

O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos

Luana Viana

(Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Ouro Preto)

Morada postal institucional: Rua do Seminário, s/n, Centro – Mariana, Brasil

ORCID: 0000-0003-4927-5219

(lviana.s@hotmail.com)

Luana Viana: Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (PPGCOM/UFOP) e do Grupo de Pesquisa Laboratório de Mídia Digital (PPGCOM/UFJF).

Submissão: 19/07/2021

Aceitação: 20/10/2021

O áudio pensado para um jornalismo imersivo em *podcasts* narrativos

Resumo: Este artigo¹ busca olhar para os *podcasts* que têm o radiojornalismo narrativo (Kischinhevsky, 2018) como conteúdo, tendo como objetivo discorrer sobre estratégias sonoras que potencializam uma experiência imersiva nessas produções. Dessa forma, nosso problema de pesquisa consiste em compreender algumas estratégias presentes no áudio para envolver o ouvinte na narrativa. Realizámos, então, uma revisão bibliográfica para embasar uma análise exploratória e descritiva (Triviños, 1987). Como resultado, propomos sete perspectivas que acionam estratégias imersivas fundamentadas na estrutura narrativa do áudio: 1) Humanização do relato; 2) Narrativa em primeira pessoa; 3) Condução emocional; 4) Uso de sonoras²; 5) Descrição de cenas e dos locais do acontecimento; 6) Ambientação do local; 7) Metajornalismo.

Palavras-chave: Podcasting. Podcast narrativo. Radiojornalismo. Imersividade. Áudio imersivo.

Planned audio for immersive journalism in narrative podcasts

Abstract: This article investigates podcasts that have narrative radiojournalism (Kischinhevsky, 2018) as content, aiming to discuss sound strategies that enhance an immersive experience in these productions. Our research problem is to understand some strategies present in the audio to involve the listener in the narrative. We performed a bibliographic review to support an exploratory and descriptive analysis (Triviños, 1987). As a result, we propose seven perspectives that trigger immersive strategies based on the narrative structure of the áudio: 1) Humanization of the report; 2) First person narrative; 3) Emotional conduct; 4) Use of sound; 5) Description of scenes and locations of the event; 6) Setting the location; 7) Metajournalism.

Keywords: Podcasting. Narrative podcast. Radiojournalism. Immersiveness. Immersive audio.

¹ Este artigo é uma versão revisada e ampliada das discussões apresentadas no GP Rádio e Mídia Sonora, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foi premiado em terceiro lugar como melhor trabalho de doutorado pelo prêmio Freitas Nobre 2021 da Intercom.

² Sonora refere-se ao áudio da fala de um entrevistado registrado por meio de equipamento de gravação.

Introdução

Em uma proposta experimental sobre a classificação dos formatos de *podcast*, Berry (2020) sugere olhar para três principais tipologias para iniciar um mapeamento: conversas, narrativas e ficções. Para o autor, essa ideia visa observar com o quê o *podcast* se parece em detrimento de seu conteúdo, tentando explorar o que consta no “DNA” dessa produção. Incipiente por enquanto, a proposta de Berry é rasa e está longe de entender completamente o complexo cenário da produção de *podcasts*, mas, ainda que generalista, contribui para iniciar uma linha de observação.

Ainda que Berry separe as narrativas das ficções por acreditar que esta última apresenta características muito específicas que merecem um olhar à parte, há produções que parecem oscilar entre ficcionais e de não-ficção em decorrência de sua estrutura e das sensações que causam no ouvinte. Muitas delas estão ancoradas em proporcionar experiência imersivas, incluindo aqui as produções jornalísticas.

Sobre um radiojornalismo narrativo em *podcast*, Kischinhevsky (2018) aponta algumas características específicas, como uma apuração em profundidade, na qual o jornalista ouve amplamente as fontes e recorre à ilustração dessas personagens várias vezes ao longo da produção, e o fato de não haver uma restrição de tempo das sonoras utilizadas como ocorre no radiojornalismo convencional. Para ele, a maioria retoma crimes ou envolve investigações marcadas por controvérsias, tratando-se sempre histórias verídicas que tiveram alguma cobertura da imprensa, mas não com a devida profundidade.

Além disso, o radiojornalismo narrativo em *podcasts* pode trazer uma construção narrativa dos fatos relatados, com rica descrição de ambientes e situações. O uso da primeira pessoa pelos apresentadores é recorrente, tendo como pano de fundo valores implícitos relacionados com o jornalismo, como a busca pela verdade e pelo equilíbrio na representação de versões contraditórias dos fatos (Kischinhevsky, 2018).

Esse tipo de enredo apresenta uma narrativa composta pela oralidade proveniente do rádio, proporcionando a aproximação do ouvinte ao assunto tratado, principalmente por meio de uma narrativa imersiva. Com base nessas descrições, o objetivo desse artigo é discorrer sobre estratégias sonoras que potencializam uma experiência imersiva no âmbito dos *podcasts* ancorados num radiojornalismo narrativo. Realizou-se, então, uma revisão bibliográfica para embasar uma análise exploratória.

1. Narrativas radiofônicas e a imersividade

Com o aprimoramento das tecnologias e dos dispositivos digitais, conteúdos imersivos têm se aperfeiçoado e se popularizado. Alguns formatos surgem amparados pelas plataformas digitais, como é o caso da Realidade Virtual ou da Realidade Aumentada; no entanto, em outros casos, há uma potencialização de recursos que já eram experimentados pelos meios tradicionais, já que a narrativa imersiva não é uma estrutura recente.

Longhi & Cordeiro (2018, p. 162) lembram que, no âmbito das mídias, a imersão, “em última instância, nada mais é do que o fortalecimento da experiência de leitura ou o que podemos definir como a fruição do relato”. Para os autores, a sensação de presença é definidora nessa categorização. Nesse sentido, Murray (2003) defende que a experiência de ser transportado para um lugar simulado, por si só, é algo prazeroso, independentemente do conteúdo da fantasia. Para ela, imersão é um termo metafórico

derivado da experiência física de estar submerso na água. Buscamos de uma experiência psicologicamente imersiva a mesma impressão que obtemos num mergulho no oceano ou numa piscina: a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha, tão diferente quanto a água e o ar, que se apodera de toda nossa atenção, de todo o nosso sistema sensorial (Murray, 2003, p. 102).

