



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA**  
**CAMPUS CAMPINA GRANDE**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO**

**KELIANE APARECIDA TAVARES BARBOSA**

**REPORTAGENS EM 360 GRAUS DA REDE RECORD: APROPRIAÇÕES DA  
REALIDADE VIRTUAL NO CONTEXTO DE JORNALISMO IMERSIVO**

**CAMPINA GRANDE – PB**  
**2016**

**KELIANE APARECIDA TAVARES BARBOSA**

**REPORTAGENS EM 360 GRAUS DA REDE RECORD: APROPRIAÇÕES DA  
REALIDADE VIRTUAL NO CONTEXTO DE JORNALISMO IMERSIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo científico apresentado à coordenação do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Área de concentração: Jornalismo digital.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

**CAMPINA GRANDE – PB  
2016**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

**B238r** **Barbosa, Keliene Aparecida Tavares**  
Reportagens em 360 graus da Rede Record [manuscrito] :  
apropriações da realidade virtual no contexto de jornalismo  
imersivo / Keliene Aparecida Tavares Barbosa. - 2016.  
30 p. : il. color.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro  
de Ciências Sociais Aplicadas, 2016.  
"Orientação: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva,  
Departamento de Comunicação Social".

1. Realidade virtual. 2. Jornalismo imersivo. 3.  
Convergência. I. Título.

21. ed. CDD 070.195

KELIANE APARECIDA TAVARES BARBOSA

**REPORTAGENS EM 360 GRAUS DA REDE RECORD: APROPRIAÇÕES DA REALIDADE VIRTUAL NO CONTEXTO DE JORNALISMO IMERSIVO**

Artigo científico apresentado à coordenação do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Área de concentração: Jornalismo digital.

Aprovada em: 18/10/2016

**BANCA EXAMINADORA**

FERNANDO FIRMINO DA SILVA  
Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Antonio Simões Menezes  
Prof. Dr. Antonio Simões Menezes  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Verônica A. de Oliveira Lima  
Prof. Me. Verônica Almeida de Oliveira Lima  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

À minha família, DEDICO.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por todas as maravilhas que tem proporcionado em minha vida. Agradeço aos meus pais Lourival e Maria José, pois sem eles eu não teria chegado até esse estágio da vida, em todas as ocasiões sempre me incentivaram para uma realização digna. Agradeço aos meus irmãos Cíntia, Pedro, Lais e Samuel por todo apoio durante toda a minha jornada acadêmica. Agradeço imensamente ao meu noivo Fillipe por todo amor e paciência.

Agradeço a minha família de fé os “*Guardiões da Luz*” por todos os momentos de ânimo e renovação da fé que me proporcionaram mesmo sem saber o quanto isso foi importante para mim. Agradeço aos amigos que fiz durante a caminhada na universidade, pois sei que todos puderam contribuir para que a jornada acadêmica ficasse mais leve e interessante.

Agradeço em particular ao meu orientador professor Fernando Firmino pela dedicação e paciência durante a realização do trabalho, aos integrantes da banca professor Antonio Simões e a professora Verônica Almeida por terem aceitado participar desse momento tão importante na vida de uma estudante.

E a todos os professores do curso de Comunicação que fizeram parte da minha formação por meio das disciplinas e debates em sala de aula, todos foram importante para a concepção de jornalismo que tenho hoje.

“O grande desafio do jornalismo digital é encontrar sua linguagem e democratizar suas interfaces.”

(Felipe Pena)

# REPORTAGENS EM 360 GRAUS DA REDE RECORD: APROPRIAÇÕES DA REALIDADE VIRTUAL NO CONTEXTO DE JORNALISMO IMERSIVO

Keliane Aparecida Tavares Barbosa<sup>1</sup>

## RESUMO

O artigo discute as narrativas em vídeos de 360 graus do telejornalismo da Rede Record através do uso da Realidade Virtual. Como estratégia metodológica, realizou-se uma revisão de literatura sobre o tema para compor o estado da arte, dos conceitos-chaves e observação sistemática de três reportagens produzidas através de ficha de observação, além de monitoramento do fenômeno e seu desdobramento. Posteriormente procedeu-se com a análise por meio de categorização das narrativas. Os resultados da pesquisa apontam para novas linguagens e formatos e a busca da adaptação da audiência para esse novo modo de jornalismo imersivo.

**Palavras-Chave:** Realidade Virtual. Jornalismo imersivo. Convergência

## INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos anos as novas dinâmicas têm transformado a produção jornalística. As mudanças foram facilitadas através de inovações tecnológicas que emergiram, principalmente a partir da década de 1990 com a digitalização e as redes digitais. Já imaginou estar em frente ao computador e se transportar para um local totalmente diferente? Há alguns anos essa possibilidade era quase que impossível, porém com os avanços tecnológicos agora é possível se transportar para um lugar específico utilizando a Realidade Virtual. O conceito de Realidade Virtual é bastante abrangente e foi criado na década de 1980 (TORI; KIRNER, 2006) para simulações de voo, depois passou a ser utilizada em diversas áreas como nos videogames, na psicologia no tratamento de transtornos de fobias, na arquitetura para projetos de espaços, entre outras aplicações.

O uso da Realidade Virtual no jornalismo vem emergindo há pouco tempo e pudemos identificar experiências em alguns grupos de comunicação como o The New York Times e The Washington Post (Estados Unidos), The Guardian (Reino Unido), El País (Espanha),

---

<sup>1</sup> Aluna de Graduação em Comunicação Social - Jornalismo na Universidade Estadual da Paraíba – Campus I. Foi bolsista da Iniciação Científica - PIBIC na cota 2014-2015 com prêmio pela pesquisa durante o XXII Encontro de Iniciação Científica da UEPB. Integra o Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade - MOBJOR/UEPB/CNPq. Email: [keliandatb1@gmail.com](mailto:keliandatb1@gmail.com)

Folha de S. Paulo, TV Globo (Brasil), que vem utilizando de forma esporádica. É nesse contexto de inovação e experimentações que a Rede Record está produzindo doze reportagens com a tecnologia de vídeos em 360°, esses vídeos estão sendo disponibilizados no Facebook. Escolhemos analisar o fenômeno pela Rede Record por ser a primeira emissora de Televisão do país a produzir efetivamente uma série de reportagens utilizando a Realidade Virtual. Neste primeiro momento para o Trabalho de Conclusão de Curso analisamos três reportagens (exibidas até a finalização deste artigo), porém pretendemos continuar com a pesquisa posteriormente em nível de mestrado para dar continuidade a esse estudo e às pesquisas durante a Iniciação Científica - PIBIC.

A partir da escolha do *corpus*, a análise busca compreender algumas questões fundamentais como: Qual o impacto da narrativa em Realidade Virtual no jornalismo? Como as reportagens se apropriam do recurso de 360 graus como formato para as narrativas? Qual o grau de imersão na produção dos vídeos de Realidade Virtual analisados? Com essas questões procuraremos compreender o fenômeno no estabelecimento da relação entre jornalismo e Realidade Virtual. O objetivo da pesquisa é observar a utilização da Realidade Virtual pelo jornalismo da Rede Record tendo em vista que atualmente essas experiências possuem um grande potencial em relação ao jornalismo na medida em que transporta o espectador para dentro do contexto da reportagem.

