

# ENTRE O ESTILO E A CONDIÇÃO SOCIAL:

## jornalismo imersivo e os paradoxos de legitimação na cultura empreendedora



MARCOS PAULO DA SILVA

*Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande – Mato  
Grosso do Sul – Brasil*

ORCID: 0000-0003-2868-4865

DOI: 10.25200/BJR.v19n2.2023.1548

Recebido em: 21/09/2022

Desk Review em: 01/12/2022

Editor de Desk Review: Paulo Nuno Gouveia Vicente

Revisado em: 12/04/2023

Aprovado em: 26/04/2023

**RESUMO** – Baseado em um diálogo teórico-metodológico com a teoria literária, o artigo de natureza ensaística busca caracterizar o jornalismo imersivo como gênero híbrido discutindo os eixos e níveis de fusão e apropriação entre diferentes padrões expressivos que tensionam a estabilidade das fronteiras dos formatos jornalísticos tradicionais. Além disso, procura identificar as características desta modalidade de jornalismo que são mobilizadas na construção de uma premissa de relegitimação do campo profissional no interior dos paradoxos em que elas emergem. O debate sustenta-se no argumento central de que no âmbito do jornalismo imersivo estabelece-se uma mediação hegemônica entre um estilo narrativo – um modo jornalístico de narrar – e a condição social – um padrão cultural hegemônico caracterizador do tempo presente, neste caso demarcado pelos imperativos da chamada cultura empreendedora.

**Palavras-chave:** Jornalismo imersivo. Cultura empreendedora. Relegitimação. Dimensão estético-expressiva.

### **BETWEEN STYLE AND SOCIAL CONDITION: immersive journalism and the paradoxes of legitimation in the entrepreneurial culture**

**ABSTRACT** – Based on theoretical and methodological dialogue with literary theory, the article, in an essay style, aims to characterize immersive journalism as a hybrid genre by discussing the axes and levels of merge and appropriation between different

expressive patterns that tension the stability of the borders of traditional journalistic formats. Moreover, it seeks to identify the characteristics of this type of journalism that are mobilized in the construction of an assumption for the relegitimation of the professional field within the paradoxes in which they emerge. The debate is based on the main argument that in the context of immersive journalism a hegemonic mediation is established between a narrative style – a journalistic way of narrating – and the social condition – a hegemonic cultural pattern that characterizes the present time, in this case demarcated by the imperatives of the so-called entrepreneurial culture.

**Key words:** Immersive journalism. Entrepreneurial culture. Relegitimation. Aesthetic-expressive dimension.

### **ENTRE EL ESTILO Y LA CONDICIÓN SOCIAL: el periodismo de inmersión y las paradojas de la legitimación en la cultura empresarial**

**RESUMEN** – A partir de un diálogo teórico-metodológico con la teoría literaria, el artículo de estilo de ensayo busca caracterizar el periodismo inmersivo como un género híbrido, discutiendo los ejes y niveles de fusión y apropiación entre diferentes patrones expresivos que tensionan la estabilidad de las fronteras de los formatos periodísticos tradicionales. Además, busca identificar las características de esta modalidad de periodismo que se movilizan en la construcción de una premisa de relegitimación del campo profesional dentro de las paradojas en las que emergen. El debate se basa en lo argumento central de que en el contexto del periodismo de inmersión se establece una mediación hegemónica entre un estilo narrativo – una forma periodística de narrar – y la condición social – un patrón cultural hegemónico que caracteriza el tiempo presente, en este caso demarcado por los imperativos de la llamada cultura empresarial.

**Palabras clave:** Periodismo inmersivo. Cultura empresarial. Relegitimación. Dimensión estético-expresiva.

## **1 A título de preâmbulo**

O que exatamente significa “sério” em Literatura? A pergunta provocativa do crítico literário italiano Franco Moretti (2003, p. 8), em ensaio no qual se debruça sobre o padrão narrativo dos romances europeus da metade final do século XIX, transcende seu caráter empírico. Por detrás do questionamento do autor reside um deslocamento teórico-metodológico mais amplo e profundo – um exercício de “*distant reading*”, para usar uma expressão do próprio Moretti (2013) – que se mostra pertinente de projeção também em outros objetos e campos do conhecimento (Silva, 2017). Afinal, para

efeitos analíticos, o autor aponta que o foco em questão – o que significa “sério”? – não está propriamente no conteúdo das obras literárias, mas na incorporação e no manejo pelos escritores do período de códigos estéticos e de elementos narrativos que remetem a características de fundo – valores culturais que se condensam na configuração de um “*ethos* sério” – demarcadores do estilo de vida hegemônico da burguesia novecentista:

Porque efetivamente, com o advento do *ethos* sério, e com a concomitante multiplicação dos enchementos, o romance encontra um ritmo novo, tranqüilo, um tipo de “neutralidade” narrativa que lhe permite funcionar sem ter de recorrer sempre a medidas extremas. Escreve-se e lê-se com um espírito novo, prosaico, sem esperar coisas inauditas a cada volver de página. Basta que a história seja “interessante” (...). O milenar liame entre o estilo e a condição social é assim conservado e ao mesmo tempo contornado. (Moretti, 2003, p. 8).

