não é difícil ser transportado para o interior dos micromundos da ficção, como, por exemplo, nos museus e nos parques temáticos. Mas o autor diz que podemos ter uma nova experiência ao jogar, como nos videogames computadorizados.

Para melhor explicar a imersão, recorremos a Murray (1999), que a compara com a entrada em uma piscina ou no oceano, nos provocando “a sensação de estarmos rodeados por uma realidade completamente diferente⁹” (p. 111). A autora enfatiza que o computador, por sua característica participativa, permite uma forma diferente de imersão, relacionada com a representação de um mundo real. Murray (1999) considera que há, neste caso, imersão multisensorial, a qual pode ser pensada como uma visita com limites espaço-temporais. A autora comenta que o entorno digital reforça a verossimilhança e oportuniza a participação ativa na criação do mundo ficcional. Podemos relacionar esta ideia tanto com as práticas de realidade virtual quanto com a simples navegação pelas lexias de um hipertexto.

O estudo da imersão do leitor no ciberespaço é uma das preocupações de Santaella (2004), que denomina este tipo de leitura de imersiva¹⁰. Para a autora, o leitor no ciberespaço é mais livre e é considerado “em estado de prontidão, conectado entre nós e nexos, num roteiro multilinear, multissequencial e labiríntico que ele próprio

⁸Termo usado por Jenkins (2008) para descrever o comportamento do público atual pelo fato de consumir diferentes tipos de mídias em vários suportes.

⁹No original: “la sensación de estar rodeados por una realidad completamente diferente”. [Tradução nossa]

¹⁰Santaella (2004) defende um novo conceito de leitura em função das modificações do contexto semiótico do código escrito, a mescla com outros signos, outros suportes e expansão para outras situações. Dentro desta perspectiva, existe o leitor contemplativo que pratica uma leitura silenciosa e meditativa; o leitor movente acostumado com dinamicidade e fragmentos; e o leitor imersivo que pratica um modo totalmente novo de leitura nos espaços virtuais.



ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, músicas, vídeos etc” (SANTAELLA. 2004. p. 33).

Santaella (2004) esclarece que existem quatro graus distintos de imersão no ciberespaço. De forma crescente, segundo a autora, teríamos: (1) imersão ao se conectar à rede, que simboliza entrar em um mundo paralelo, imaterial e feito de bits; (2) imersão representativa, associada à representação no internauta no ciberespaço mas não de forma tridimensional; (3) a telepresença, na qual a tecnologia de realidade virtual está associada “a um sistema robóticos fisicamente presente em alguma locação à distância” (SANTAELLA, 2004. p. 46); e (4) imersão perceptiva, que pressupõe experiência mais aprofundada e tridimensional por meio da realidade virtual.

Encontramos a imersão também no texto. Para Ryan (2004), “a linguagem tem o poder de selecionar objetivos do mundo textual, dando-lhes propriedades de insuflar vida aos personagens e ao cenário, em resumo, de conjurar sua presença na imaginação¹¹” (p. 118). Quanto mais familiar o texto, mais imersivo ele é. Ryan (2004) destaca três formas de imersão relacionadas com a narrativa: (1) espacial ou resposta ao cenário, que corresponde à geografia textual, à descrição do universo; (2) temporal ou resposta ao argumento, ligada ao envolvimento com o tempo da narrativa; e (3) emocional ou resposta ao personagem, que compreende às reações do público à história. Ainda existe a imersão espaço-temporal, combinação das duas primeiras, na qual o leitor é transportado ao cenário da história.

Apesar de reconhecer a importância da imersão textual para a construção do universo ficcional, Jenkins (2009b) destaca a importância da experiência aprofundada, o que podemos relacionar com a sensação de realidade alternativa descrita por Murray (1999) e com as formas mais avançadas de imersão destacadas por Santaella (2004), que são perceptiva, telepresença e representativa. A noção de imersão espaço-temporal (RYAN, 2004) também é importante para colocar em prática a finalidade deste princípio da narrativa transmidiática, a partir da sensação de verossimilhança, de sentir que se está dentro do universo da história. Assim, alguns formatos midiáticos são mais imersivos que outros, como os jogos, o cinema 3D e a realidade virtual.