O perfil profissional exigido com as reconfigurações do jornalismo na web é bem maior, pois depende de muitos contextos e interligações entre os usuários. Antes, o Google tinha lançado óculos populares chamados Google Cardboard<sup>2</sup>, que ajudaram a disseminar o uso de RV. A pesquisa busca entender o processo pelo qual o jornalismo está passando nos últimos anos, desde a formação do profissional até o perfil exigido pelas grandes empresas de comunicação. Também traz uma análise de como o Jornalismo imersivo e o uso da Realidade Virtual está sendo aplicada no Facebook através da Rede Record, por ser uma experiência nova na televisão brasileira a análise se torna ainda mais pertinente. Para a pesquisa analisamos as três reportagens especiais com o intuito de caracterizar o formato e os usos que estão sendo feitos. Como estratégia metodológica foi realizado o mapeamento do fenômeno, observação sistemática das reportagens e categorizamos em *Narrativa*,

---

<sup>2</sup> Óculos de papelão feito pelo Google para experimentar a Realidade Virtual Disponível em: <<https://vr.google.com/cardboard/>> Acesso em: 10 ago. 2016.

*Audiência/engajamento e Elementos dinâmicos da narrativa* para melhor compreender as construções das narrativas.

Todavia, é pertinente situar que o engajamento atual pelo vídeo em 360° passou a ganhar espaço com a ferramenta do Facebook de inclusão de vídeos contendo esse recurso na rede social a partir de setembro de 2015. Segundo o comunicado oficial a intenção era o de trazer um conteúdo mais imersivo e algumas empresas já começaram a produzir conteúdo visando à distribuição através do Facebook, acreditamos que foi um dos impulsionadores na difusão dessa tecnologia.

Para o artigo, exploraremos a dimensão teórico-conceitual do fenômeno a partir do conceito de jornalismo imersivo, Realidade Virtual, mobilidade, entre outros, considerando um referencial teórico de autores fundamentais como Canavilhas (2006), Recuero (2012), Murray (2003), Salaverria (2010), Tori & Kirner (2006) Alzamora e Tárzia (2012), entre outros.

## **JORNALISMO IMERSIVO E NOVOS PARADIGMAS INFORMACIONAIS**

O modo de fazer jornalismo vem a algum tempo sendo reconfigurado a partir do surgimento da internet, novas possibilidades foram abertas para o jornalismo digital e a mobilidade (CANAVILHAS, 2006). Em um mundo cada vez mais conectado o jornalista precisa ter uma formação e um olhar para a mídia digital, para que o uso das mídias seja utilizado de maneira correta é preciso saber o funcionamento e todo o processo que há para esse segmento. Um dos aspectos importantes dessa nova reconfiguração são as reportagens aprofundadas e com maiores recursos. Segundo João Canavilhas (2006) as notícias passam a ter com recurso uma estrutura incluindo palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações fazendo com que cada um possa escolher qual o percurso de leitura irá fazer. No meio online é possível aprofundar os fatos, e utilizar diversas linguagens, inclusive a de Realidade Virtual.

Os potenciais da rede digital se "materializou" através das redes sociais. Segundo Raquel Recuero (2012) as conversações em rede foram potencializadas com os sites de rede sociais o que acaba amplificando as audiências algo que antes era restrito a apenas aquela rede de contatos se modifica com a utilização sites como Facebook e Twitter, por exemplo. "Os sites de redes sociais permitiram às pessoas publicar e ampliar suas redes, criando novas

conexões e novas formas de circulação de informação” (RECUERO E ZAGO, 2009 apud RECUERO, 2012, p. 123). A audiência dessas redes sociais se torna mais consistente, crescente e a conversação se amplia.

A agência We Are Social, especializada em pesquisas de mídias digitais, sociais e móveis, divulgou a pesquisa Digital IN 2016<sup>3</sup> que revela que 49% da população do Brasil possui uma rede social ativa e, segundo a mesma pesquisa, o Facebook é a rede social mais acessada no Brasil, possuindo o total de 31% da população que acessa a rede social por dia. “8 em cada 10 brasileiros conectados estão no Facebook” disse o diretor de parcerias estratégicas do Facebook, Ime Archibong, durante uma palestra concedida no evento Campus Party BR<sup>4</sup> que aconteceu em janeiro deste ano, em São Paulo. A partir desses dados é possível observar o quanto o Facebook está presente na vida dos brasileiros e tem o poder de influenciar em tecnologias como a de Realidade Virtual.

O pensar jornalístico neste contexto precisa estar interligado ao conteúdo, unido as diversas instâncias para dar uma diversidade e aprofundamento da informação. Canavilhas (2005) também propõe uma mudança na pirâmide invertida pela pirâmide deitada onde, na web, o leitor segue níveis de hierarquização que ficam disponíveis através de hiperlinks e hipertextos. “No webjornalismo, a quantidade (e variedade) de informação disponibilizada é a variável de referência, com a notícia a desenvolver-se de um nível com menos informação para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise” (CANAVILHAS, 2005, p.13). A Realidade Virtual poderia ser uma das dimensões para o jornalismo mais horizontal proposto por Canavilhas.

Do mesmo modo, a Realidade Virtual, diante da conjuntura de imersão, possui um dos principais agregadores de atrativo: a multimídia. Segundo Salaverría (2010) a multimídia, a hipertextualidade e a interatividade são as características mais marcantes do jornalismo na Web porém vem sendo notado que a instantaneidade, a memória, a ubiquidade e a personalização estão cada vez mais ganhando espaço na mídia online. Daí vem o fato de que com essa instantaneidade e personalização podemos notar que o jornalismo vem enfrentando mudanças, à medida que podemos interligar assuntos, acrescentar vídeos, áudios

---

<sup>3</sup> Digital IN 2016. Disponível em: < [http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/94-wearesocialsg\\_94BRAZIL](http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/94-wearesocialsg_94BRAZIL) > Acesso em: 26 set. 2016.

<sup>4</sup> Campus Party BR 2016. Disponível em: < <http://brasil.campus-party.org/2016> > Acesso em: 25 set. 2016.

entre outros recursos ao texto na web e, a Realidade Virtual é um dos formatos atuais a considerar.

Diante desta conjuntura, a prática do jornalismo em busca de uma maior imersão, é possível perceber as potencializações e consequências para o entendimento do fenômeno que está emergindo. Janet Murray (2003) trata o conceito de imersão no livro “Hamlet no Holodeck - O futuro da narrativa no ciberespaço” segundo a autora “imersão” é um termo que deriva de uma experiência física de estar submerso na água em busca de uma experiência psicologicamente imersiva a mesma impressão que obtemos num “mergulho” no oceano, a sensação de estar envolvido numa realidade completamente diferenciada que prende toda a nossa atenção.

O conteúdo mais imersivo vem há algum tempo chamando a atenção dos usuários seja através do recursos multimídia seja na tentativa através de descrição de sentimentos incluir o espectador no local. Trataremos o conceito de jornalismo de imersão com concepção de espaço e geolocalização de forma a delimitar um fenômeno utilizando contexto de Realidade Virtual. Sobre jornalismo de imersão Alzamora e Tárzia (2012) destacam que:

Jornalismo de Imersão seria a produção de notícias de modo a permitir às pessoas experimentarem como protagonistas situações ou eventos descritos em uma reportagem. Apesar de não ser nova a tentativa de trazer a notícia e a experiência vivida enquanto repórter o mais próximo possível do leitor ou telespectador, as tecnologias digitais ampliaram essas formas de participação e interação. A ideia fundamental do Jornalismo Imersivo seria permitir ao participante entrar em um cenário representativo da história, criado virtualmente.” (ALZAMORA; TÁRCIA, 2012, p. 31).

