

O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos¹

Luana VIANA²

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Este artigo 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. Realizamos, então, uma revisão bibliográfica para embasar uma análise exploratória e, como resultado, destacamos alguns pontos que acionam estratégias imersivas fundamentadas na estrutura narrativa.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast narrativo; Radiojornalismo; Imersividade; Áudio imersivo.

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 desses personagens várias vezes ao longo da produção; e ao fato de não haver uma restrição de tempo das sonoras utilizadas como ocorre no radiojornalismo convencional. Para ele, a maioria retoma crimes ou

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² 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). Email: lviana.s@hotmail.com

envolvem investigações marcadas por controvérsias, sendo 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 é recorrente pelos apresentadores, tendo como pano de fundo valores implícitos relacionados ao 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 com o 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. Realizamos, então, uma revisão bibliográfica para embasar uma análise exploratória.

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 e 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 a um mundo alternativo, diferente do mundo real em que o indivíduo pertence ou se encontra.

Para vivenciar essa experiência, contudo, é necessária uma disposição por parte do sujeito, algo semelhante ao que Eco (1994, p. 81) chama na literatura de “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). Murray (2003, p. 40) defende que “toda tecnologia bem-sucedida para contar histórias torna-se ‘transparente’: 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 do 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’, 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 como 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 que 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 como um formato imersivo por essência, mas que 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 e 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 anseios de sua audiência na nova ecologia de mídia. Entretanto, como vimos, a busca pela construção de uma narrativa imersiva não se inicia com a internet e 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.

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 sonoro com o objetivo de proporcionar a participação do ouvinte, seja ela de forma direta por meio da interação, ou indireta, por meio das escolhas relacionadas ao

consumo das produções. Nesses ambientes, há, então, a conjugação entre o conteúdo acusticamente elaborado e as possibilidades narrativas oferecidas pelas ferramentas digitais.

Para Lopez *et al.* (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, remediação, entre outros, 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”. Entretanto, 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).

³ Neste trabalho, não temos como foco aprofundar sobre 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).

A oralidade radiofônica, que se desdobra para produções de podcasts, tem na criatividade a base da sua construção narrativa na tentativa de entreter e prender a atenção do ouvinte. 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 sofisticam-se. 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, entretanto, 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 360º ao redor do usuário. Para dar essa percepção, o som binaural é indicado, mas existe a limitação da obrigatoriedade do uso do fone de ouvido⁴.

Apesar do 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 E 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

⁴ BINAURAL e surround têm efeitos diversos. Folha de São Paulo, São Paulo, 28 de julho de 2010. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/tec/tc2807201008.htm> Acesso em: 26 set. 2020.

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, 2018). Como resultado, Viana (2018) propôs uma categorização dividida em três eixos para o uso do áudio binaural na construção de narrativas ficcionais imersivas: 1) Na voz dos personagens; 2) Na ação sonora; e 3) No cenário sonoro.

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 características da rotina do radiojornalismo e que acabam se tornando um obstáculo para produções com grandes elaborações.

A imersividade no radiojornalismo narrativo em podcast

Deixando o *hard news* de lado, Paiva (2019) propõe o uso do áudio binaural associado à realidade aumentada na composição de reportagens radiofônicas, já que essas constituem-se 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 com foco 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 posterior 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 equipe

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, que “enquanto aplicação que sustente conteúdos auditivos revela-se menos potente” (PAIVA, 2018, 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 caracterizar-se mais como idealizações do que como realizações neste momento.

O jornalismo imersivo é assunto estudado por diversos autores (CORDEIRO E COSTA, 2016; DOMÍNGUEZ, 2015; LONGHI E 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 o foco desta nossa pesquisa recai sobre podcasts com narrativas jornalísticas, nos propomos a 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 em seguir a lógica da transposição das consciências, bem como o deslocamento de realidades, sejam motivados pelo estado psicológico ou pelos aparatos técnicos.