O “liame” entre o estilo e a condição social: a mediação que emerge no espaço simbólico entre um estilo narrativo – um padrão estético-expressivo – e uma determinada condição social – um padrão cultural – constitui-se aqui uma importante chave-explicativa que pode ser mobilizada em outros campos do conhecimento, a exemplo do jornalismo, foco deste artigo. Nesse sentido, o que Moretti (2003) indica em termos teórico-metodológicos é que as formas simbólicas – no caso em questão, os romances europeus novecentistas, mas, no escopo deste trabalho, as experiências de jornalismo imersivo – se manifestam como motores da hegemonia em um sentido gramsciano (Gramsci, 2004; Hall, 1977). Ademais, tal manifestação – o suposto “*ethos* sério”, no caso específico da análise de Moretti (2003) – não está propriamente nas características de quem as constroem – já que não seriam os escritores do período notadamente os representantes máximos destes valores que remetem à seriedade – mas na própria natureza formal e no conseqüente ritmo narrativo que a estética da narração materializa. Em suma, o autor observa na ritmização e nos ritos (muitas vezes ocultos) entranhados na vida privada e na vida cotidiana as chaves-explicativas para a disseminação social de determinadas formas simbólicas e de estilos narrativos. Não por acaso, o autor recorre a um trecho específico de uma obra de György Lukács publicada originalmente em húngaro no início do século XX, para reforçar seu ponto de vista:

A forma, numa obra, é o que organiza, num todo fechado, a vida que lhe é dada como assunto, aquilo que determina seu tempo, ritmo e flutuação, sua densidade e fluidez, sua rigidez e suavidade; aquilo que acentua as sensações percebidas como importantes e distancia as de menor importância; aquilo que coloca as coisas no primeiro plano ou no plano de fundo e arruma-as em ordem. (Lukács, 1981, pp.69-71, como citado em Moretti, 2007, p. 24).

Ao estabelecer este deslocamento teórico-metodológico, o crítico literário italiano busca identificar – tal como em um processo de decantação – a sedimentação da natureza ideológica entranhada nas formas simbólicas. Isto é, a partir da chave-explicativa da hegemonia, trata-se da relação que se estabelece entre os elementos formais da narração e a ritualização de um determinado modo de sociabilidade na vida cotidiana.

Todavia, no seio desta proposta de deslocamento teórico-metodológico, o que dizer das formas jornalísticas contemporâneas, em especial do chamado “jornalismo imersivo” (De La Penã et al., 2010; Aitamurto, 2018; Sánchez Laws, 2020; Mabrook, 2021; Herrera Damas & Benítez de Gracia, 2022; Greber, Aldering & Lecheler, 2023; Greber et. al., 2023), objeto da presente reflexão, cuja definição se dará à frente? Ou, ainda, como o aporte teórico-metodológico da crítica literária pode colaborar para o desvelamento da complexidade do objeto? Entende-se de antemão que a contribuição da “sociologia das formas simbólicas” advogada por Moretti (2007) pode ampliar de modo factível o horizonte de interpretação do tema. Afinal, uma vez mais adaptando a paráfrase do crítico italiano, o que pode significar ser “imersivo” em jornalismo e como tal relação se estabelece no universo da cotidianidade contemporânea?

O artigo vale-se, nesse sentido, de pressupostos oriundos da teoria literária como tentativa de conceder uma explicação alternativa para o fenômeno estético-expressivo do jornalismo contemporâneo em uma de suas manifestações mais inventivas. Não casualmente, por sua natureza ensaística, o fio condutor argumentativo que se segue ampara-se em categorias de análise inscritas sobremaneira no terreno da abstração e das analogias. Não se busca, portanto, respostas prontas ou o esgotamento do assunto, muito embora mantenha-se como foco principal o desvelamento das camadas de significação por detrás da concretude do objeto empírico do jornalismo imersivo.

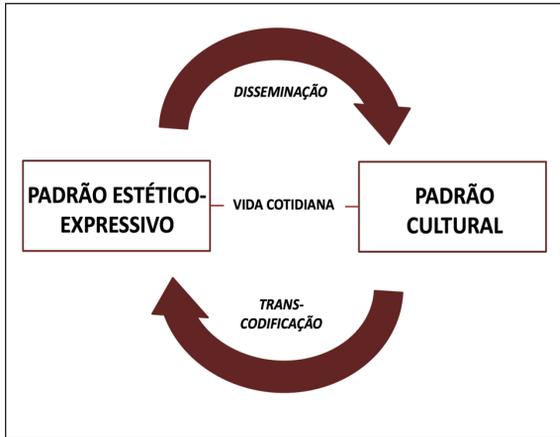
## **2 Pressupostos e dimensões teóricas das formas jornalísticas**