Ainda sobre a ideia do deslocamento no espaço-tempo, Cordeiro e Costa (2016, p. 100) alertam que “imersão é uma capacidade de transposição da consciência para outro ambiente, seja imaginado ou sinteticamente criado”. Propomos, então, olhar para a transposição proporcionada pela imaginação como o aspecto que fundamenta a imersão ocorrida em ambientes sinteticamente criados.

Nesse sentido, Longhi (2002, p. 83) vai definir a imersão como “o estado de ‘sonho acordado’. A ‘imersão’ nada mais é do que a rendição total do leitor, ouvinte ou espectador, à narrativa do respetivo meio ao qual esteja assistindo, lendo ou ouvindo. Com a imersão ocorre a concentração de todos os sentidos”. A autora acredita que a concepção de imersão se refere à entrada desse público num mundo alternativo, diferente do mundo real a que o indivíduo pertence ou em que se encontra.

Para vivenciar essa experiência, contudo, é necessária uma disposição por parte do sujeito, algo semelhante àquilo a que Eco (1994, p. 81) chama na literatura “acordo ficcional, que Coleridge chamou de ‘suspensão da descrença’. O leitor tem de saber que o que está sendo narrado é uma história imaginária, mas nem por isso deve pensar que o escritor está contando mentiras”. Ou seja, no âmbito que nos interessa neste momento,

Murray (2003, p. 111) acredita que, “por causa de nosso desejo de vivenciar a imersão, concentramos nossa atenção no mundo que nos envolve e usamos nossa inteligência mais para reforçar do que para questionar a veracidade da experiência”.

Quando realizamos esse tipo de “acordo”, estamos abertos para as experiências e para as narrativas retratadas pelos meios. O processo imersivo ocorre tanto pelas sensações acionadas pelo consumo do conteúdo quanto pela disposição psicológica do público. Isso permite que sejamos transportados inteiramente para a história apresentada: “é o momento no qual perdemos a noção dos objetos pelos quais nos é transmitida a história” (Longhi, 2002, p. 83). “Toda a tecnologia bem-sucedida para contar histórias torna-se ‘transparente’”, defende Murray (2003, p. 40): “deixamos de ter consciência do meio e não enxergamos mais a impressão ou o filme, mas apenas o poder da própria história”.

Longhi (2018) ressalta que o fato de o público conseguir desligar-se do mundo “real” para imergir na história ocorre devido à força da narrativa e que ela é tradicionalmente formada por dois eixos principais: o do conteúdo – o que se diz – e o da forma – como se diz. Entram em cena, então, as experiências estéticas e as de linguagem, já que ambas são capazes de oferecer sensações e criar significados na composição das experiências.

Em relação ao “como se diz”, Longhi (2018, p. 230) lembra que “devemos atentar para a abrangência do conceito de imersão relativo a vários meios, ou formas de representação – o livro (impresso), o cinema (audiovisual), etc”. Cordeiro e Costa (2016, p. 100) apresentam ideias em conformidade com esse raciocínio, pois acreditam que, para se obter tal fenômeno, é necessário realizar a ação de “‘imersão em’, seja em um espaço, prévio ou construído, material ou imaterial, físico ou virtual. Estes espaços podem ser construídos nas mais diversas áreas como a literatura, cinema, teatro ou televisão, e podem se cristalizar em obras artísticas, narrativas literárias ou jornalísticas”.

Assim, concordamos que o processo de imersão independe de tecnologias amparadas pelas plataformas digitais – podendo ocorrer por meio dos livros, por exemplo –, mas que essas atuam como potencializadoras da experiência. Há, por isso, uma falsa ideia de que o conteúdo imersivo só acontece quando um cenário é virtualmente criado.

Na perspectiva de imersão proposta por Domínguez (2015), seu desenvolvimento ocorre por meio da narrativa e não necessariamente pela tecnologia. Lopez e Freire (2020, p. 67) defendem que “produções que investem na contação de histórias, na exploração de personagens e na aproximação com a audiência pretendida – características naturais do

rádio e do som – têm maior potencial imersivo”. Além disso, o ato de ouvir, por exemplo, carrega consigo uma forte carga de imersão numa materialidade criada pela própria ação.

Obici (2008, p. 28) relata que “os ouvidos são muito mais do que receptáculos do som, eles se comovem pelo impacto do mundo que se apresenta. Quando ouvimos um som ‘externo’, ele se faz ‘interno’, existindo em nossa consciência, a partir de quando o percebemos”. É nesse sentido que Schaeffer (1988) considera a escuta um fenômeno acústico psíquico e físico indissociável. No entanto, o autor defende que a experiência do ouvinte se altera a cada escuta. Para ele, a possibilidade de se repetir um som a partir de uma gravação permite que se entre em contato com o mesmo objeto, mas o som é sempre percebido de maneira diferente a cada vez que é escutado.

Por sua vez, Meditsch e Betti (2019, p. 11) acreditam que, enquanto a visão compõe um sentido que provoca uma oposição entre organismo e ambiente – já que o sujeito que está em face de alguma coisa que vê não vê a si próprio –,

a audição, pelo contrário, provoca uma integração entre a percepção do ambiente e a auto-percepção – ouve-se a si próprio e ao entorno num único cenário auditivo. A audição é mais interativa, por não isolar espacialmente o sujeito do objeto de percepção. Percebemos o visto como algo externo ao corpo, enquanto o que ouvimos ressoa dentro de nós.

Consideramos, então, o áudio um formato imersivo por essência, mas pode ter essa característica intensificada a depender da estrutura do conteúdo que transmite e do efeito que busca causar. O rádio, por exemplo, tem historicamente a sensorialidade como característica que visa envolver o ouvinte em suas narrativas.