A experimentação e inclusão do leitor das sensações do repórter dentro da reportagem foi impulsionado através das tecnologias digitais ao longo dos anos, seja em aplicações multimídia e agora com a ideia de jornalismo imersivo, um jornalismo pensado na possibilidade do leitor se inserir na reportagem. As primeiras experiências e estudos de jornalismo imersivo foram feitos nos Estados Unidos desde a década de 1990, porém demoraram a serem realmente utilizados devido à falta de profissionais especializados e o custo da tecnologia (DOMÍNGUEZ, 2015). Com o tempo e as evoluções na tecnologia foi possível ter uma maior dimensão do quanto esse tipo de narrativa é importante para o jornalismo.

Domínguez (2015, p.420, tradução nossa) também afirma que Jornalismo Imersivo é “uma forma de narrativa que busca imersão através de técnicas interativas e visuais consistentes na promoção do papel ativo do usuário na conta e uma experiência sensorial da exploração espacial.”<sup>5</sup> Sendo assim, a experiência sensorial e espacial é uma forma de estar participando daquele acontecimento, como se estivesse mergulhado naquele fato, mesmo que não tenha a possibilidade de mudá-lo, mas está inserido nele. O jornalismo imersivo busca trazer novos formatos narrativos e colocar o espectador dentro da cena como se espera da Realidade Virtual através dos vídeos de 360 graus, que exploramos na sequência.

## **REALIDADE VIRTUAL NAS NARRATIVAS**

Antes de iniciarmos a discussão tratamos de diferenciar os termos Realidade Virtual (Virtual Reality - VR) e Realidade Aumentada (Augmented Reality - AR), é importante ressaltar que as duas “mexem com a realidade”, porém de formas diferentes. A RV tem caráter imersivo, ou seja, tem o intuito de levar o usuário a se sentir em um lugar totalmente diferente do que a pessoa se encontra. Já a AR projeta elementos digitais ao ambiente em que estamos, ou seja, os elementos digitais são mostrados no nosso cotidiano que é o que acontece com o jogo Pokémon GO.

O termo “Realidade Virtual” foi criado por Jaron Lanier na década de 1980 (BIOCCA; LEVY, 1995) com o intuito de unir a nova forma de simulação e trazer na virtualidade a realidade e tem como precursor os simuladores de voo. É um conceito abrangente, pois existem diversas formas de Realidade Virtual, seja nos jogos interativos, seja em tratamentos médicos, na construção de projetos arquitetônicos enfim, pode ser empregada em diversas formas, o nosso intuito nesse espaço é delimitar o uso da Realidade Virtual no jornalismo.

Segundo Tori e Kirner (2006) a Realidade Virtual se utiliza de múltiplas mídias, porém o mais importante é a interação que usuário tem sobre o que acontece em tempo real, uma grande diferença da multimídia é exatamente essa, a multimídia trabalha com imagens e sons pré-produzidos e na realidade virtual as imagens e sons são criados de acordo com a interação do usuário. Os autores ainda descrevem como seria o ambiente virtual:

---

<sup>5</sup> “El periodismo inmersivo es una forma narrativa que busca la inmersión a través de técnicas interactivas y visuales con - sistentes en fomentar el rol activo del usuario en el relato y una experiencia sensorial de exploración del espacio.” (DOMINGUÉZ, 2015, p. 420)

Nos ambientes virtuais, a interação mais simples consiste na navegação, que ocorre quando o usuário se movimenta no espaço tridimensional, usando algum dispositivo, como o mouse 3D, ou gestos detectados por algum dispositivo de captura, tendo como resposta a visualização de novos pontos de vista do cenário. Nesse caso, não há mudanças no ambiente virtual, somente um passeio exploratório. Interações, propriamente ditas, com alterações no ambiente virtual ocorrem quando o usuário entra no espaço virtual das aplicações e visualiza, explora, manipula e aciona ou altera os objetos virtuais, usando seus sentidos, particularmente os movimentos tridimensionais de translação e rotação naturais do corpo humano. (TORI; KIRNER, 2006, p. 3)

O ambiente virtual é criado para impulsionar as sensações e, na medida em que a experiência é executada, vai criando um cenário que possa remeter ao local em que se está inserido na medida em que movimenta o cenário, vão criando novos ângulos de visão que pode ser explorado. O principal na Realidade Virtual é poder se utilizar de técnicas e tecnologias para a criação do ambiente altamente imersivo. A ambientação, o som e a movimentação faz com que seja criada uma sensação de espaço e dimensão local aumentando o nível de imersão do leitor.

É possível encontrar diversos protótipos que tinham por objetivo fazer com que o usuário tivesse uma experiência diferenciada como é o caso da invenção do cineasta Morton Heilig na década de 1960, chamada de Sensorama<sup>6</sup>, que foi uma espécie de cabine onde era possível assistir filmes e possuía alguns dispositivos para uma simulação sensorial através de som estéreo, vibrações mecânicas, aromas e ar isso para proporcionar ao espectador uma viagem multisensorial (PIMENTEL, 1995, PACKER; JORDAN, 2001) por isso a indústria do entretenimento viu um grande aliado através da máquina. Na época a invenção não teve uma boa aceitação, mas ficou configurado como umas das primeiras experiências na busca de imersão através da tecnologia que integrasse todos os sentidos para que o usuário pudesse ter a sensação de fazer parte do filme exibido.

O uso da Realidade virtual no jornalismo tem sido cada vez mais aceito por grandes empresas de notícias e já é possível notar o quanto a aplicação tem a fazer pelo jornalismo, basta um maior olhar para a ferramenta. A maior parte do conteúdo em realidade virtual pode ser acessado com tecnologia que está disponível na maioria dos dispositivos móveis e computadores o que não necessita de um aparato altamente tecnológico para o consumo.

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.telepresence.org/sensorama/index.html> acesso em 14 set. 2016

Porém é preciso ressaltar que para a produção ter êxito é necessária uma câmera de captação 360 graus como, por exemplo, a Câmera Samsung Gear 360.

Em 2012 Nonny de La Peña fez uma das primeiras experiências envolvendo realidade virtual no jornalismo com o projeto “*Hunger in Los Angeles*”<sup>7</sup> que trata da fome que os americanos nos Estados Unidos sofriam e que muitas vezes as pessoas não tinham noção disso. A jornalista quis mostrar o desespero das pessoas numa fila para receber os alimentos, utilizando-se de avatares em 3D é possível observar toda a movimentação, inclusive acontece um episódio surpresa, pois uma pessoa cai por sofrer um coma diabético enquanto aguarda na fila, com essa situação o espectador pode sentir as reações das pessoas durante a cena e observar todas as faces daquele episódio. Sobre o projeto Peña (2015) retrata que:

A questão é que com a RV, realidade virtual, eu posso colocar você na cena, no meio da história. Ao colocar os óculos de RV, que acompanham onde quer que você olhe, você tem uma sensação corporal total, como se estivesse lá, na verdade. Então, há cinco anos, comecei a expandir os limites usando a realidade virtual e o jornalismo juntos. E eu queria fazer uma reportagem sobre a fome. Famílias nos EUA estão passando fome; bancos de alimentos, sobrecarregados, muitas vezes ficam sem comida. Eu sabia que não poderia fazer com que as pessoas sentissem fome, mas, talvez pudesse descobrir como fazer com que sentissem algo físico. (PEÑA, 2015, n.p (tradução nossa))<sup>8</sup>

A autora explica que a única forma de fazer com que as pessoas sentissem a realidade que estava acontecendo era transportar o usuário para a cena de forma a através da representação, modificando o olhar da pessoa em questão, só assim seria possível a identificação com o local e a realidade em volta. A utilização da realidade virtual nesse caso demonstra os primórdios da utilização aplicada ao jornalismo imersivo. Em 2014 Peña também desenvolveu o “Projeto Síria”<sup>9</sup> que tinha o intuito de tratar a guerra na síria pelo olhar dos refugiados, esse projeto foi importante para a conscientização sobre o que aquelas pessoas

---

<sup>7</sup> Hunger in Los Angeles, 2012. Disponível em: < <http://www.immersivejournalism.com/hunger-in-los-angeles-machinima-video/>> Acesso em: 10 ago. 2016.