O artigo edifica-se em torno do argumento – não aleatoriamente inspirado no deslocamento teórico-metodológico proposto por Moretti (2003, 2007, 2013) – de que também no âmbito das formas jornalísticas contemporâneas – em especial no contexto do jornalismo imersivo – estabelece-se uma mediação hegemônica entre estilo narrativo – um modo de narrar em si – e a condição social – um padrão cultural caracterizador do tempo presente. Para valer-se da metáfora da “corporificação” (originalmente no inglês, “*embodiment*”), sugere-se que o estilo narrativo do jornalismo imersivo – cujo conceito materializado na referida metáfora é caro ao formato em termos estético-expressivos – corporifica, por assim dizer, elementos simbólicos da condição social por detrás de um padrão cultural que gradualmente galga seus degraus na hegemonia da lógica do capitalismo tardio (Dardot & Laval, 2016; Cardoso de Mello & Novais, 1998): a chamada “cultura empreendedora” (Cohen, 2015) – como será detalhado posteriormente.

Ainda que inscrito em um cenário de difícil verificação empírica em termos tradicionais da pesquisa em comunicação, o argumento em crivo não se estabelece em um vácuo. Ele vem acompanhado de alguns pressupostos de fundo, dois deles – tal como indicado no preâmbulo que abre este texto – emprestados da própria teoria literária de Moretti (2003, 2007, 2013), na tentativa de compreensão de um momento histórico que tem como uma de suas características a crise de legitimidade do jornalismo como instituição social. O primeiro pressuposto, assim, diz respeito ao fato de que nenhum padrão narrativo ou forma simbólica se dissemina socialmente se não encontrar respaldo em padrões culturais mais amplos pavimentados nos meandros da vida cotidiana (Moretti, 2003; 2007; Silva, 2017). Logo, as formas simbólicas difundem-se na medida em que encontram ressonância em elementos extralinguísticos presentes no horizonte da cotidianidade – como ilustra a sistematização no diagrama abaixo:

**Figura 1**

*Representação gráfica dos processos de disseminação e de codificação de padrões culturais por padrões estético-expressivos mediados pela vida cotidiana*



Fonte: diagrama elaborado para as finalidades deste artigo com inspiração na proposta teórico-metodológica de Franco Moretti (2003, 2007, 2013) e baseado em Silva (2013a).

Já a ideia de “forma como essência da trama”, trabalhada por Moretti (2003; 2007) na proposta de uma sociologia das formas simbólicas, abre caminho para a segunda pressuposição que fundamenta esta reflexão: entende-se que a codificação simbólica de variáveis culturais presentes na vida cotidiana não se estabelece apenas no plano do conteúdo de uma narração (como em cenários e personagens, por exemplo), mas – e sobretudo – em sua própria forma, no ritmo e na dimensão estético-expressiva do narrar (Moretti, 2003; Silva, 2017). Leituras sobre objetos empíricos distintos, como as abordagens culturalistas de Jesús Martin-Barbero (2003) para os melodramas e de Eric Hobsbawm (2008) para o jazz, embora sem referências diretas à proposta teórico-metodológica de Moretti (2007), ilustram a pertinência desta modalidade de aproximação de “passo atrás” – o “*distant reading*” (Moretti, 2013). O jornalismo, nesse ínterim, como uma espécie de narrativa híbrida do cotidiano (Faro, 2011), também dialoga com as estruturas simbólicas que estão presentes na vida cotidiana não somente em termos de conteúdo (os assuntos sobre os quais se narra), mas, essencialmente, em sua dimensão estético-expressiva (o seu modo de narrar).

Aporta-se, então, no terceiro pressuposto de fundo sobre o qual se erige a presente reflexão. De antemão, trata-se de premissa ancorada no entendimento de que o jornalismo de matriz informativa – na posição de motor de formas simbólicas hegemônicas devotadas à representação do cotidiano ao longo do século XX (a mais significativa dessas formas, a notícia) – materializa seu modo de narração do mundo em torno de três dimensões constitutivas: uma dimensão pragmática, uma dimensão ético-deontológica e uma dimensão estético-expressiva (Silva, 2022).

Por dimensão pragmática, entende-se as relações de plausibilidade e de verossimilhança entre a narração jornalística e a concretude do mundo fenomênico. De acordo com Gomes (2009, p.32), um “fato”, compreendido como elemento da realidade concreta, possui uma temporalidade sempre direcionada ao passado, no plano do “irrevogável”. Diferencia-se, nesse aspecto, de sua narração – o texto, em sua acepção mais ampla –, uma “tessitura discursiva” que se inscreve “nas tramas da linguagem”. Ambos – fato e texto –, todavia, são mediados por diferentes regimes de correlação e de relação com a realidade:

O texto, visto em si mesmo, é uma *configuração expressiva*, que produz sentidos que se referem a fatos reais, a fatos imaginários ou não se referem absolutamente a fatos. O seu efeito é o sentido. Já o texto, visto como fato ou parte de um fato, não é mais apenas uma configuração expressiva, mas desenvolve essa sua potencialidade inevitável tornando-se também e, sobretudo, uma *configuração pragmática*, um ente que, ao produzir sentido, produz também efeito prático, como todos os outros objetos e agentes inseridos na inter-relação factual. (Gomes, 2009, p. 33).