Meditsch & Betti (2019) defendem que a invisibilidade do discurso sonoro do rádio contribui para seu efeito emocional, assim como Bachelard (2005, p. 129) acredita que a ausência da imagem é a chave para penetrar o mundo interior do ouvinte, já que o “rádio é, verdadeiramente, a realização integral, a realização cotidiana da psique humana”, ou ainda que “o rádio está verdadeiramente de posse de extraordinários sonhos acordados” (Bachelard, 2005, p. 133). Meditsch e Betti (2019, p. 11) esclarecem que “o envolvimento sonoro e a hiperestesia do ouvido ajudam a explicar a empatia provocada na comunicação radiofônica. Certamente, o conteúdo emocional está associado ao componente não-verbal da linguagem do rádio”.

A narrativa imersiva é um dos formatos dos quais o rádio se apropria a fim de contemplar as necessidades e os anseios de sua audiência na nova ecologia de mídia. No entanto,

como vimos, a busca pela construção de uma narrativa imersiva não se inicia com a internet nem com as plataformas digitais; já aparece na oferta de informação factual ainda nas mídias massivas. De acordo com Longhi (2018, p. 227), “não é de hoje o interesse em ‘transportar’ o leitor, ou usuário, para o local do acontecimento”.

Então, partindo da reflexão de que a imersão depende, entre outros fatores, de um estado psicológico por parte do público e de um conteúdo elaborado – e, no caso do rádio e das mídias sonoras, há uma imersividade imbricada no ato de ouvir – por parte da mídia e de seus produtores, concordamos que as plataformas digitais e os dispositivos tecnológicos aprimoram a experiência e potencializam os efeitos imersivos.

2. A experiência imersiva potencializada pelas novas tecnologias

Os ambientes digitais e as novas tecnologias proporcionam oportunidades *sui generis* para o desenvolvimento de experiências imersivas. Por ser considerado um ambiente mais participativo, alguns recursos contribuem com o deslocamento do espaço-tempo e com a criação ou representação de situações a serem vividas ou testemunhadas.

Murray (2003, p. 102) explica que, “num meio participativo, a imersão implica aprender a nadar, a fazer as coisas que o novo ambiente torna possíveis”. Ou seja, a autora evidencia uma diferença entre uma experiência imersiva e uma experiência em ambiente imersivo participativo. Este último, nos apontamentos de Murray, é representado pelo mundo virtual, espaço em que o usuário assume uma postura mais ativa – se assim desejar –, podendo explorar os limites entre a representação e o mundo real.

Ao utilizar as plataformas digitais como suporte, o rádio apropria-se de estratégias para além do som com o objetivo de proporcionar a participação do ouvinte, seja ela de forma direta, por meio da interação, seja indireta, por meio das escolhas relacionadas com o consumo das produções. Nesses ambientes, há, então, a conjugação entre o conteúdo acusticamente elaborado e as possibilidades narrativas oferecidas pelas ferramentas digitais.

Para Lopez, Viana e Avelar (2018, p. 4), “a junção de potencialidades tecnológicas proporciona experiências imersivas pela tessitura de uma narrativa radiofônica

complexificada associada à transmidialidade³ dos meios e à convergência das mídias”. Assim, a informação para além da sonoridade é contemplada pela plataforma digital, em diversos formatos, compondo elementos secundários. É nesse cenário de convergência e remediação que emerge uma entre as diversas novas modalidades de rádio, o *podcast*.

Ao manter o áudio como formato principal, o *podcast* se apropria de estratégias imersivas já utilizadas pelo rádio tradicional enquanto lança mão dos recursos proporcionados pelas plataformas digitais, como o espaço/tempo ilimitado para abrigar as produções. As informações contidas no digital servem, então, como recursos complementares àquilo que se apresenta na narrativa principal contida nos áudios.

Com base nesse amplo conjunto de recursos, Murray (2003, p. 125) acredita que, “quanto mais persuasiva for a representação de sensações no ambiente virtual, mais nos sentiremos presentes no mundo virtual e maior será a gama de ações que procuraremos realizar nele”. No entanto, alerta que, enquanto o usuário navega nesses espaços, a presença de outros participantes cria desafios especiais à imersão, já que isso pode interferir no estado psicológico de concentração de cada usuário. Seguindo esse raciocínio, podemos considerar que experiências individualizadas tendem a ter mais êxito do que as coletivas quando há um desejo de imersão. No consumo sonoro, então, “o último espaço acústico privado é produzido pelos fones de ouvido, pois as mensagens recebidas por meio deles são sempre propriedades privadas” (Schafer, 2012, p. 171).

Ao passo que Schafer (2012, p. 172) pontua as circunstâncias de escuta por meio de fones, chamamos a atenção para a maneira como eles acentuam a imersividade: “na audição com fones de ouvidos, os sons não apenas circulam em volta do ouvinte mas, literalmente, parecem emanar de pontos situados dentro do próprio crânio, como se os arquétipos do inconsciente estivessem conversando”. O autor ainda complementa que, “quando o som é conduzido diretamente para o crânio do ouvinte pelo fone de ouvido, ele já não está vendo os eventos no horizonte acústico; já não está rodeado por uma esfera de elementos que se movem. Ele é a esfera. Ele é o universo” (Schafer, 2012, p. 172).

A oralidade radiofônica, que se desdobra para produções de *podcasts*, tem na criatividade a base da sua construção narrativa na tentativa de entreter o ouvinte e prender a sua

³ Neste trabalho, não temos como foco aprofundar as narrativas radiofônicas transmidiática, mesmo considerando que o formato transmídia integra e proporciona experiências imersivas. Para saber mais sobre o assunto, conferir Lopez e Viana (2016) e Lopez et al. (2018).

atenção. Com as novas tecnologias, outras estratégias são desenvolvidas para somar forças na atratividade do conteúdo sonoro. Nesse contexto, novas tecnologias surgem para revolucionar a maneira de se produzir áudio, bem como a experiência dos ouvintes, enquanto outras mais antigas se sofisticam. Como exemplo, apontamos que

o sistema de som quadrifônico tornou possível uma paisagem sonora de eventos sonoros estacionários ou em movimentos de 360 graus, o que permite simular no tempo e no espaço qualquer som ambiente, como também permite a completa transposição do espaço acústico. Qualquer ambiente sonoro pode agora transformar-se em qualquer outro ambiente (Schafer, 2013, p. 134).