<sup>8</sup> “So the deal is that with VR, virtual reality, I can put you on scene in the middle of the story. By putting on these goggles that track wherever you look, you get this whole-body sensation, like you're actually, like, there. So five years ago was about when I really began to push the envelope with using virtual reality and journalism together. And I wanted to do a piece about hunger. Families in America are going hungry, food banks are overwhelmed, and they're often running out of food. Now, I knew I couldn't make people feel hungry, but maybe I could figure out a way to get them to feel something physical.” (PEÑA, 2015, n. p.) No vídeo: O futuro das notícias? Realidade virtual - Nonny de La Peña. Disponível em: <[https://www.ted.com/talks/nonny\\_de\\_la\\_pena\\_the\\_future\\_of\\_news\\_virtual\\_reality/transcript?language=pt-br](https://www.ted.com/talks/nonny_de_la_pena_the_future_of_news_virtual_reality/transcript?language=pt-br)> Acesso em: 8 ago. 2016.

<sup>9</sup> “PROJECT SYRIA: An Immersive Journalism Experience”. 2014. Disponível em: < [https://www.youtube.com/watch?v=jN\\_nbHnHDI4](https://www.youtube.com/watch?v=jN_nbHnHDI4)> Acesso em: 8 ago 2016.

estavam passando em meio a guerra, se colocar no local. Um ponto importante destacado por Peña é o quanto o áudio ambiente produz no usuário a sensação e uma experiência ainda mais imersiva.

Em maio de 2015, o The New York Times lançou o NYT VR<sup>10</sup>, um aplicativo que oferece uma experiência em realidade virtual onde é possível acompanhar diversos conteúdos disponibilizados, o primeiro foi "*The Displaced*"<sup>11</sup> que conta a história de três crianças refugiadas da guerra da Síria e percorre pelos locais da guerra sob o olhar das crianças, essa reportagem rendeu ao jornal o prêmio Cannes Lions 2016. O jornal também fez a entrega de kits do Google Cardboard<sup>12</sup> para que os assinantes pudessem ter a experiência com a Realidade Virtual.

A primeira experiência espanhola com a Realidade Virtual, aplicada ao jornalismo, foi em abril deste ano quando o El País produziu a primeira grande reportagem em realidade virtual "*Fukushima, vidas contaminadas*"<sup>13</sup> que mostra, em aproximadamente 10 minutos, histórias de vários sobreviventes e os destroços do acidente nuclear que ocorreu em Fukushima, no Japão, em 2011, os personagens voltarem ao local do acontecimento e mostrarem onde viviam, o que acontecia em determinado lugar antes do acidente possui um teor bem emocional. O El País também lançou o aplicativo El País VR que abriga essa e outras reportagens em 360°.

Em abril deste ano, o The Guardian também fez uma experiência em Realidade Virtual com a reportagem "*6x9: a virtual experience of solitary*"<sup>14</sup> cujo nome já indica o confinamento em 6x9 que é tamanho do espaço que os presos ficam na solitária nos Estados Unidos. O vídeo quer mostrar os danos psicológicos sofridos por esses presos em ficarem 24 horas por dia confinados nesse pequeno espaço. A experiência é um tanto perturbadora, pois o pequeno tempo que passamos imersos naquele espaço é possível notar o quanto mexe com o psicológico, também a medida em que passa o tempo são mostrados os danos que esse

---

<sup>10</sup> NYT VR. Virtual Reality by The New York Times . Disponível em: <<http://www.nytimes.com/marketing/nytvr/>> Acesso em: 10 ago. 2016.

<sup>11</sup> The Displaced. (Os deslocados), 2015 .Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2015/11/08/magazine/the-displaced-introduction.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2015/11/08/magazine/the-displaced-introduction.html?_r=0)> Acesso em: 15 ago. 2016.

<sup>12</sup> Óculos de papelão feito pelo Google para experimentar a Realidade Virtual Disponível em: <<https://vr.google.com/cardboard/>> Acesso em: 10 ago. 2016.

<sup>13</sup> Fukushima, vidas contaminadas (PT) Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XOfEijZTLMI>> Acesso em: 22 set 2016.

<sup>14</sup> 6x9: a virtual experience of solitary confinement. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=odcsxUbVyZA>> Acesso em: 23 set. 2016

ambiente faz com o psicológico do preso. Para essa reportagem foi preciso muita pesquisa e articulação dos jornalistas na apuração dos dados e informação para ilustrar, é aí que está o poder do jornalismo, apresentar ao público a informação mostrando a sensação de estar no cenário.

No Brasil, uma das primeiras experiências envolvendo vídeo em 360° foi em dezembro de 2015 com o clipe “*O Farol*”<sup>15</sup> da cantora Ivete Sangalo, no Facebook conta com mais de 18 milhões de visualizações, essa experiência foi pioneira para o entretenimento, porém algumas empresas de comunicação começaram a ver que essas narrativas possuem um grande potencial para o jornalismo. O clipe também integra a lista dos dez vídeos em 360° mais vistos no Facebook<sup>16</sup>, sendo o único vídeo brasileiro da lista, entre os dez mais vistos temos uma reportagem do ABC News que fala sobre a tempestade de inverno na cidade de Nova York e algumas do National Geographic.

Em abril deste ano, a Folha de S. Paulo produziu um documentário “*Rio de Lama*”<sup>17</sup> que mostra, em 9 minutos de duração, os efeitos da tragédia na vila Bento Rodrigues após o rompimento da barragem da mineradora Samarco em Mariana, Minas Gerais, segundo o diretor Tadeu Jungle a ideia de fazer o documentário em realidade virtual foi o de sensibilizar as pessoas utilizando da tecnologia 360°. A Rede Globo também utilizou de forma esporádica para fazer teaser da série “*Supermax*” explorando o presídio<sup>18</sup> que a série utilizou como cenário, além de publicação de fotos em 360° no Facebook que dava a dimensão de cada personagem. A Rede Record também utilizava de forma esporádica.

Em agosto deste ano o Google também fez uma experiência imersiva com a criação da plataforma “*Beyond the Map*”<sup>19</sup> (Além do Mapa) que foi lançada a poucos dias das Olimpíadas que ocorreram no Rio de Janeiro, o projeto faz parte do site Google Arts & Culture que disponibiliza acervos artísticos de todo o mundo. O projeto tem intuito de mostrar as principais favelas do Rio de Janeiro algo que até pouco tempo nem era possível acessar através do Google Maps. Com a utilização de vídeos em 360° é possível adentrar nas favelas e

---

<sup>15</sup> Clipe “O Farol” no Facebook conta com 18 milhões de visualizações. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ivetesangalo/videos/10153890645188530/>> Acesso em: 22 set. 2016.

<sup>16</sup> Os 10 vídeos em 360° mais populares do Facebook até agora. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/os-10-videos-em-360-mais-populares-do-facebook-em-2016-ate-agora/58209>> Acesso em: 22 set 2016.

<sup>17</sup> Rio de Lama. Disponível em: <<http://www.riodelama.com.br/>> Acesso em: 22 ago. 2016.

<sup>18</sup> Supermax: explore o presídio da série da Globo em 360°. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wfSk3ocvRMI>> Acesso em: 3 set. 2016.