Nesse panorama, a atividade jornalística acaba por lidar cotidianamente com ambas as instâncias de produção de efeitos: os efeitos de sentido e os efeitos de realidade. Deriva daí a importância do entendimento de que o processo de conformação das notícias – a seleção dos acontecimentos noticiáveis e a construção da narração noticiosa –, pode envolver elementos relacionados tanto com a dimensão estético-expressiva quanto com a estrutura pragmática da realidade.

Por dimensão estético-expressiva, nesse contexto, entende-se o conjunto de elementos relacionados a estilo, apresentação e formato do jornalismo. Tais elementos não são inertes, tampouco neutros ou inocentes. Pelo contrário, eles estabelecem-se em torno do amálgama de fatos, eventos e opiniões em uma narração

e possuem um papel formativo que pauta o próprio modo como as notícias são apuradas, interpretadas e, conseqüentemente, formatadas a partir da mediação do conteúdo jornalístico (Darnton, 1975; Manoff, 1986; Barnhurst & Nerone, 2001). Sodré (2009) incorpora à discussão a ideia de ritmo oriunda da mediação entre a formatação das notícias (as formas simbólicas que assumem) e a rotinização da vida cotidiana.

Finalmente, a dimensão ético-deontológica institui-se em torno de valores profissionais críveis e de noções como autoria e autoridade jornalística (Vos & Moore, 2020; Vos & Finneman, 2017; Schudson, 1978). Com base nesses valores, o jornalismo constrói-se historicamente como uma instituição social (Vos, 2013) e transforma tal engendramento discursivo – a exemplo de argumentos como a busca pela “verdade” e a imparcialidade – em slogans adotados por toda a sociedade. A dimensão ético-deontológica ainda relaciona-se com o habitus profissional do campo jornalístico em uma perspectiva bourdieusiana (Bourdieu, 1997; Silva, 2013b). O campo jornalístico, nessa perspectiva, é interpretado como um espaço em constante tensionamento – “um microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte dos outros microcosmos” (Bourdieu, 1997, p. 55). Os valores ético-deontológicos do jornalismo também são metaforizados por Bourdieu (1997) como “óculos”, compreendidos como uma articulação simbólica no interior do habitus, espécie de “social incorporado” próprios do campo profissional (Silva, 2013b).

Explicitadas as dimensões constitutivas das formas jornalísticas, edifica-se o pressuposto de que no cenário contemporâneo de mudanças estruturais das práticas comunicativas – o que envolve o núcleo da produção jornalística – a dimensão estético-expressiva das notícias adensa-se sobre suas demais dimensões (isto é, sobre os aspectos ético-deontológicos e de verossimilhança), bem como sobre os parâmetros clássicos de “disponibilidade” e de “adequação” dos fatos (Gans, 2003). O diagrama a seguir ilustra o pressuposto em questão:

## Figura 2

*Representação gráfica do processo de sobreposição da dimensão estético-expressiva sobre as demais dimensões constitutivas das notícias*



Fonte: diagrama elaborado para as finalidades deste artigo com base em Silva (2022).

A conjuntura prevista no interior deste pressuposto proporciona terreno fértil para a compreensão da disseminação social de formas jornalísticas contemporâneas, a exemplo daquelas situadas no contexto da narração jornalística em torno da experiência em primeira pessoa, entre elas as diferentes formas de vídeo 360 graus (Aitamurto, 2018; Herrera Damas & Benítez de Gracia, 2022), a realidade virtual (De la Peña, 2015; De la Peña et al., 2010; Mabrook, 2021; Sánchez Laws, 2020; Greber, Aaldering & Lecheler, 2023) e a gamificação (Bogost et al., 2010; Vos & Perreault, 2020), que – embora com o apelo da “inovação” e do “engajamento da audiência” calcados na lógica contemporânea do empreendedorismo (Cohen, 2015) – contraditoriamente tensionam o estatuto histórico da prática profissional do campo jornalístico (Deuze & Witschge, 2018).