¹¹No original: “el lenguaje tiene la función de seleccionar objetos del mundo textual, darles unas propiedades, insuflar vida a los personajes y al escenario, en resumen, de conjurar su presencia em la imaginación”. [Tradução nossa]

Ao trazer a noção de imersão para o jornalismo, dentro da perspectiva de experiência aprofundada com a narrativa, encontramos quatro formas distintas: (1) mapas imersivos; (2) fotojornalismo imersivo; (3) *news game*; e (4) jornalismo imersivo. Todos estes recursos de narração possibilitam graus distintos de imersão e diferentes perspectivas da realidade, oportunizando ao público ter novos pontos de vista dos fatos e acontecimentos. A seguir, descrevemos cada recurso narrativo imersivo e mostramos algumas aplicações.

4.1 Mapas imersivos

Podemos encontrar a primeira forma de imersão em mapas que mostram lugares com imagens via satélite, a partir do uso de ferramentas como *Google Maps*, *Google Imagens* e *Google Earth*. Os mapas imersivos caracterizam-se dentro da concepção de imersão representativa discutida por Santaella (2004) e têm sido utilizados como recursos para complementar, ilustrar e explicar a narração no ambiente digital e no telejornalismo.

Na narrativa hipertextual, o mapa imersivo pode ser disponibilizado como uma unidade comunicativa autônoma ou como elemento de uma reportagem multimídia ou de um infográfico. Acreditamos que a infografia analítica é o formato ideal para a aplicação deste tipo de recurso, já que preconiza a qualidade e a clareza de informações. Este tipo de infografia, segundo Cairo (2008), “incrementa a capacidade cognitiva dos leitores por meio da revelação de evidência, de mostrar aquilo que permanece oculto”¹²(p.29).

Um exemplo do uso de mapa imersivo é o especial que usa o *Google Imagens* para mostrar onde estão mais de 100 obras do arquiteto Oscar Niemeyer¹³. No mapa, elaborado pelo *Estadão.com.br*, o internauta pode localizar obras espalhadas pelo Brasil, Estados Unidos, Europa e Oriente Médio e, ao clicar nos ícones, dar início ao processo imersivo, aproximando-se cada vez mais, podendo visualizar ruas e prédios. É possível ver imagens de satélite, das estradas com os acidentes geográficos e imagens híbridas combinando estas duas possibilidades. Neste caso, temos uma diferente e

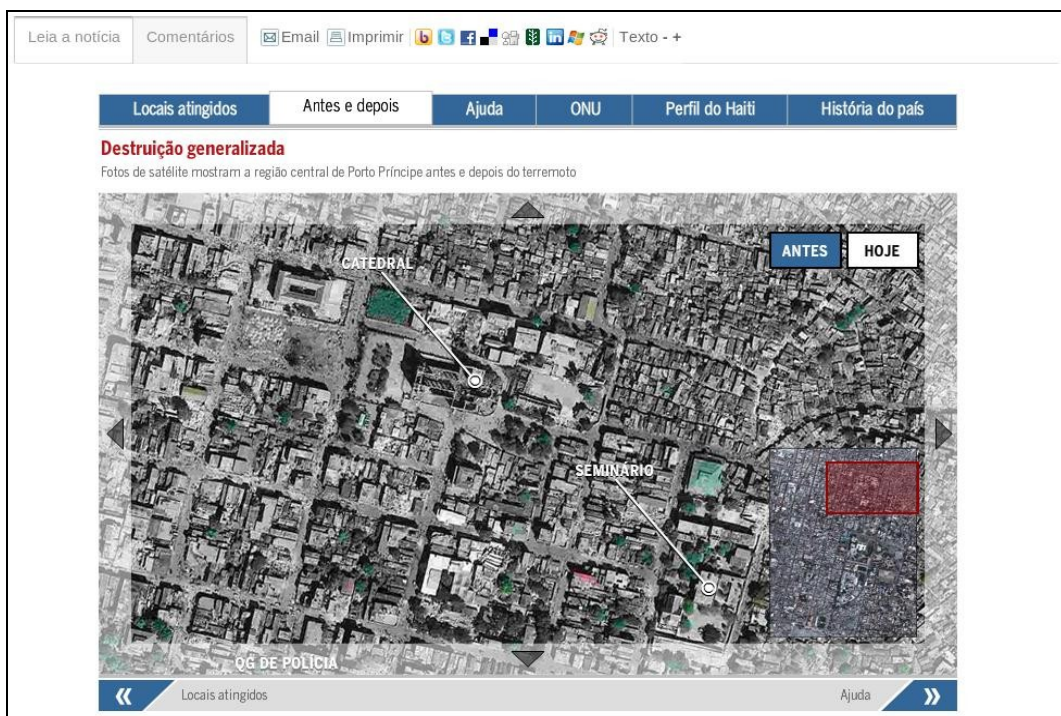
¹²No original: “incrementa la capacidad cognitiva de los lectores por medio de la revelación de evidencia, de mostrar aquello que permanece oculto”. [Tradução nossa]

¹³<http://www.estadao.com.br/especiais/niemeyer-por-todo-o-lado,81406.htm>

interativa forma para apresentar um volume significativo informações, que também propicia experiência de 'entrada' no mundo da narrativa.