<sup>19</sup> Além do Mapa. Disponível em: <<https://beyondthemap.withgoogle.com/pt-br/>> Acesso em: 13 ago. 2016.

escolher qual o caminho que quer percorrer na cidade do Rio de Janeiro, também é possível fazer um tour pelo Cristo Redentor e a visita ao pier Mauá. Em uma plataforma imersiva, as pessoas podem fazer um tour em 360° por diferentes comunidades na companhia de personagens que mostram o seu dia-a-dia.

A utilização de vídeos em 360° no Facebook foi liberada no dia 23 de setembro de 2015, a partir dessa data as empresas começaram a disponibilizar os vídeos na Rede Social, no comunicado oficial os criadores do Facebook<sup>20</sup> se mostraram animados com a nova ferramenta tendo em vista que “Ao longo do tempo, vimos as pessoas gostarem mais dos conteúdos imersivos em seus feeds de Notícias. Essa é uma das razões pelas quais os vídeos tiveram sucesso no Facebook, e estamos animados para dar mais um passo com os vídeos 360.” A perspectiva de conteúdos mais imersivos foi notada por Mark Zuckerberg, presidente do Facebook, por isso a ideia de trazer os vídeos em 360° para o facebook. O Facebook tem sido um grande aliado na busca pelo compartilhamento de informações de forma mais ágil e com grande alcance (COSTA, 2014).

Outro aspecto importante da retomada dos vídeos de Realidade Virtual é a combinação dessas produções com tecnologias móveis através de aplicativos e óculos como Google Cardboard que vislumbram novas condições entre a produção e o consumo dessas narrativas que vão, dessa vez, para a mobilidade. Neste sentido, a discussão a partir da observação realizada das reportagens produzidas e do acompanhamento do fenômeno, nos permite compreender e interpretar essa nova etapa do jornalismo.

## **DISCUSSÃO DA PESQUISA: VÍDEOS EM 360 GRAUS EM SÉRIE DE REPORTAGENS DA RECORD**

Para a pesquisa analisamos três reportagens em realidade virtual feitas pela emissora Rede Record, que estão disponíveis uma na página oficial da emissora<sup>21</sup> e as outras duas na página oficial do Portal R7.<sup>22</sup> É uma inovação para a Televisão brasileira que busca inserir

---

<sup>20</sup> Comunicado oficial do Facebook no lançamento da nova ferramenta. Disponível em: <<http://br.newsroom.fb.com/news/2015/09/video-360-feed-no-facebook/>> Acesso em: 10 ago. 2016.

<sup>21</sup> Página oficial da Rede Record possui mais de nove milhões de seguidores no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/RecordOficial/>> Acesso em: 23 ago. 2016.

<sup>22</sup> Página oficial do Portal R7 possui mais de doze milhões de seguidores no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/porta1r7/>> Acesso em: 23 ago. 2016.

novos formatos narrativos visando a integração do conteúdo da televisão estendido para a rede social. A escolha do caso da Rede Record se justifica pelo fato de ser o caso brasileiro mais representativo por se tratar da primeira série de reportagem vinculada ao telejornalismo (Figura 1).

As inovações não ficam apenas nos vídeos em 360 graus no Facebook, mas a emissora também é a pioneira nas novas potencialidades do Instagram. Em Junho deste ano a página do Portal R7 publicou a primeira fotografia em 360 graus no Facebook, utilizou o aplicativo MSQRD que a proposta é aplicar máscaras e diversos tipos de filtros em tempo real em uma transmissão ao vivo no Facebook e também já utilizou em algumas ocasiões o recurso de Stories do Instagram, ou seja, é notável que a Rede Record tenha feito experiências significativas utilizando as novas funcionalidades que surgem.

No dia 24 de julho de 2016 o programa Domingo Espetacular da Rede Record fez uma reportagem<sup>23</sup> que mostrava as diversas formas de utilização da tecnologia em 360° e também fez o anúncio de que a Tv Record faria uma série de doze reportagens durante 12 meses, ou seja, uma reportagem por mês. Para estas foram utilizadas câmeras de gravação em formato de 360 graus e os vídeos foram disponibilizados na página oficial da Rede Record no Facebook.

**Figura 1** - Reportagem em 360 graus sobre a profissão dos "práticos"



Fonte: captura de tela

<sup>23</sup> Reportagem do Domingo Espetacular exibida no dia 24 de julho. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/domingo-espetacular/videos/realidade-virtual-nova-tecnologia-registra-videos-em-360-e-permite-interacao-com-imagens-24072016>> Acesso em: 24 jul. 2016.

O período de acompanhamento para esta pesquisa visando à coleta de dados ocorreu entre 24 de julho até 06 de outubro de 2016, monitorando os canais da Rede Record e do R7 e seus respectivos perfis em redes sociais. Para a análise utilizamos as categorias: *Narrativa*, *Audiência/Engajamento* e *Elementos dinâmicos da narrativa*. Na categoria *Narrativa* analisamos questões de estrutura da narrativa como: Duração, tema, cenários, personagens/repórter e produção da equipe. Já na categoria *Audiência/Engajamento* analisamos os dados de reações, compartilhamentos, comentários e visualizações que cada reportagem teve, respectivamente. Por fim, a categoria *Elementos dinâmicos da narrativa* observamos as potencialidades dos elementos da narrativa através dos aspectos: utilização do Google Cardboard, acesso multiplataforma, áudio ambiente, gráficos e infográficos, resolução dos vídeos, zoom e posicionamento da câmera.

Segue abaixo o quadro com os questionamentos formulados e os resultados coletados e analisados:

**Quadro - Ficha de observação das reportagens em 360 graus da Rede Record**

	<b>Itens</b>	<b>Reportagem 1</b>	<b>Reportagem 2</b>	<b>Reportagem 3</b>
<b>NARRATIVA</b>	Qual a duração?	2'57''	5'30''	6'08''
	Qual o tema?	Pontos famosos de São Paulo	Paraisópolis, maior comunidade de São Paulo	Profissional de praticagem no Porto de Santos - SP
	Que cenários foram explorados?	Estação da Sé, Avenida Paulista, Edifício Copan e Mercado Municipal	Ruas da comunidade, Casa de Maria Betânia, Salões de Beleza, Bar e Academia	Porto de Santos, Lancha e Navio porta container
	Há personagens nas cenas? O repórter tem passagens nas reportagens?	Não tem personagem e o repórter aparece	Há dois personagens e o repórter não aparece	Há um personagem e o repórter não aparece
	A produção é da equipe da TV?	Sim, da equipe do Domingo Espetacular	Não, é de uma empresa contratada	Não, é de uma empresa contratada
<b>AUDIÊNCIA/ ENGAJAMENTO</b>	Quantos compartilhamentos foram feitos?	3.373	4.580	13.340
	Quantas reações e engajamento dos usuários através de curtidas?	21.000	31.000	46.000
	Quantos comentários?	1.437	1.232	3.195
	Quantas visualizações alcançadas?	2.785.439	3.570.181	3.776.135