### 3 Objetivos e desenvolvimento dos argumentos

A legitimidade jornalística não é estática e tem sido continuamente renegociada em termos históricos (Tong, 2018; Vos & Thomas, 2018; Carlson, 2016). A presença simultânea de vetores conflitantes nas tendências de legitimação e de deslegitimação (Tong,

2018) sugere que em um contexto de crises múltiplas (econômica, cultural e institucional) em torno das práticas jornalísticas (Deuze & Witschge, 2018; Tong, 2018; Vos & Thomas, 2018; Reich & Godler, 2014; Lewis et al., 2008) uma série de respostas tem sido erigidas e ecoadas a partir do campo profissional do jornalismo não apenas em matéria de discurso institucional – ou metadiscurso (Carlson, 2016; Vos & Thomas, 2018) –, mas também no sentido de proposição de novos formatos e de estruturas narrativas inovativas, a exemplo das vertentes supramencionadas.

Embora tais formatos inovativos sejam costumeiramente relacionados a estratégias de um modelo de negócio calcado na expansão de novos flancos no mercado jornalístico (como uma reação prática das organizações jornalísticas para a crise econômica no campo) – uma espécie de “redenção” em termos de rentabilidade (Cohen, 2015; Moretzsohn, 2015) –, eles também são frequentemente ligados às ideias de fortalecimento do “engajamento das audiências” (*audience-engagement*) (Vos & Perreault, 2020; Mabrook, 2021) e da empatia (Sánchez Laws, 2020; Herrera Damas & Benítez de Gracia, 2022; Greber *et. al.* 2023) como valores centrais para legitimar as práticas jornalísticas internamente e externamente ao campo profissional.

Entretanto, estas estruturas narrativas inovativas também transcodificam/corporificam no modo de relação com os usuários (a usabilidade) e na forma de representação da realidade (em sua dimensão estético-expressiva) uma gama de valores socioculturais típicos do modo de produção capitalista contemporâneo que paradoxalmente contribuem para desestabilizar as próprias fronteiras tradicionais da prática jornalística, tais como as ideias – não raramente aventadas como slogans do capitalismo tardio (Dardot & Laval, 2016) – calcadas na personalização/individualização, na autonomia individual, no empoderamento de perspectiva (a perspectiva narrativa em primeira pessoa), além dos imperativos da produtividade e da autoeficiência (presentes nas narrativas dos games, por exemplo, nas quais é preciso conquistar objetivos e avançar fases).

Em termos de características hegemônicas pavimentadas na vida cotidiana que pautam, entre outras coisas, as estruturas profissionais e as condições contemporâneas de trabalho, tais imperativos constituem os mesmos valores socioculturais que materializam a chamada “cultura empreendedora” e que são incorporados no conceito de “jornalismo empreendedor” (Coen, 2015; Vos & Singer, 2016) – isto é, o estatuto de

“empreender” e de “conquistar” como uma responsabilidade individual – a despeito da precariedade de direitos e da expansão dos deveres que a concepção passa a significar, com a responsabilização individual por conquistas e falhas ao invés de uma atribuição organizacional e coletiva (Deuze & Witsche, 2018).

Aqui o paradoxo associado à ideia de relegitimação apresenta-se com duas facetas. Primeiramente, como mencionado anteriormente, o jornalismo imersivo – assim como outros formatos congêneres de estruturas narrativas inovativas – incorpora alguns dos mesmos valores socioculturais observados no processo contemporâneo de erosão das fronteiras edificadas em torno da dimensão ético-deontológica do jornalismo (Deuze & Witsche, 2018), tais como a dissolução da separação histórica entre as decisões editoriais e as decisões comerciais e o deslocamento das ideias de inovação e de lucratividade para o plano individual. Complementarmente e em um sentido mais ampliado, tais estruturas narrativas também respondem por um processo de tensão sobre alguns dos valores-chave do “regime de racionalização” (Silva, 2019) erigido gradualmente ao menos desde os dois últimos séculos e que pavimenta e delimita os limites das instituições sociais modernas, como a ciência, a justiça, o estado democrático de direito e, evidentemente, a própria imprensa (Vos & Finneman, 2017; Schudson, 1978).

Esses valores incluem noções como veracidade, precisão e validação (o estabelecimento de uma linha bem definida que separa a não-ficção da ficção e a consolidação de parâmetros para esta identificação), bem como – e com ênfase especial no caso do jornalismo – de autoria (isto é, a quem cabe responsabilizar-se por tecer a trama do argumento ou da narração). Nesse sentido, em termos expressivos, as estruturas narrativas noticiosas constituem uma forma significativa tanto de ponto de mirada para o mundo (Bourdieu, 1997) quanto de conhecimento jornalístico da realidade (Meditsch, 1997).

Seguindo o raciocínio anteriormente construído, entende-se que a proposição de novos e inovativos formatos jornalísticos – em especial no contexto do jornalismo imersivo, como será detalhado a seguir – quando entendida como uma resposta estratégica oriunda do interior do campo profissional como tentativa de relegitimação acaba por endereçar à necessidade de um nível alternativo – e mais robusto, por assim dizer – de argumentação. Ou seja, por um lado, tais formatos são vistos como possibilidades válidas para o futuro

das práticas jornalísticas com o potencial criativo de melhorar a arrecadação e o engajamento das audiências (Herrera Damas & Benítez de Gracia, 2022); por outro, entendidos como “gêneros híbridos” (Fagerjord, 2010), tais formatos edificam-se na base dos mesmos valores expressivos (personalização, produtividade, autoeficiência, etc.) que contribuem para desestabilizar as próprias fronteiras convencionais do campo jornalístico (Deuze & Witsche, 2018).