De maneira geral, Longhi e Cordeiro (2018, p. 160) pontuam que 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 jornalísticas⁵”.

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

⁵ 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.

autêntico, maior o potencial de aproximação da autenticidade na experiência do segundo” (FONSECA et al., 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: *Erfarhung* 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 - *Erfarhung* - 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, p. 3-4).

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

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 à 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 E 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 visto, oferecem recursos que podem aprofundar as informações apresentadas nos podcasts. Um levantamento realizado por Souza et al. (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 arquivos relacionados ao acontecimento. A produção *In The Dark*, por exemplo, possui 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, destacamos, então, os seguintes pontos que acionam esse recurso. São eles:

- a) A humanização, que caracteriza a narrativa radiofônica, já que esta compõe-se como uma estratégia de proximidade com o ouvinte – É o caso, por exemplo, da Rádio Ambulante, que valoriza os 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;
- b) 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, 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 monstros⁶”, sempre conversando com o ouvinte: “... neste momento, quero pedir a você que pense num desses ciclos que te marcou⁷”.
- c) A condução emocional da história, que pode ocorrer por meio dos elementos da linguagem radiofônica: como pelas falas presentes nas narrativas, pelo silêncio, música e efeitos sonoros – Em “Bastidores do Caso Bernardo”, 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;

⁶ Trecho retirado em 0’31”. Disponível em: <https://audioglobo.globo.com/cbn/podcast/feed/580/vozes-historias-e-reflexoes> Acesso em 29 set. 2020.

⁷ Trecho retirado em 0’20”. Disponível em: <https://audioglobo.globo.com/cbn/podcast/feed/580/vozes-historias-e-reflexoes> Acesso em 29 set. 2020.

- d) O uso de sonoras, sejam elas nas vozes de personagens ou 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*, 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 estão presentes na maioria dos podcasts narrativos, conferindo veracidade à história e contextualizando o ouvinte com o discurso empregado à época do acontecimento retratado.
- e) A ambientação e descrição das cenas retratadas e dos locais do acontecimento, também por meio da linguagem radiofônica, contribuindo para que o ouvinte consiga aproximar sua imaginação o mais próximo possível da realidade. Como exemplo, destacamos o trecho retirado do podcast *Praia dos Ossos*: “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”.

Esses elementos fazem com que a narrativa sonora seja 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 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, 2020) e ganchos que remetem à dramaturgia.

Considerações finais

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 fazer com que o público se sinta próximo à história, a sensação de intimidade já está enraizada nas produções radiofônicas.

Além disso, verificamos que o processo de imersão está relacionado às decisões e às estratégias de composição da narrativa sonora, e pode ser potencializado 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. 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 conteúdo sonoro atuam como parte de um projeto acústico maior que envolve uma paisagem sonora elaborada.

REFERÊNCIAS

BACHELARD, Gaston. Devaneio e rádio. In: MEDITSCH, Eduardo. (org.). **Teorias do rádio: textos e contextos – Vol I**. Florianópolis: Insular, 2005.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: obras escolhidas**. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERRY, Richard. **There are just 3 types of podcast**. *Radio & Podcast Academic*, Sunderland (UK), 29 de julho de 2020. Disponível em: <https://richardberry.eu/there-are-just-3-types-of-podcast/>. Acesso 16 ago. 2020.

CORDEIRO, William Robson; COSTA, Luciano. **Jornalismo imersivo: perspectivas para os novos formatos**. *Leituras do Jornalismo*. Ano III, Vol. 02, n.6, p. 99-116, 2016.

DE LA PEÑA, Nonny; WEIL, Peggy; LLOBERA, Joan; SPANLANG, Bernhard; FRIEDMAN, Doron; SANCHEZ-VIVES, Maria; SLATER, Mel. **Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News**. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), pp. 291–301, 2010.

DOMÍNGUEZ, Eva. **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*, v. 24, n. 4, pp. 413-423, 2015.

ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. São Paulo: Cia das Letras, 1994.

FONSECA, Adalton dos Anjos; LIMA, Luciellen; BARBOSA, Suzana Oliveira. **Uma proposta de framework teórico para análise da experiência no jornalismo imersivo**. In: *Anais do 28º Encontro Anual da Compós*. Porto Alegre: Compós, 2019.

JUNIOR, David Blanco Varela; FORTE, Cleberson Eugenio. **Áudio 3D em jogos**. Revista Tecnológica da Fatec Americana, 2(1), 22, 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **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, v. 5, p. 74-81, 2018.

LONGHI, Raquel Ritter; CAETANO, Kati. **Valor-experiência no contexto do jornalismo experiencial**. Galáxia (São Paulo. Online), v. 1, p. 82-95, 2019.

LONGHI, Raquel Ritter; CORDEIRO, William Robson. **No Jornalismo Imersivo, O Infográfico É Hiper**. Revista Líbero. São Paulo, v. 21, n. 41, 2018.

LONGHI, Raquel Ritter. **Metáforas e Labirintos: a narrativa em hipertexto na Internet**. Online, 2002. Disponível em: <http://nepijor.ufsc.br/wordpress/wp-content/uploads/2015/09/livrodissert-11.pdf> Acesso em 23 set. 2020.

LONGHI, Raquel Ritter. **Narrativas imersivas no ciberjornalismo. Entre interfaces e Realidade Virtual**. Rizoma, Santa Cruz do Sul, v. 5, n. 2, p. 224-234, jan. 2018.

LOPEZ, Debora Cristina; FREIRE, Marcelo. **Inovação e narrativa multimídia em podcasts: um estudo de caso de Strange Bird**. Temática - Revista eletrônica de publicação mensal, v. XVI, p. 59-75, 2020.

LOPEZ, Debora; VIANA, Luana; AVELAR, Kamilla. **Imersividade como estratégia narrativa em podcasts investigativos: pistas para um radiojornalismo transmídia em In the Dark**. In: Anais do 27º Encontro Anual da Compós. Belo Horizonte: Compós, 2018.

LOPEZ, Debora; VIANA, Luana. **Construção de narrativas transmídia radiofônicas: aproximações ao debate**. Mídia e Cotidiano, v. 10, p. 158-173, 2016.

MEDITSCH, Eduardo; BETTI, Juliana Gobbi. **Os elementos sonoros na análise da informação radiofônica: em busca de métodos**. Anais 16º SBPJor. Goiânia, nov. 2019.

MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no Ciberespaço**. SP: Itaú Cultural-UNESP, 2003.

OBICI, Giuliano Lamberti. **Condição da escuta: mídias e territórios sonoros**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2008.

PAIVA, Ana Sofia; MORAIS, Ricardo. **The revenge of audio**. Media & Jornalismo, 20(36), p. 129-151, 2020.

PAIVA, Ana Sofia. Reportagem aumentada: uma proposta para o jornalismo radiofônico. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina; GIACOMELLI, Fábio (Orgs). **Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis**. Covilhã: Editora LabCom.IFP, pp. 101-121, 2019.

SCHAEFFER, Pierre. **Tratado de los objetos musicais: ensaio interdisciplinar**. Madri: Alianza, 1988.

SOUZA, Juliana; FORT, Mônica Cristine; BOLFE, Juliana Simões. **Produção Audiofônica: uma análise de estilos frequentes na podosfera brasileira**. Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 78-111, jan./abr. 2020.

SCHAFER, Murray. **A Afinação do mundo**. São Paulo: Ed. da Unesp, 2012.

VIANA, Luana. **Áudio Imersivo: Recurso Binaural na Construção de Narrativas em Podcasts Ficcionais de Drama**. In: Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville: Intercom, 2018.

VIANA, Luana. **O uso do storytelling no radiojornalismo narrativo**. RuMoRes, v. 14, n. 27, p. 286-305, 16 jul. 2020.