Em relação ao som tridimensional, podemos distinguir dois tipos: o *surround* e o binaural. Ambos assumem o objetivo de proporcionar a imersão dos ouvintes por meio da fonte sonora, no entanto, diferem em alguns pontos:

Geralmente, o surround cria a dimensão do som por meio de caixas localizadas em pontos estratégicos do ambiente. A técnica é usada em salas de cinema e teatros, por exemplo. Segundo Marcelo Cyro, engenheiro de som da Comando S Áudio, o surround traz a imersão, mas não dá a noção dos 360° ao redor do usuário. Para dar essa percepção, o som binaural é indicado, mas existe a limitação da obrigatoriedade do uso do fone de ouvido (Binaural..., 2010).

Apesar de o *surround* também ser tridimensional, o binaural é popularmente conhecido como áudio 3D. Esse recurso é um dos exemplos que se aperfeiçoaram ao longo do tempo, enquanto em paralelo cresceu o interesse dos ouvintes pelos conteúdos elaborados, principalmente por essas narrativas que possuem a acústica imersiva em 3D. Um exemplo é o destaque que recebeu o *podcast Almost Tangible*, que em sua primeira temporada reencenou Macbeth, de Shakespeare, rendendo-lhe a premiação em oito categorias: seis delas no *New York Festivals Radio Awards*, uma no *Hear Now Festival* e outra no *Webby Award*. Além disso, foi indicado ao *One Voice Awards*, ao *Grand Prix Nova* e ao *Prix Marulic*, todas no ano de 2019 (Lopez & Alves, 2019).

Ao realizarem um levantamento das produções de *podcasts* que lançam mão do binaural em suas composições narrativas, Paiva e Morais (2020, p. 145) constataram que “é no campo ficcional e em particular na área do áudio drama e do horror que encontramos também uma utilização mais frequente desta tecnologia”. De acordo com Junior e Forte (2014), o áudio 3D é um áudio composto por três dimensões: altura (se a fonte sonora está acima ou abaixo de você), distância (se a fonte sonora está próxima ou distante) e profundidade (intensidade do som).

Com base nisso, uma análise de conteúdo no *podcast The Darkest Night* buscou observar como esse recurso potencializa a capacidade imersiva da produção (Viana, 2020b). Como

resultado, Viana (2020b) propôs uma categorização dividida em três eixos para o uso do áudio binaural na construção de narrativas ficcionais imersivas:

- 1) Na voz das personagens – é usado para localizar espacialmente de onde vem a fala (quem está próximo/distante de quem, quem está mais próximo/distante do ouvinte, quem está próximo/distante da ação);
- 2) Na ação sonora – é usado nos efeitos sonoros que definem ações das personagens (quem está fazendo o quê e se a ação ocorre próximo/distante do ouvinte); e
- 3) No cenário sonoro – é usado para situar o ouvinte no ambiente em que a narrativa se desenrola com efeitos sonoros que caracterizam aquele local (onde as personagens estão, qual a condição do tempo – ambiente externo/interno, manhã/tarde/noite, chuva/vento).

Com a possibilidade de manipular os acontecimentos no mundo da ficção, o binaural torna-se um recurso estratégico para a composição de narrativas. Já o uso desse tipo de áudio no âmbito do jornalismo ainda é um desafio, considerando que, apesar de haver espaço para a criatividade, não há lacunas para a invenção dos fatos. Além disso, há os imprevistos e a rapidez de apuração, produção e transmissão, que são característicos da rotina do radiojornalismo e que acabam se tornando um obstáculo para produções com grandes elaborações.

3. A imersividade no radiojornalismo narrativo em *podcast*

Deixando as *hard news* de lado, Paiva (2019) propõe o uso do áudio binaural associado à realidade aumentada na composição de reportagens radiofônicas, já que essas se constituem como produções que podem demandar um tempo maior de elaboração.

Propomos uma reportagem através de uma aplicação de Realidade Aumentada, em que o ouvinte pode “aumentar” uma camada auditiva a partir de um trigger, i.e. gatilho, e ouvir uma reportagem radiofônica tridimensional enquanto caminha ou pratica desporto, através dos headphones (Paiva, 2019, p. 102).

A autora aponta algumas modalidades de uso desse recurso centradas na parte técnica em detrimento do conteúdo. A primeira forma de utilização seria a presença do áudio binaural em reportagens consumidas via realidade aumentada. Outra maneira seria a transmissão de áudios 3D via ondas hertzianas. Sabendo que, a princípio, grande parte dos ouvintes

não iria utilizar os fones de ouvido, a autora indica três possibilidades de consumir o conteúdo após a sua veiculação:

(1) descarregar o podcast do programa – mas, neste caso em específico, não utiliza a aplicação de realidade aumentada; (2) Aumentar a reportagem através do trigger colocado no site para esse efeito ou (3) ir ao local onde decorreu a narrativa e aumentar essa camada de informação (Paiva, 2019, p. 115).

Paiva (2019) reconhece algumas fragilidades da proposta, como o desafio da captação do som no cenário da narrativa, já que as emissoras de rádio contam com equipes enxutas e isso demandaria uma equipe técnica, além da presença do jornalista. Um outro obstáculo, na visão da autora, consiste na própria ferramenta de realidade aumentada; esta “enquanto aplicação que sustente conteúdos auditivos revela-se menos potente” (Paiva, 2019, p. 116). Por fim, a autora não aponta nenhuma produção já realizada com as características propostas, ou seja, trata-se de uma sugestão de uso ainda não materializado que, a nosso ver, reforça alguns problemas por se caracterizar mais como idealização do que como realização neste momento.