Durante a cobertura do terremoto de 7.0 na escala Richter¹⁴ que atingiu o Haiti no dia 13 de janeiro deste ano, as imagens imersivas contribuíram para que o público tivesse uma visão mais global da tragédia. Um site que utilizou este recurso foi o *Estadão.com.br*¹⁵. O infográfico com mapas imersivos mostra imagens de satélite antes e depois do terremoto na cidade haitiana de Porto Príncipe, dando ao internauta a possibilidade de ver cada trecho e perceber o alto poder de devastação do terremoto. Também há fotos em pontos sinalizados do mapa, como o Palácio Presidencial e da Catedral. Na figura a seguir, uma das imagens do centro de Porto Príncipe.

Figura I – Infográfico do *Estadão.com.br* com mapa imersivo do Haiti depois do terremoto.



Este tipo de recurso imersivo também foi utilizado para mostrar o terremoto no Chile, indicando uma possibilidade interessante de complementar a narrativa jornalística que oportuniza uma percepção diferenciada e mais ampla àquela obtida somente por fotografias e vídeos.

¹⁴A escala vai até 9.0, sendo este considerado o ponto de destruição total. O índice 7.0 significa um abalo forte.

¹⁵<http://www.estadao.com.br/especiais/tragedia-e-destruicao-no-haiti.84175.htm>



4.2 Fotojornalismo imersivo

A segunda forma de imersão refere-se ao fotojornalismo quando há uso de panorâmicas, dando a sensação de que o internauta está no local dos fatos e acontecimentos devido à ampliação e à movimentação das imagens. Por isso, as fotografias panorâmicas, em especial as de 360°, permitem uma experiência imersiva espaço-temporal, dentro da classificação de Ryan (2004), e representativa, tendo em vista as gradações apresentadas por Santaella (2004).

Além de câmeras que podem capturar imagens panorâmicas, existem softwares, como *Hugin*, que permitem “colar” imagens sequenciais, transformando-as em panorâmicas. Como observa Felz (2007), as tecnologias digitais mudaram os conceitos e as técnicas do fotojornalismo, provocando revisões e novas formas de fotografar. E o fotojornalismo 360° é uma diferente e ampla forma de registrar os fatos e acontecimentos, ajudando a repensar ideias veracidade e de recorte da realidade atribuído à fotografia.

O jornal *O Dia* tem experimentado o uso da fotografia 360° em situações diferentes, para mostrar os prejuízos causados em oito edificações pela escavação de uma construção na Rua dos Inválidos¹⁶, no Rio de Janeiro, e o atentado em na favela do Jacarezinho¹⁷, também no Rio de Janeiro. As imagens da cratera dão uma visão muito realista do problema causado pela construção. Já a cobertura fotográfica do atentado na favela mostra de maneira ampla o trabalho dos bombeiros ao apagar o fogo dos ônibus queimados por traficantes, a ação da polícia, o olhar atento dos profissionais da imprensa e a curiosidade dos moradores locais.

No *GI*, há um especial sobre a *Amazônia*¹⁸ que traz a seção Amazônia 360°, que permite ao internauta 'navegar' pelas imagens da Ferrovia Madeira-Mamoré, das palafitas às margens do rio Solimões, do mirante do Rio Madeira ou de uma escola do interior. Cada uma das quatro fotografias leva a outras, que complementam a sequência das anteriores. A hiperligação é feita por setas, que surgem à medida que o internauta movimenta as imagens, lembrando a navegação em um videogame. Uma das possibilidades é ver parte do caminho percorrido pelos alunos de uma escola em Igapó

¹⁶http://odia.terra.com.br/portal/rio/html/2009/12/juiza_manda_parar_obra_que_rachou_predios_52721.html