<b>ELEMENTOS DINÂMICOS DA NARRATIVA</b>	Permite uso de óculos de Realidade Virtual como Google Cardboard?	Não	Não	Não
	O acesso é multiplataforma (desktop, tablets e smartphones, televisão)?	Sim, é possível acessar com essas diversas plataformas, porém apresenta dificuldade de acesso em alguns aparelhos de smartphones e tablets	Sim, é possível acessar com essas diversas plataformas, porém apresenta dificuldade de acesso em alguns aparelhos de smartphones e tablets	Sim, é possível acessar com essas diversas plataformas, porém apresenta dificuldade de acesso em alguns aparelhos de smartphones e tablets
	O áudio ambiente das narrativas é realçado?	Utiliza o áudio ambiente	Utiliza o áudio ambiente, porém também insere trechos da música “Mandamentos Black” de Gerson King Combo	Utiliza áudio ambiente
	Há inserção de gráficos ou infográficos nas reportagens?	Não, apenas legendas fixas de identificação dos locais	Não, apenas legendas de identificação dos personagens	Não, apenas legendas de identificação dos personagens
	Qual a resolução dos vídeos?	Possui escolhas: no Desktop tem 1080p, 720p e 480p já no smartphone é possível escolher entre HD e SD	Possui escolhas: no Desktop tem 1080p, 720p e 480p já no smartphone é possível escolher entre HD e SD	Possui escolhas: no Desktop tem 1080p, 720p e 480p já no smartphone é possível escolher entre HD e SD
	Permite zoom?	Não	Não	Não
	A câmera se movimenta ou está num plano fixo?	A câmera é movimentada pelo repórter durante toda a reportagem	A câmera fica fixa durante a toda a reportagem	A câmera fica fixa durante grande parte da reportagem, porém tem momentos de movimentação

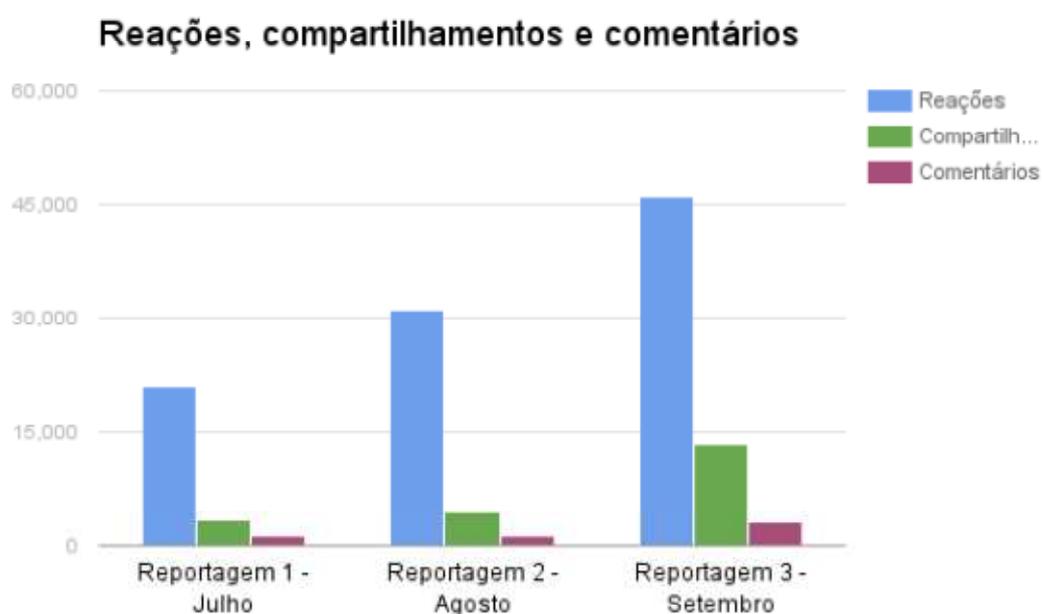
Fonte: Elaboração própria

A partir da ficha de observação, montamos a análise sistemática discutindo os principais pontos observados. Um ponto observado que é pertinente à discussão é que a primeira reportagem foi produzida pela equipe de jornalismo do programa Domingo Espetacular, através do repórter Raul Dias Filho, já as outras duas reportagens foram produzidas por uma equipe externa. A terceirização de serviços no jornalismo vem sendo discutido há certo tempo e demonstra certa falta de domínio na tecnologia, por ser preciso contratar empresas especializadas em filmes dessa natureza para produzir a reportagem. Outra questão é a temática escolhida para ser trabalhada nas reportagens, seguem um padrão, pois até agora o campo de exploração foi todo voltado para o estado de São Paulo.

Os dados coletados (Gráfico 1 e gráfico 2) tratam-se de comentários de usuários, compartilhamentos, audiência e engajamento do público de modo a poder descrever a

percepção e o impacto. Durante o período foram disponibilizadas três reportagens de Realidade Virtual em 360 graus. Os resultados da pesquisa são apresentados e discutidos na sequência através dos gráficos e das descrições dos dados.

**Gráfico 1** - Dados quantitativos das três reportagens



Fonte: elaboração própria

O gráfico, como resultado comparativo das reportagens nos quesitos de *reações*, *compartilhamentos* e *comentários* demonstram o engajamento do público e os padrões e variações de uma reportagem para outra. A primeira reportagem<sup>24</sup> (disponibilizada no dia 24 de julho de 2016) trata-se dos "Pontos mais famosos de São Paulo - Repórter Raul Dias Filho". A reportagem tem duração de 2'57" e teve 21.000 *reações*, 3.337 *compartilhamentos* e 1.437 *comentários*. Essa primeira reportagem mostra, seguindo a linha do vídeo exibido no Domingo Espetacular, o repórter Raul Dias Filho nos principais pontos da cidade de São Paulo, o repórter perpassa a Estação da Sé, Avenida Paulista, Edifício Copan e Mercado Municipal. Nesta reportagem houve um contexto transmídia devido ao fato de a ideia inicial

<sup>24</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/RecordOficial/videos/1164424450305896/>> Acesso em 24 jul. 2016

tenha vindo do programa na Televisão que fez uma reportagem mostrando as diversas formas de utilização da realidade virtual e dado a notícia de que a Rede Record faria essas doze reportagens que ficariam disponíveis no Facebook, sendo a primeira feita pelo Domingo Espetacular e que após essa matéria direcionou o público a página oficial da emissora no Facebook onde a reportagem estaria lá disponível para os internautas.

A segunda reportagem<sup>25</sup> (disponibilizada no dia 31 de agosto de 2016) trata-se de “Um dia em Paraisópolis”. A reportagem tem duração de 5’30’’ e teve 31.000 *reações*, 4.580 *compartilhamentos* e 1.232 *comentários*. Essa reportagem foi feita para mostrar como é uma sexta-feira em Paraisópolis, maior favela de São Paulo. A ideia da reportagem é mostrar o lado social da comunidade e para isso é utiliza-se na narrativa a história da personagem principal dona Maria Betânia, moradora da comunidade desde 1972. Ela fala sobre a criação e a evolução de Paraisópolis e também a importância do convívio em comunidade. O segundo personagem que aparece na reportagem é Paulo Brow, radialista, que narra sobre o “clima” da comunidade através de ritmos musicais e fala sobre o dia de sexta-feira na comunidade. Maria Betânia volta contando acerca de pontos de Paraisópolis como salão de beleza, uma conversa no bar e a academia. A personagem mostra sua felicidade em viver na comunidade sempre demonstrando um orgulho em falar da comunidade.

A terceira reportagem<sup>26</sup> (disponibilizada no dia 30 de setembro) é intitulada de “Como é a vida de um prático, o profissional que "manobra" navios em sua chegada ao porto?”. A reportagem tem duração de 6’08’’ e teve 46.000 *reações*, 13.340 *compartilhamentos* e 3.195 *comentários*. Essa reportagem dá visibilidade ao profissional de praticagem, uma profissão que é muito importante para o tráfego marítimo em qualquer porto onde possui grandes embarcações que precisam de manobra. Fábio Mello Pontes conta que é Prático desde 1969 e fez mais de 29 mil manobras de navios no Porto de Santos, São Paulo. Ele também descreve a profissão de prático e da responsabilidade que ele tem para a segurança das manobras. Também é possível adentrar no navio de container, visualizar o motor de mais de 20 mil cavalos e ver a tensão durante uma manobra do navio. A utilização da história do personagem para o desenrolar da reportagem foi bastante interessante tendo em vista que ele tem bastante experiência na área e é uma grande referência para os práticos do Porto de Santos.