O jornalismo imersivo é assunto estudado por diversos autores (Cordeiro & Costa, 2016; Domínguez, 2015; Longhi & Cordeiro, 2018; Longhi, 2002, 2018) e a realidade aumentada está presente em grande parte deles, ao passo que o áudio atua como formato coadjuvante, quase um acessório dispensável nesses trabalhos. Como a atenção desta nossa pesquisa recai sobre *podcasts* com narrativas jornalísticas, nos propomos discorrer sobre algumas peculiaridades desse modelo para compreender a presença do áudio enquanto recurso imersivo nessas produções.

Cordeiro e Costa (2016) ponderam que não há um consenso em relação ao conceito de jornalismo imersivo, já que cada autor busca retratar determinado aspecto dessa modalidade. No entanto, apontam que há uma tendência desses mesmos autores para seguir a lógica da transposição das consciências, bem como o deslocamento de realidades, sejam motivados pelo estado psicológico, sejam pelos aparatos técnicos.

De maneira geral, Longhi e Cordeiro (2018, p. 160) pontuam que o jornalismo imersivo consiste em “um termo que busca dar conta de novas configurações da linguagem ciberjornalística, especialmente num cenário carregado de inovações tecnológicas”. E, de maneira específica, para De La Peña *et al.* (2010, p. 291, tradução nossa), jornalismo

imersivo “é a produção de notícias de forma que o público possa ter experiências em primeira pessoa de eventos ou situações descritas em narrativas jornalísticas⁴”.

A ideia de experiência em jornalismo narrativo pode ser vista a partir de dois pontos de vista: o da produção e o do consumo. O primeiro refere-se aos passos dados pelo jornalista em relação à apuração da informação, ou seja, quando há uma investigação aprofundada – por exemplo, ao estilo jornalismo gonzo ou *new journalism* – e o repórter vivencia a experiência que quer retratar ao público. “A imersão do repórter, portanto, contribui para a imersão do usuário, pois quanto mais o primeiro se aproxima da experiência do fato autêntico, maior o potencial de aproximação da autenticidade na experiência do segundo” (Fonseca, Lima & Barbosa, 2019, p. 6).

Já a imersão no âmbito do consumo refere-se à materialização da narrativa em formatos imersivos enquanto o público vivencia o narrado por meio da experiência particular. A valorização do fator experiência ligado à imersão vem ganhando espaço justamente nesse segundo exemplo, em que a narrativa jornalística pode proporcionar uma relação diferente entre usuário e informação.

É com base nisso que Fonseca *et al.* (2019) buscam entender o sentido da palavra “experiência” aplicada ao jornalismo imersivo. Inicialmente, os autores recorrem a duas palavras para delimitar o conceito: *Erfahrung* e *Erlebnis*, ambas alemãs, que, se traduzidas para o português, significam experiência. No entanto, os autores apontam que, a partir do idioma alemão, o sentido de cada uma é diferente.

A primeira delas – *Erfahrung* – significa descobrir um conhecimento, algo que demanda esforço intelectual, uma travessia. [...] A segunda – *Erlebnis* – ao contrário da primeira, não evoca grandes esforços intelectuais, nem definições prévias. Refere-se a algo fragmentado, não-cumulativo e momentâneo (Fonseca *et al.*, 2019, pp. 3-4).

Na sequência, os autores acionam o pensamento benjaminiano para aproximar *Erfahrung* da experiência autêntica, baseada nas ideias de tradição e comunidade – tal qual a reflexão sobre a autenticidade das obras de arte (Benjamin, 1994). Em contrapartida, *Erlebnis* seria o enfraquecimento dessa experiência autêntica e estaria relacionada com uma vivência – constituindo-se como uma experiência empobrecida, já que se ampara numa reprodutibilidade sem autenticidade.

⁴ No original: *which is the production of news in a form in which people can gain first-person experiences of the events or situation described in news stories.*

Fonseca *et al.* (2019, p. 4), então, começam a estabelecer a relação da experiência com o jornalismo imersivo.

Seguindo este raciocínio, podemos supor que o jornalismo é um tipo de reprodução técnica do fato, que utiliza as ferramentas de cada mídia para fazer a reprodução e apresentar ao público. As pessoas presentes fisicamente “aqui e agora” no lugar onde o fato originalmente aconteceu tiveram a experiência ligada à autenticidade. A reprodução dessa experiência faz com que, por meio de um outro tipo de experiência, a vivência, outras pessoas tenham contato com esse acontecimento.

Para os autores, o jornalismo aproxima o público da experiência do repórter, já que esse público não entraria em contato com o fato se não fosse a reprodução técnica desse. Então, de acordo com Fonseca *et al.* (2019), o jornalismo imersivo é uma forma de aproximação entre os sujeitos consumidores da informação e a autenticidade dos fatos e do espaço onde aconteceram, resultando numa vivência aproximada da experiência autêntica. Para eles, “a suposta carência da dimensão experiencial da vivência, alegada por Benjamin, seria em parte superada, visto que ele visa justamente intensificar o caráter experiencial por meio da imersão” (Fonseca *et al.*, 2019, p. 5).

Longhi e Caetano (2019) também desenvolvem um estudo sobre imersão que leva em conta as duas esferas do jornalismo citadas anteriormente, a produção e o âmbito dedicado à experiência do público enquanto fruidor de conteúdos. Com base em suas reflexões, as autoras sugerem uma abordagem amparada por termos qualitativos no critério imersivo:

Em clara analogia ao termo valor-notícia já consagrado na área do jornalismo, propomos o conceito de valor-experiência, entendendo-o como resultado de construções tecnoestéticas e interativas que estabelecem ou incrementam o grau de interesse e envolvimento sensível por uma notícia, a par de seu valor informativo (Longhi & Caetano, 2019, p. 84).