Nesse cenário, não por acaso, busca-se neste artigo: 1) caracterizar o jornalismo imersivo como um “gênero híbrido” (Fagerjord, 2010), discutindo os eixos e níveis de fusão e apropriação entre diferentes padrões expressivos que tensionam a estabilidade das fronteiras dos formatos jornalísticos; e 2) identificar as características desta modalidade de jornalismo (entendida como forma simbólica peculiar do capitalismo tardio) que são mobilizadas na construção de um argumento de relegitimação do campo profissional no interior dos paradoxos em que elas emergem.

#### **4 Jornalismo imersivo como gênero híbrido**

O conceito de jornalismo imersivo<sup>1</sup> é definido por De la Peña et al. (2010, p. 291, tradução nossa) – estudiosos pioneiros no uso e abordagem da modalidade – como “uma produção jornalística em formato pelo qual as pessoas podem incorporar experiências em primeira pessoa dos eventos ou das situações descritas nas notícias”. Para os autores, a “ideia fundamental” do jornalismo imersivo é “permitir ao participante realmente adentrar em um cenário recriado virtualmente como representação da notícia (...); o participante irá ser tipicamente representado na forma de um avatar digital, uma representação digital animada em 3D, e observar o mundo em primeira pessoa” (De la Peña et al., 2010, p. 292, tradução nossa). Ainda no terreno conceitual, os autores explicitam que “a aplicação da mídia digital interativa à prática jornalística abrange um amplo espectro que vai desde a ilustração e a infografia até a experiência em 3D incorporada aos videogames” (De la Peña et al., 2010, p. 292, tradução nossa). O jornalismo imersivo, por conseguinte, contempla diferentes escopos que adentram os terrenos da realidade virtual, da realidade aumentada e dos vídeos com captação em 360 graus.

Para além da tentativa de definição, outra importante contribuição de De la Peña et al. (2010) remete à discussão sobre a relação entre a

realidade virtual e o corpo humano no contexto do jornalismo imersivo. Para os autores, “um dos aspectos mais notáveis dos ambientes virtuais imersivos é que as pessoas tendem a responder de forma realista a situações e eventos virtuais, mesmo sabendo que estes não são reais” (De la Peña et al., 2010, p. 293, tradução nossa). Tal relação edifica-se em torno de três conceitos: 1) a “ilusão de localização” (*place illusion*) – a sensação de estar e interagir em um local virtual; 2) a “plausibilidade” (*plausibility*) – a sensação de que a situação operada está realmente acontecendo; e 3) a “propriedade do corpo” (*body ownership*) – a sensação de pertencimento que se cria de um corpo virtual operado pelo usuário. A mobilização destes três conceitos por intermédio das tecnologias pavimenta o terreno para a construção de experiências (sensíveis, fríase) em jornalismo imersivo (De la Peña et al., 2010, p. 294).

Por seu turno, Herrera Damas e Benites de Gracia (2022, p.332, tradução nossa), a partir de revisão bibliográfica, sistematizam o conceito de jornalismo imersivo como “um formato caracterizado pela representação de eventos em um cenário esférico gerado a partir de imagens reais no qual o espectador acessa, com autonomia de movimentos, a partir de uma perspectiva em primeira pessoa, com a sensação de estar presente no local”. Nessa modalidade de jornalismo, as representações podem ser interpretadas, experimentadas e respondidas como sendo reais. As experiências em realidade virtual, nesse sentido, “não somente possuem a sensação de serem mais reais do que outros formatos de narração jornalística, mas também oferecem a vantagem de criar um forte senso de conexão emocional com pessoas, eventos e lugares” (Herrera Damas & Benites de Gracia, 2022, p. 332, tradução nossa). Ademais, segundo as autoras, algumas pesquisas procuram estabelecer uma relação entre o jornalismo imersivo e o fomento da empatia nos usuários frente às ocorrências narradas, muito embora ainda não existam evidências científicas suficientes para garantir a validade desta correlação (Herrera Damas & Benites de Gracia, 2022; Sánchez Laws, 2020). Transcende-se, assim, tal como argumenta Dominguez (2014), o protagonismo outrora centrado na lógica da interatividade do processo, endereçando-se ao escopo de outras potencialidades narrativas que ampliam o interesse de novas audiências em torno de temas sob os quais anteriormente não gravitavam.