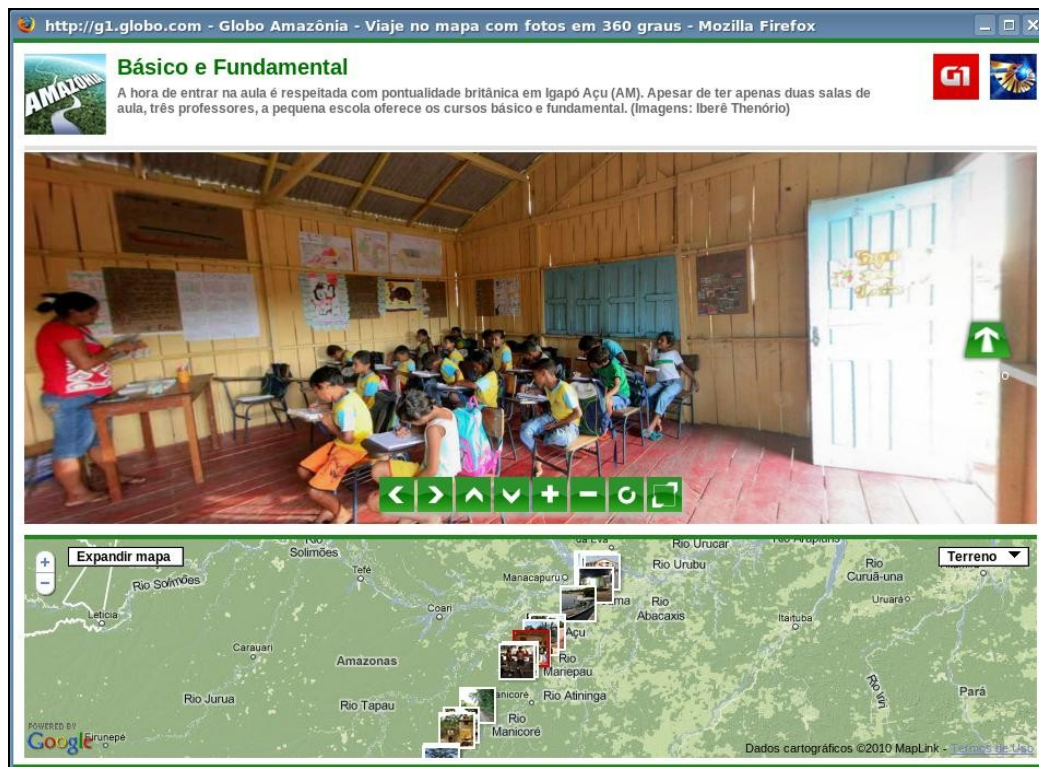
¹⁷<http://ayrton.com/360/archives/1170>

¹⁸<http://www.globoamazonia.com/>



Açu, no Amazonas. Com um clique na seta próxima à porta, o internauta é levado à imagem da balsa que transporta os estudantes.

Figura II – Especial do G1 sobre a Amazônia usa fotografias 360°



4.3 News games

Os *news game* são a terceira forma de uso de recursos imersivos. São jogos cuja finalidade é ajudar a explicar a realidade, mostrar uma diferente perspectiva sobre os fatos e permitir uma experiência lúdica com as histórias factuais. Neste tipo de narração, a imersão existente é espaço-temporal e representativa. Em relação aos demais recursos, tem como vantagem permitir uma maior atuação por parte do público.

Segundo De la Peña (2010), os *news game* compreendem protocolos de jogos, regras e etapas que precisam ser seguidas pelo participante, como a progressão dos níveis ou a obtenção de pontos. Para poder avançar na experiência, a exemplo dos jogos de computador ou videogames, é preciso atuar, ou seja, conquistar os objetivos previamente propostos. Um exemplo de *news game* é *Kuma War*¹⁹ é um jogo de guerra com dezenas de missões diferentes baseadas em fatos reais sobre a Guerra do Iraque.

¹⁹<http://www.kumawar.com/sitemap.php>

O objetivo de *Darfur is Dying*²⁰ é ajudar a família Darfuri a conseguir água para o campo de refugiados sudaneses sem ser capturado pela milícia Janjaweed. O jogo denuncia o genocídio e os demais crimes praticados no oeste do Sudão, fazendo com que os jogadores indiquem e recomendem para seus contatos. Funciona, assim, como uma forma de ativismo viral. O site em que o jogo está hospedado traz fotos e informações sobre os refugiados no Sudão, bem como links para os sites Crisis Group²¹ e Anistia Internacional dos Estados Unidos²².

Figura III – O news game *Darfur is Dying*



4.4 Jornalismo imersivo

A quarta e última maneira de imersão encontrada nesta pesquisa é o jornalismo imersivo, caracterizado por De la Peña (2010) como um “novo gênero que utiliza plataforma de games e ambiente virtual para apresentar notícias, documentários e histórias não-ficcionais²³”.