---

<sup>25</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/porta1r7/videos/10154303900086638/>> Acesso em: 31 ago. 2016.

<sup>26</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/porta1r7/videos/10154381196691638/>> Acesso em: 30 set. 2016.

Vejam os gráficos que expõem a evolução das visualizações das reportagens ao longo da análise, delineando a audiência alcançada.

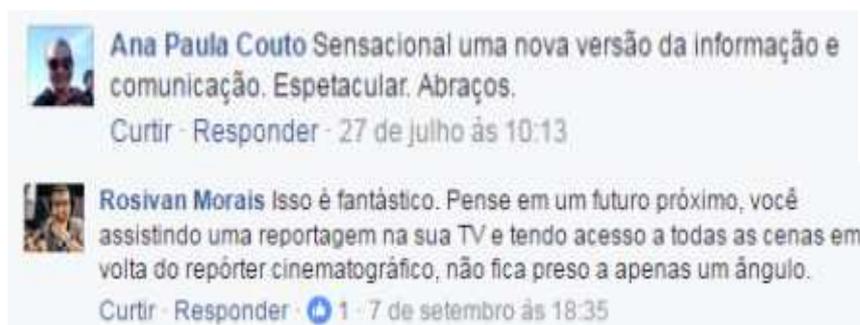
**Gráfico 2** - Dados quantitativos de visualizações das três reportagens



Fonte: Elaboração própria

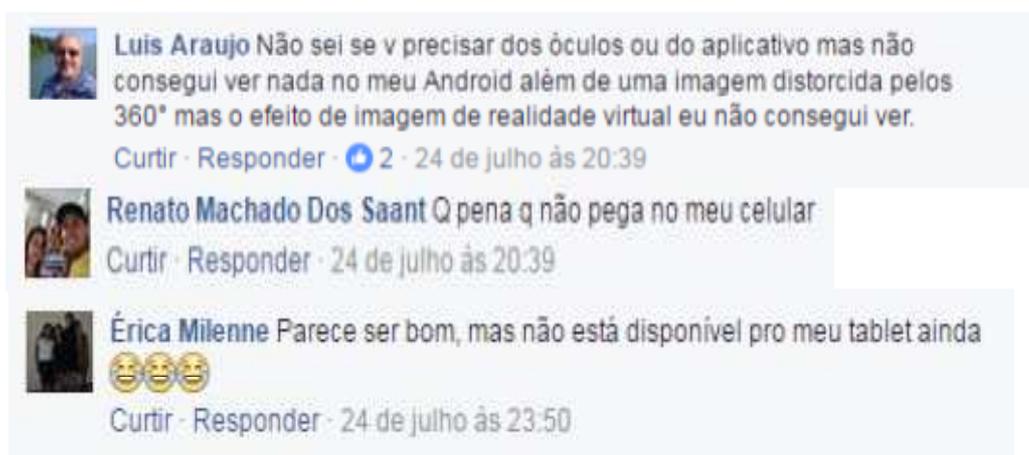
Este segundo gráfico demonstra a audiência representada pelas *visualizações* que as reportagens tiveram no Facebook. A primeira reportagem teve 2.785.439 *visualizações*, a segunda 3.570.181 *visualizações* e a terceira 3.776.135 *visualizações*. A partir da coleta de dados, de forma comparativa, foi possível notar o aumento no número de visualizações. As reportagens também sofreram mudanças e melhoramentos tanto em relação à duração quanto no quesito de narrativa dos fatos. Na primeira reportagem o público foi guiado da Televisão para a página no Facebook, mas nas outras esse condicionamento da Televisão foi retirado, o que levou a ser um conteúdo exclusivo para os seguidores da página no Facebook da Rede Record e mesmo assim o número de reações, compartilhamentos, comentários, e visualizações aumentaram significativamente. Houve um grande salto em relação ao alcance, mesmo sem o vínculo com a Televisão a audiência aumentou e até agora se mantém estável.

Os comentários das pessoas nas publicações seguem um padrão quanto a aceitação desse tipo de narrativa assim como o de dificuldade no acesso ao material. O conteúdo mais imersivo chamou a atenção do público que prevê melhorias na forma como o consumo de notícias está se modificando ao longo do tempo. Vejamos dois exemplos de comentários que mostram a sensação de alguns em relação à tecnologia aplicada ao jornalismo.



Fonte: Captura de tela

Alguns problemas foram encontrados, principalmente em relação ao acesso às reportagens por meio de *tablets* e *smartphones* e a decepção pela indisponibilidade do material no dispositivo é discutida após a publicação da primeira reportagem. Na primeira reportagem a quantidade de comentários reclamando que não é possível acessar pelo *smartphone* é grande, até por ser a primeira uma grande parcela do público talvez ainda não tiveram a oportunidade de acessar um vídeo em 360°. Vejamos alguns exemplos de reclamações recorrentes na primeira reportagem.



Fonte: Captura de tela

Na categoria Elementos dinâmicos das narrativas observamos: a qualidade da imagem, movimentação da câmera, áudio ambiente e a relação de interatividade com a narrativa na busca pela questão das potencialidades da narrativa e formas de consumo.

A qualidade da imagem observada nas três reportagens é de boa captação, vale ressaltar que a primeira reportagem, que é a dos pontos mais importantes de São Paulo, existe um pouco de perda na qualidade devido à movimentação da câmera com o repórter. Os vídeos estão disponíveis em formatos: 1080p, 720p e 480p e no dispositivo móvel é possível controlar entre HD e SD. A escolha de fixar a câmera na segunda reportagem dá a dimensão de que o espectador está apenas observando a cena, da mesma forma as pessoas muitas vezes não enxergam a câmera e seguem normalmente a sua rotina. A terceira reportagem já vem mesclando a primeira experiência com a segunda, a maior parte do desenvolver da reportagem é feita com a câmera parada, porém existem momentos em que o cinegrafista precisa se deslocar com a câmera de um cenário para o outro, é o que ocorre quando o prático Fábio Mello Pontes sai da lancha e chega ao navio então é possível ver o caminho que o prático percorre até a cabine de comando.

Uma forma de fazer com que a imersão ocorra é através do áudio. No caso analisado é perceptível que a utilização do som ambiente foi articulado como uma forma de aproximar o espectador ao ambiente. Na primeira reportagem existem cortes cenas e de som de modo brusco o que resulta em um choque de percepção de espaço nesse caso tem uma perda do grau de imersão. Na segunda reportagem em certos momentos foram inseridos uma música de fundo, mas é preservado o áudio ambiente e é possível notar de forma menos brusca como a primeira a mudança de espaço como a utilização de conversas como aconteceu no salão de beleza e no bar. A terceira utiliza o som do mar como fundo e pequenos diálogos entre o personagem e os comandantes do navio e percepção de mudança de cenário é guiada através do personagem.

Tentamos dar *zoom*, ou seja, aproximar a imagem de alguma forma, mas notamos que isso não é possível. Nas três reportagens analisadas não foram encontrados nenhuma arte ou gráfico explicativo, pois durante o desenrolar da reportagem os personagens ou o repórter falam diversos dados que poderiam estar em um infográfico ou arte ajudando na compreensão da narrativa.