Para elas, tal valor deve ser construído tanto por meio de recursos técnicos e tecnológicos, quanto pelo tratamento criativo para que tenha eficácia em conferir ao usuário as sensações de experiência do vivido. A perspectiva do valor-experiência, então, vai ao encontro dos nossos apontamentos de que a imersão pode ocorrer fora de ambientes virtuais, mas é potencializada pelas novas tecnologias.

As plataformas digitais, como foi visto, oferecem recursos que podem aprofundar as informações apresentadas nos *podcasts*. Um levantamento realizado por Souza, Fort e Bolfe (2020) tinha como objetivo identificar quais são as características centrais observadas nos 100 *podcasts* mais ouvidos do Brasil. Para tanto, selecionaram como *corpus* parte do *ranking* resultante de pesquisa da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod) de 2018 e dividiram a análise nos eixos apresentação, estrutura e interatividade.

Após estabelecerem critérios específicos para a análise da estrutura, chegaram a uma redução do *corpus* para 86 produções. Os autores constaram que “53 das produções pesquisadas apresentam narrativas paralelas, enquanto 33 não” (Souza *et al.*, 2020, p. 97). Ou seja, foi verificado se as narrativas em foco possuem uma espécie de conteúdo paralelo e/ou complementar à narrativa principal.

No caso dos *podcasts* que têm o radiojornalismo narrativo como estrutura, os espaços virtuais compõem-se como estratégicos repositórios, trazendo para o ouvinte informações complementares, como fotografias, vídeos e outros tipos de arquivo relacionados com o acontecimento. A produção *In The Dark*, por exemplo, tem nove episódios de *podcasts* distribuídos por agregadores, e, além deles, a produção contou com materiais adicionais no *site* da série, como

perfis de personagens centrais na história; nove vídeos, entre produções do grupo de jornalistas da APM Reports e material de arquivo ou acervo pessoal das fontes; sete produções baseadas em texto sobre ciência criminal que ampliam temas vinculados a acontecimentos ou sujeitos apresentados nos podcasts como protagonistas ou coadjuvantes em episódios específicos e quatro timelines simples construídas a partir da apuração realizada pela equipe da APM Reports que auxiliam na compreensão geral do caso Wetterling, desde a noite do sequestro até o acordo realizado com o assassino confesso, Danny Heinrich (Lopez *et al.*, 2018, p. 10).

Além da experiência imersiva amplificada pela tecnologia, como o uso do binaural e desses espaços virtuais, os *podcasts* em questão lançam mão de estratégias imersivas fundamentadas na estrutura narrativa. Com base nisso, recorremos a um estudo exploratório e a uma análise descritiva que, segundo Triviños (1987, p. 110), “pretende descrever ‘com exatidão’ os fatos e fenômenos de determinada realidade” para propor, então, os seguintes pontos como forma de acionar a experiência imersiva por parte do ouvinte. São eles:

- 1) A **humanização**, que caracteriza a narrativa radiofônica, já que esta se compõe como uma estratégia de proximidade com o ouvinte – é o caso, por exemplo, da “Rádio Ambulante” (Alarcón, 2020), que valoriza as personagens do cotidiano e suas histórias de vida, retratando aspectos como certezas, medos, conquistas, fracassos, evolução, entre outros. Essa é, inclusive, uma das bases para histórias de interesse humano;
- 2) A **fala do jornalista/apresentador em primeira pessoa** e direcionada ao ouvinte, visando estabelecer uma relação de diálogo e laços de intimidade, como quem compartilha impressões e conta segredos – O *podcast* “Vozes: histórias e reflexões” (Viana, 2020a), da Rádio CBN, por exemplo, começa com a sugestão de que o ouvinte

use fones de ouvido para mergulhar nas histórias. Além disso, em alguns episódios, a apresentadora Gabriela Viana inicia o *podcast* compartilhando experiências pessoais: “Eu não sei se isso acontecia com você, mas, quando eu era pequena, tinha medo de monstros”, sempre conversando com o ouvinte: “[...] neste momento, quero pedir a você que pense num desses ciclos que te marcou”. Essa proposta de um exercício mental que parte do apresentador também contribui para um maior envolvimento do ouvinte com o narrado.

3) A **condução emocional da história**, que ocorre por meio dos elementos da linguagem radiofônica, como as falas presentes nas narrativas, o silêncio, a música e os efeitos sonoros – em “Bastidores do Caso Bernardo” (Massaro, 2020), a trilha é usada para criar tensão e despertar o interesse do ouvinte. A narrativa do jornalista, combinada com o silêncio entre as frases, também evidencia essa condução emocional, como em “[...] pra ser sincero, houve poucos dias que não me peguei pensando naquela semana. Os motivos você entenderá a partir de agora nesse podcast [...]”, criando um clima de suspense e de expectativa;

4) O **uso de sonorais**, sejam elas nas vozes de personagens, sejam trechos retirados da imprensa, como rádio e televisão, substituem as aspas no jornalismo impresso e conferem autenticidade ao que é falado, referenciando diretamente a fonte e reforçando o aspecto real da narrativa – em “Dr. Morte” (Beil, 2018), um *podcast* “dublado” da versão americana Dr. Death, os produtores optaram por deixar a voz original dos entrevistados ao fundo da dublagem em português, o que retoma os reais depoimentos das testemunhas, sem deixar margem para que o ouvinte pense tratar-se de uma história fictícia. Já os trechos retirados da imprensa, como de telejornais ou documentários, estão presentes na maioria dos *podcasts* narrativos, conferindo veracidade à história e contextualizando o ouvinte com o discurso empregado à época do acontecimento retratado.

5) A **descrição das cenas** retratadas e dos locais do acontecimento, contribuindo para que o ouvinte consiga guiar sua imaginação para o mais próximo possível da realidade – como exemplo, destacamos o trecho retirado do primeiro episódio do *podcast* “Praia dos Ossos” (Vianna, 2020): “A gente ficou a maior parte do tempo de costas pro mar, examinando uma fileira de casas a poucos passos da areia. Parecia que a gente ‘tava’ tentando identificar o culpado naquelas filas de suspeitos na delegacia”.