Conforme a autora, a ideia fundamental é reconstruir de forma representativa em 3D, no ambiente digital, o local das narrativas jornalísticas, e permitir ao público a

²⁰<http://www.darfurisdying.com/>

²¹<http://www.crisisgroup.org/en/key-issues/preventing-implosion-in-sudan.aspx#C2>

²²<http://www.amnestyusa.org/darfur/darfur-facts/page.do?id=1041056>

²³No original: “new genre that utilizes gaming platforms and virtual environments to convey news, documentary and non-fiction stories”. [Tradução nossa]

possibilidade de atuar nesta experiência. Para isso, o *Second Life* tem sido utilizado para compor projetos como *Gone Gitmo*²⁴, uma instalação virtual que mostra a base militar de Guantanamo. Neste caso, os pesquisadores responsáveis pelo projeto estão realizando experiências de realidade virtual, nas quais o público coloca uma espécie de capacete para ter a percepção audiovisual e corpórea ampliada por meio de um avatar. A parte mais aprofundada da experiência é a do interrogatório de Guantanamo. Após participar da experiência, as pessoas relataram que se sentiram tensos.

Figura IV – Blog do projeto de jornalismo imersivo *Gone Gitmo*



No jornalismo imersivo, o grau de imersão é perceptiva quando a experiência ocorre com a instalação de realidade virtual. Assim, com este tipo de formato de narração é possível ter o grau mais elevado de imersão dentro da caracterização de Santaella (2004).

Considerações finais

O jornalismo tem se apropriado da lógica da oferta de conteúdos em diferentes mídias de forma complementar e de princípios da narrativa transmidiática, como a imersão. No entretenimento, a imersão faz com que o público entre no universo

²⁴Instalação produzida pelas pesquisadoras Nonny De La Peña e Peggy Weil. Disponível em <http://slurl.com/secondlife/Network%20Culture/227/78/25>



narrativo e tenha experiências mais aprofundadas, como se estivesse em uma realidade alternativa, a exemplo dos jogos e da realidade virtual.

No jornalismo, a experiência aprofundada com a narrativa pode ocorrer a partir de recursos como mapas e fotografias imersivas, *news games* ou jornalismo imersivo propriamente dito. Estes recursos e formatos possibilitam graus diferentes de imersão, desde a representativa, em que não envolvimento tridimensional, até perceptiva, na qual o público participa tridimensionalmente, reagindo aos estímulos audiovisuais até de forma física.

Além disso, o uso de recursos imersivos contribui para renovar o jornalismo, oportunizando o surgimento de novos formatos narrativos. Acreditamos que estes avanços permitem a construção de narrativas na ambiência digital e de extensões midiáticas às narrativas em suportes impressos e audiovisuais.

REFERÊNCIAS

CAIRO, Alberto. **Infografia 2.0 – Visualização interativa de informação na imprensa**. Madrid: Alamut, 2008.

DE LA PEÑA, Nony. **Learning by doing: seeking best practices for immersive journalism** Disponível em <http://www.ojr.org/ojr/people/nonnydlp/201005/1854/> (2010)

DEUZE, Mark. The changing of the news work: liquid journalism and monitorial citizenship. In: **International Journal of Communication**, 2, 2008. p 848-865.

FELZ, José Carlos. **Imagens digitais e imprensa – alterações na produção fotojornalística**. XXX Intercom, Santos, 2007.

IGARZA, Roberto. **Nuevos médios: estratégias de convergência**. Buenos Aires: La Corujía, 2008.

JENKINS, Henry. **The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling**. Disponível em http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html. Último acesso em 02/01/2010 (2009A)

_____. **Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling**. Disponível em http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html. Último acesso em 02/01/2010. (2009B)

_____. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.



LONG, Geoffrey A . **Transmedia Storytelling: business, aesthetics and production at the Jim Henson Company**. Tese de doutorado (Mídia Comparada). Massachusetts/EUA: MIT, 2007.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia (org.) **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. São Paulo: Paulus, 2006.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese de doutorado (Comunicação) – UFBA/FACOM, Salvador, 2003.

MURRAY, Janet. **Hamlet en la holocubierta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio**. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 1999.

RYAN, Marie-Laure. **La narración como realidad virtual: la inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos**. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 2004.

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado –Convergencia de médios y reorganización de redaccioniones**. Barcelona: Editora Sol 90, 2008.

SANTAELLA, Lucia *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo*. 2ed São Paulo: Paulus.. 2007.

SCHUDSON, Michael. A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão. In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Veja,1994.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo:Unisinos, 3ª reimpressão, 2005.

TUCHMAN, Gaye. Contando 'estórias' In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Veja,1994.