## CONCLUSÃO

O artigo problematizou algumas dimensões das narrativas no jornalismo a partir do uso de vídeos em 360 graus na perspectiva da Realidade Virtual e do Jornalismo Imersivo. Além da discussão teórica empreendida, realizamos uma pesquisa empírica que nos permitiu compreender de forma mais aprofundada os desdobramentos dessas narrativas. Os dados demonstraram que a utilização vem tomando proporções pertinentes. A primeira reportagem enquanto narrativa ainda peca no formato, porém as duas seguintes demonstram um avanço na estrutura, na inserção de personagens também ajuda no formato.

A escolha da temática também foi um aspecto relevante, pois durante o mapeamento das experiências vimos que os temas precisam ter um grau de relevância e aprofundamento para poder ser escolhido ser tratado numa narrativa imersiva. Os dados coletados nos permitiram perceber a evolução de uma reportagem para outra em termos de audiência e de engajamento dos internautas. Podemos observar também que mesmo com os dados precisamos considerar a grande audiência invisível existente na rede social, ou seja, a audiência daquela pessoa que não reage, não comenta e não compartilha, apenas observa a publicação, mas não interage.

Ao retomarmos nossas questões de pesquisa, podemos inferir, partindo dos resultados e da análise, de que a Realidade Virtual tem contribuído com as narrativas jornalísticas e as novas formas de experimentações e inovações. A Rede Record fez uma apropriação dos recursos em 360º nas reportagens analisadas e fez com que de forma sistemática e com base nos dados coletados a aceitação do público teve um aumento significativo o que faz com que o jornalismo imersivo tenha mais força e impacto nas novas rotinas produtivas, na busca por um jornalismo mais aprofundado e colocando o usuário no local da narrativa.

A análise demonstra que o avanço no fenômeno, a escolha da Rede Record em fazer uma série sistemática realizando uma reportagem por mês, ressalta a importância da Realidade Virtual quanto narrativa. Os dados, apesar de ricos, carecem por outro lado de aprofundamentos futuros para que se tenha um melhor aprofundamento de como essas narrativas irão evoluir dentro do jornalismo, especialmente de televisão. Entretanto, o fato de a Rede Record terceirizar essa produção demonstra um deslocamento com o jornalismo ou a ainda incipiente experiência, que precisou de especialistas externos à equipe de jornalismo para poder lograr êxito e domínio da técnica de produção de vídeos em 360 graus.

## **REPORTS IN 360 DEGREE OF RECORD NETWORK: APPROPRIATION VIRTUAL REALITY IN THE CONTEXT OF JOURNALISM IMMERSIVE**

Keliane Aparecida Tavares Barbosa

### **ABSTRACT**

The article discusses the narratives in 360 degree videos of the Rede Record TV journalism through the use of Virtual Reality. As a methodological strategy, we carried out a literature review on the subject to compose the state of the art, key concepts and systematic observation of three reports produced by observation sheet, and monitoring of the phenomenon and its impact. Later he proceeded to the analysis by categorizing narratives. The survey results point to new languages and formats and the pursuit of audience adaptation to this new immersive journalism mode.

**Keywords:** Virtual Reality. Immersive journalism. Convergence.

## REFERÊNCIAS

- ALZAMORA, Geane & TÁRCIA, Lorena. **Convergência e Transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo**. SBPJor: Brazilian Journalism Research - v. 8, n. 1, 2012.
- BIOCCA, Frank.; LEVY, Mark. R.(Orgs). **Communication in the Age of Virtual Reality** . Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1995.
- CANAVILHAS, João M. **Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. 2005. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf> . Acesso em 21 set. 2016.
- CANAVILHAS, João M. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança.**, 2006 Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>> Acesso em 21 set. 2016.
- CANAVILHAS, João M.(Org) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. LabCom: 2014.
- COSTA, Caio T. **Um modelo de negócio para o jornalismo digital**. Columbia Journalism Review: ESPM, n. 9, 2014. Disponível em: <[http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/um\\_modelo\\_de\\_negocio\\_para\\_o\\_jornalismo\\_digital/](http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/um_modelo_de_negocio_para_o_jornalismo_digital/)> Acesso em: 24 set. 2016.
- DOMÍNGUEZ, Eva. **"Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz y la interactividad del relato de actualidad"**. In: El profesional de la información, 2015, julio-agosto, v. 24, n. 4, pp. 413-423. Disponível em: <[https://www.academia.edu/14283741/Periodismo\\_inmersivo\\_o\\_c%C3%B3mo\\_la\\_realidad\\_virtual\\_y\\_el\\_videojuego\\_influyen\\_en\\_la\\_interfaz\\_e\\_interactividad\\_del\\_relato\\_de\\_actualidad?auto=download](https://www.academia.edu/14283741/Periodismo_inmersivo_o_c%C3%B3mo_la_realidad_virtual_y_el_videojuego_influyen_en_la_interfaz_e_interactividad_del_relato_de_actualidad?auto=download)> acesso em: 03 set 2016.
- MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo, Itaú Cultural, UNESP, 2003.
- PACKER, Randall; JORDAN, Ken. (Orgs) **Multimedia: From Wagner to Virtual Reality**. Nova York: W. W. Norton & Company, 2001.
- PIMENTEL, K. & TEIXEIRA, K. **Virtual reality - through the new looking glass**. 2.ed. New York, McGraw-Hill, 1995.
- REALIDADE VIRTUAL. **Domingo Espetacular**. Rio de Janeiro: Rede Record, 24 de julho de 2016. Programa de TV. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/domingo-espetacular/videos/realidade-virtual-nova-tecnologia-registra-videos-em-360-e-permite-interacao-com-imagens-24072016> > Acesso em: 29 de jul 2016.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. In: SOSTER, Demétrio de A.; SILVA, Fernando F.. (Org.).

Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>> Acesso em: 12 set. 2016

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

R7. **Reportagem da Record em vídeo 360º atinge 1 milhão de visualizações no Facebook** Disponível em: <<http://noticias.r7.com/domingo-espetacular/reportagem-da-record-em-video-360-atinge-1-milhao-de-visualizacoes-no-facebook-26072016>> Acesso em: 29 jul 2016.

RIBEIRO, Igor. **Jornalismo em realidade virtual enfrenta dilemas éticos.** Meio e Mensagem, 2016. Disponível em: <<http://sxsw.meioemensagem.com.br/cobertura2016/2016/04/01/jornalismo-em-realidade-virtual-enfrenta-dilemas-eticos/>> Acesso em: 27 set. 2016

RODRIGUES, Catarina. **Redes sociais: novas regras para a prática jornalística?** Prisma.com: Especial Ciberjornalismo 2010, n.º 12, 2010. Disponível em: <<http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/757/684>> Acesso em: 27 ago. 2016

SALAVERRÍA, Ramón. **Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España.** Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

SALAVERRÍA, Ramón. **Estructura de la Convergencia de Medios.** In: LOPEZ, Xosé. & PEREIRA, Xosé. (Orgs) Convergencia Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, 2010, pp. 27-40. Disponível em: <[http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/11694/3/estructura\\_de\\_la\\_convergencia.pdf](http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/11694/3/estructura_de_la_convergencia.pdf)> Acesso em: 27 set. 2016.

TORI, Romero; KIRNER, Claudio; SISCOOTTO, Robson (Orgs). **Fundamentos e Tecnologia de Realidade Virtual e Aumentada.** Pré-Simpósio VIII Symposium on Virtual Reality. Porto Alegre: SBC, 2006. Disponível em: <[http://www.ckirner.com/download/capitulos/Fundamentos\\_e\\_Tecnologia\\_de\\_Realidade\\_Virtual\\_e\\_Aumentada-v22-11-06.pdf](http://www.ckirner.com/download/capitulos/Fundamentos_e_Tecnologia_de_Realidade_Virtual_e_Aumentada-v22-11-06.pdf)> Acesso em: 17 ago 2016.