6) A **ambientação do local** sobre o qual se fala ou de onde se fala por meio da paisagem sonora real, gravada *in loco*, seja ela feita pelo próprio podcast, seja reproduzida – a título de exemplo, destacamos o primeiro episódio do “Caso Evandro” (Mizanzuk, 2018), quarta temporada do Projeto Humanos, em que há a reprodução de um trecho em que o apresentador descreve um vídeo institucional que fazia propaganda à cidade de Guaratuba, local retratado pela história: “Neste vídeo são mostradas cenas de ruas pavimentadas, pessoas andando na praia, a estátua do Cristo na cidade, tudo acompanhado por músicas que mostram que estamos, de fato, no início dos anos 90”. Combinando a oralidade da sua fala com a reprodução de tais músicas e o som ambiente, é possível formular imagens mentais para que o ouvinte se sinta inserido no cenário por meio dos sentidos estimulados.

7) **O metajornalismo**, ou a autorrepresentação do jornalismo – dessa forma, o ouvinte pode conhecer mais a fundo o processo de apuração e os bastidores da produção da informação e gravação dos *podcasts* e, como consequência, compreender porque algumas escolhas são feitas em detrimento de outras durante a produção. Para ilustrar esse recurso, apontamos o quinto episódio do “Caso Daniel” (Wilkson & Torralba, 2020), a segunda temporada de Futebol Bandido: “Conversei por telefone com Ludimilla. Ela trabalhava como modelo e dizia que, durante uma balada em Belo Horizonte, Daniel tinha insistido em ficar com ela [...] Mas o relato de Ludimilla era impreciso. Ela dizia achar que o caso teria acontecido em 2012, mas não se lembrava de pessoas que viram a cena e nem o nome do estabelecimento. Por causa disso, a gente optou por não publicar o relato de Ludimilla. Fora a imprecisão, ele parecia não acrescentar nada sobre os motivos e as circunstâncias que levariam o jogador à morte anos depois”.

Esses elementos fazem a narrativa sonora ser compreendida não apenas com base em sua técnica, mas também amparada na experiência imersiva. A crescente produção de *podcasts* nessa modalidade retrata uma revitalização da importância do áudio ao despertar novas experiências sonoras. Se o áudio por si só pode ser considerado um formato imersivo por essência, essas produções acusticamente elaboradas visam, ainda, tornar o ouvinte um participante no desenrolar da história, atuando como testemunha dos acontecimentos e partilhando da investigação ao lado do apresentador/jornalista.

Para Kischinhevsky (2018), a experiência imersiva demanda uma escuta atenta, fato que tem se tornado uma característica própria do consumo de *podcasts*. O enredo, como vimos, contribui para prender a atenção do ouvinte e pode, ainda, lançar mão de outras

técnicas, como o acionamento do *storytelling* (Viana, 2020c) e ganchos que remetem para a dramaturgia.

A partir desse trabalho, percebemos que novas linhas de investigação precisavam ser ativadas. Em primeiro lugar, a fala do jornalista em primeira pessoa levanta questões relacionadas com a atividade jornalística que mereciam serem observadas. Com base nisso, demonstramos que, ao usar a primeira pessoa, é possível que o jornalista também reforce códigos deontológicos da profissão (Viana, 2021).

Além disso, ao usar a primeira pessoa, o jornalista torna-se personagem da história que conta, assim como o próprio jornalismo, já que são evidenciados os processos de apuração decorrentes da busca pelo esclarecimento dos fatos narrados. Então, o metajornalismo também demanda um olhar mais específico e constitui-se como objeto da continuidade dessa pesquisa, mas ainda em andamento.

Conclusão

Retomando alguns pontos da discussão realizada ao longo deste trabalho, percebemos que a imersão pode ocorrer tanto no âmbito da produção quanto no do consumo. O primeiro, num radiojornalismo narrativo voltado para *podcasts*, se materializa na investigação realizada pelo jornalista, pois, como lembra Kischinhevsky (2018), essas produções investem na apuração em profundidade.

Em relação à imersividade na fruição dos conteúdos, a maioria das estratégias utilizadas nessa modalidade de *podcasts* é proveniente daquelas utilizadas pelo rádio tradicional: se os principais objetivos do jornalismo imersivo têm como fundamento transportar o leitor/telespectador/usuário para o local dos acontecimentos, o rádio é um meio de comunicação que faz isso por meio da sua linguagem sonora há muito tempo; se o objetivo é que o público se sinta próximo da história, a sensação de intimidade já está enraizada nas produções radiofônicas.

A partir disso, propusemos sete estratégias narrativas que potencializam a experiência imersiva do ouvinte com base na estruturação e condução da história. São elas: 1) Humanização do relato; 2) Narrativa em primeira pessoa; 3) Condução emocional; 4) Uso de sonoras; 5) Descrição de cenas e dos locais do acontecimento; 6) Ambientação do

local; 7) Metajornalismo. Com base nesses pontos, é possível planejar e produzir um radiojornalismo narrativo com potencialidades imersivas.

Além de verificarmos que o processo de imersão está relacionado com as decisões e as estratégias de composição da narrativa sonora, vimos que tal experiência pode ser potencializada pelas plataformas digitais e pelas novas tecnologias. O uso do áudio binaural, por exemplo, proporciona camadas auditivas imersivas sobrepostas à realidade e reforça o objetivo da transposição espaço-tempo pelo ouvinte.

Além dele, o uso de banco de dados e de outros elementos parassonoros intensificam o valor-experiência da narrativa. Já as estratégias imersivas inseridas no próprio conteúdo sonoro atuam como parte de um projeto acústico que pode englobar, ainda, um projeto dramático e o uso do *storytelling*.