Finalmente, Herrera Damas e Benites de Gracia (2022, p. 332) propõem uma lista de seis “vantagens” do jornalismo imersivo frente a outros formatos de narrativas jornalísticas: 1) a imersão do espectador no evento; 2) a representação de um cenário esférico por meio de vídeos 360 graus com aparência tridimensional e níveis de profundidade; 3) o

controle do ponto de vista pelo espectador; 4) o uso de áudio espacial; 5) o papel mais ativo do espectador dentro do evento narrado, seja como observador, como personagem ou mesmo como protagonista da ação que está sendo representada; e 6) o senso de presença.

As experiências de jornalismo inovativo, entretanto, não se edificam livres de contradições e entraves deontológicos (Mabrook, 2021; Aitamurto, 2018). Nesse contexto, Aitamurto (2018) aponta a emergência de dois paradoxos normativos a partir da adoção das linguagens inovativas no jornalismo de imersão<sup>2</sup> (como o uso dos vídeos 360 graus e as experiências de realidade virtual). O primeiro paradoxo remete ao fato de que a visão omnidirecional em vídeo 360 graus fortalece e enfraquece, ao mesmo passo, a ilusão de exatidão nas imagens. Para a autora, “ao utilizar a manipulação de imagens, os jornalistas se distanciam dos limites normativos tradicionais para construir as ilusões de precisão e de objetividade. O jornalismo em 360 graus afasta-se, assim, do ‘como é’ e se dirige ao ‘como se’ nas representações visuais” (Aitamurto, 2018, p. 9, tradução nossa). Já o segundo paradoxo, em sentido semelhante, diz respeito ao fato de que, em sua busca por reportagens mais precisas e objetivas, os jornalistas acabam por comprometer normas que são caras ao próprio campo (novamente, as ideias de precisão e de objetividade). Em última instância, os dois paradoxos refletem a contínua renegociação das fronteiras normativas nas práticas do jornalismo visual avançado.

No contexto da presente reflexão, este jogo de contradições encontra consonância nos objetivos que servem de arrimo ao artigo. Assim, caracterizar o jornalismo imersivo como “gênero híbrido” (Fagerjord, 2010) a partir dos eixos e níveis de fusão e de apropriação de linguagens e de elementos expressivos que tensionam as próprias fronteiras deontológicas do campo – como será discutido na sequência deste tópico –, e identificar as características desta modalidade de construção jornalística mobilizadas como discurso de relegitimação da prática profissional no interior dos paradoxos em que emergem, são tarefas fundamentais para o desvelamento da complexidade por trás da temática mais ampla das novas tecnologias digitais aplicadas ao jornalismo.

Nesse ínterim, considerando a relação entre as três dimensões da notícia apresentadas anteriormente como premissa de fundo – a dimensão pragmática, a dimensão estético-expressiva e a dimensão ético-deontológica (Silva, 2022) – aporta-se em uma espécie de estrutura pendular que se move – sob a mediação do eixo da dimensão pragmática (a relação de verossimilhança com a realidade concreta)

– para a produção de sentido de realidade pelo jornalismo imersivo com o protagonismo da dimensão estético-expressiva sobre o estatuto ético-deontológico da prática profissional – tal como ilustra o diagrama:

### Figura 3

*Representação gráfica dos paradoxos normativos caracterizadores do jornalismo imersivo*



Fonte: diagrama elaborado para as finalidades deste artigo com base em Aitamurto (2018) e Silva (2022).

O protagonismo da dimensão estético-expressiva e seu adensamento sobre as demais dimensões expostas na figura 2 tomam contornos ainda mais delineados – tal como ilustrado na figura 3 – no cenário das formas inovativas de jornalismo que, em termos de legitimação, se pautam em conceitos como “engajamento” (Vos & Perreault, 2020; Mabrook, 2021) e “empatia” (Sánchez Laws, 2020; Herrera Damas & Benítez de Gracia, 2022; Greber et al., 2023), bem como na ressignificação dos ideais de “precisão” e “objetividade” (Vos & Thomas, 2018; Vos & Perreault, 2020), calcados majoritariamente na visualidade (e na decorrente sensorialidade) das experiências imersivas.

Por gênero híbrido, na perspectiva de Fagerjord (2010), entende-se um formato oriundo da “mixagem” de diferentes mídias e gêneros de linguagem<sup>3</sup>. De acordo com o autor, “mídias e gêneros

são combinações com muitas características que tradicionalmente ocorrem em bases estáveis”. Na internet, entretanto, “cada uma dessas características, cada uma das variáveis da equação, pode ser mixada no interior de um novo gênero em uma cultura de remix” (Fagerjord, 2010, p. 192, tradução nossa). O pesquisador norueguês identifica ao menos seis variáveis – ou eixos – que remetem à dinâmica de hibridização de mídias e gêneros para a construção de novos formatos midiáticos em um contexto de “pós-convergência”<sup>4</sup> – o que, em última instância, resulta em mudanças significativas no próprio campo jornalístico.