REFERÊNCIAS

- Alarcón, D. (Apresentador). (2020). *Rádio Ambulante*. [podcast áudio]. National Public Radio. <https://radioambulante.org/>.
- Bachelard, G. (2005). Devaneio e rádio. In E. Meditsch (Org.). *Teorias do rádio: textos e contextos* (Vol I). Insular.
- Beil L. (Apresentadora) (2018). *Dr. Morte* [podcast áudio]. Wondery. <https://wondery.com/shows/dr-morte/>.
- Benjamin, W. (1994). *Magia e técnica, arte e política: obras escolhidas* (7.^a ed). Brasiliense.
- Berry, R. (2020). There are just 3 types of podcast. *Radio & Podcast Academic*. <https://richardberry.eu/there-are-just-3-types-of-podcast/>
- Binaural e surround têm efeitos diversos. (2010, 28 Julho). *Folha de São Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/tec/tc2807201008.htm>.
- Cordeiro, W. R. & Costa, L. (2016). Jornalismo imersivo: perspectivas para os novos formatos. *Leituras do Jornalismo*, Ano III, 2(6), 99-116.
- De La Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Spanglang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M. & SLATER, M. (2010). Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291-301.
- Domínguez, E. (2015). Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen em la interfaz e interactividad del relato de actualidad. *El profesional de la información*, 24(4), 413-423.
- Eco, U. (1994). *Seis passeios pelos bosques da ficção*. Cia das Letras.

- Fonseca, A. A., Lima, L. & BARBOSA, S. O. (2019). *Uma proposta de framework teórico para análise da experiência no jornalismo imersivo*. 28.º Encontro Anual da Compós, Porto Alegre.
- Junior, D. B. V. & Forte, C. E. (2014). *Áudio 3D em jogos*. *Revista Tecnológica da Fatec Americana*, 2(1), 35-56.
- Kischinhevsky, M. (2018). *Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo*. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 5(10), 74-81.
- Longhi, R. R. & Caetano, K. (2019). *Valor-experiência no contexto do jornalismo experiencial*. *Galáxia*, 1(42), 82-95.
- Longhi, R. R. & Cordeiro, W. R. (2018). *No Jornalismo Imersivo, O Infográfico É Hiper*, *Revista Líbero*, 21(42), 160-174.
- Longhi, R. R. (2002). *Metáforas e Labirintos: a narrativa em hipertexto na Internet*. <http://nephijor.ufsc.br/wordpress/wp-content/uploads/2015/09/livrodissert-11.pdf>
- Longhi, R. R. (2018). *Narrativas imersivas no ciberjornalismo. Entre interfaces e Realidade Virtual*. *Rizoma*, 5(2), 224-234.
- Lopez, D. C. & Freire, M. (2020). *Inovação e narrativa multimídia em podcasts: um estudo de caso de Strange Bird*. *Temática*, 16(6), 59-75.
- Lopez, D., Viana, L. & Avelar, K. (2018). *Imersividade como estratégia narrativa em podcasts investigativos: pistas para um radiojornalismo transmídia em In the Dark*. 27.º Encontro Anual da Compós, Belo Horizonte.
- Lopez, D. & Viana, L. (2016). *Construção de narrativas transmídia radiofônicas: aproximações ao debate*. *Mídia e Cotidiano*, 10(10), 158-173.
- Massaro, H. (Apresentador). (2020). *Bastidores do Caso Bernardo* [podcast áudio]. Correio do Povo. <https://www.correiodopovo.com.br/not%C3%ADcias/pol%C3%ADcia/bastidores-do-julgamento-do-caso-bernardo-1.404378>.
- Meditsch, E. & Betti, J. G. (2019). *Os elementos sonoros na análise da informação radiofônica: em busca de métodos*. 16.º SBPJor, Goiânia.
- Mizanzuk, I. (Apresentador). (2018). *Caso Evandro*. [podcast áudio]. Projeto Humanos. <https://www.projetohumanos.com.br/temporada/o-caso-evandro/>
- Murray, J. (2003). *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no Ciberespaço*. Itaú Cultural-UNESP.
- Obici, G. L. (2008). *Condição da escuta: mídias e territórios sonoros*. 7Letras.
- Paiva, A. S. & Morais, R. (2020). *The revenge of áudio: o despertar do som binaural na era dos podcasts e das narrativas radiofônicas*. *Media & Jornalismo*, 20(36), 129-151.
- Paiva, A. S. (2019). *Reportagem aumentada: uma proposta para o jornalismo radiofônico*. In J. Canavilhas, C. Rodrigues & F. Giacomelli (Orgs.). *Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis* (pp. 101-121). Editora LabCom.IFP.
- Schaeffer, P. (1988). *Tratado de los objetos musicales: ensaio interdisciplinar*. Alianza.
- Souza, J., Fort, M. C. & Bolfe, J. S. (2020). *Produção Audiofônica: uma análise de estilos frequentes na podosfera brasileira*. *Radiofonias*, 11(01), 78-111.
- Schafer, M. (2012). *A Afinação do mundo*. Ed. da Unesp.
- Triviños, A. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais*. Editora Atlas.
- Viana, G. (Apresentadora). (2020a). *Vozes: histórias e reflexões*. [podcast áudio]. Rádio CBN. <https://audioglobo.globo.com/cbn/podcast/feed/580/vozes-historias-e-reflexoes> .

- Viana, L. (2020b). Áudio imersivo em podcasts: o recurso binaural na construção de narrativas ficcionais. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia (EJM)*, 17(2), 90-101.
- Viana, L. (2021). *O jornalismo em primeira pessoa em podcasts narrativos: encontros e tensões deontológicos*. 44.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife.
- Viana, L. (2020c). O uso do storytelling no radiojornalismo narrativo. *RuMoRes*, 14(27), 286-305.
- Vianna, B. (Apresentadora). (2020). *Praia dos Ossos* [podcast áudio]. Rádio Novelo. <https://www.radionovelo.com.br/praiadosossos/>.
- Wilkson, A. & Torralba, K. (Apresentadores) (2020). *Futebol Bandido* [podcast áudio]. Uol. <https://www.uol.com.br/esporte/videos/2020/09/15/caso-daniel-5-futebol-bandido.htm>.