O primeiro eixo de mixagem é o “sistema de signos”, uma vez que uma mídia tradicional, como um jornal impresso, não é capaz de conter uma linguagem de outra mídia (como um áudio ou um vídeo), circunstância que é radicalmente alterada pelas linguagens digitais. A segunda variável consiste no “modo de aquisição”; isto é, antes do contexto da convergência midiática, os fluxos de aquisição eram determinados pelos meios (por exemplo, o momento de início de um telejornal na grade de uma emissora e a ordem de consumo das notícias), o que é substancialmente alterado por uma nova lógica de aquisição baseada no tempo e na sequência desejados pelo usuário – ou seja, o arraigamento da ideia de individualização e um forte golpe no conceito de “autoria” em sua dimensão tradicional. O terceiro eixo de mixagem endereça à ideia de “tela”, pois no contexto das mídias tradicionais um determinado tipo de produção midiática direciona-se a um tipo específico de “superfície” de consumo (por exemplo, um telejornal voltado ao aparelho de televisão, um radiojornal voltado ao aparelho de rádio, etc.).

Como quarto eixo, Fagerjord (2010, p.193) destaca o “modo de distribuição” das mídias, isto é, a relação entre o tempo necessário – a “latência” – para a criação e a distribuição de uma mensagem, bem como sua “permanência” de disponibilidade para acesso no espaço público. Um jornal impresso, por exemplo, possui uma latência relativamente longa (ao menos 24 horas) entre uma edição e outra, porém com permanência também duradoura. Já uma produção radiofônica hertziana possui um intervalo menor entre a criação e a distribuição (a possibilidade do “ao vivo” como característica), mas com permanência precária. Tal ideia de distribuição (a articulação entre latência e permanência) é substancialmente alterada com os novos repositórios digitais (a exemplo do Youtube, entre outros) e novos formatos duradouros (como o podcast – para manter-se no exemplo das formas sonoras).

Ao menos dois outros eixos são enfatizados por Fagerjord (2010): a “relação entre um gênero/formato midiático e a realidade concreta” e seu

“propósito” (também chamado pelo autor de “função social”). No primeiro caso, o teórico ressalta que “a distinção entre ficção e não-ficção passa a ser um continuum e não mais uma dicotomia” (Fagerjord, 2010, p. 193, tradução nossa), uma vez que tal relação, mais estável no passado, torna-se também objeto de hibridização potencializada em um terreno de bordas menos estáveis. Finalmente, a concepção de “propósito” diz respeito à racionalidade por detrás da criação de uma forma simbólica midiática e à “função social” que ela ocupa na vida cotidiana da audiência, tal como os imperativos de informar ou de entreter, também outrora mais estáveis e estanques. Não casualmente, Fagerjord (2010, p.194) explicita que, no interior de um cenário de pós-convergência, passa-se a potencializar a utilização de aspectos formais de um gênero midiático com o propósito de outro – o que pode ser observado em formatos jornalísticos contemporâneos como os newsgames, o jornalismo de realidade virtual e outras modalidades que dialogam em alguma medida com o conceito de jornalismo imersivo.

Entende-se, assim, que o jornalismo imersivo ganha terreno em um momento de crise deontológica do campo jornalístico ao constituir – em sua dimensão estético-expressiva – um gênero híbrido calcado na mixagem de variáveis outrora estáveis no universo da prática profissional e dos contratos simbólicos de autoridade e de confiabilidade historicamente estabelecidos no modo de sociabilidade moderno. No interior desta lógica de hibrismo e mixagem, compreende-se que o jornalismo imersivo mobiliza a integralidade dos eixos destacados por Fagerjord (2010) em uma incorporação de linguagens de terrenos que não são originários do campo jornalístico. Isso passa pelo “sistema de signos”, não mais o mesmo do jornalismo tradicional (outrora sustentado em suportes convencionais, como o jornal impresso, o rádio herzeiano e a televisão analógica, por exemplo), calcado agora em consoles de games, óculos para realidade virtual e ambientes imersivos próprios de outras esferas (tal como a gameificação e a lógica da perspectiva individual).

Atinge também o “modo de aquisição”, aspecto central da experiência autônoma em primeira pessoa, que extrai da autoridade jornalística convencional a condução do fluxo e da sequência das mensagens. Passa ainda pelos conceitos de “tela”, uma vez que – em diálogo com o “sistema de signos” – o jornalismo imersivo escapa à lógica dos suportes tradicionais; bem como de “modo de distribuição”, colocando em xeque as concepções de efemeridade e de transitoriedade dos itens noticiosos. Todavia, recai-se nos eixos de “relação com a realidade concreta” e de “propósito” a maior complexidade da

hibridização de valores e códigos simbólicos proporcionada pelo jornalismo imersivo. Por óbvio, a relação é substancialmente tensionada no rompimento das fronteiras – agora um “continuum” e não mais uma “dicotomia”, para valer-se da reflexão do próprio Fagerjord (2010, p.193) – entre realidade e ficção (a simulação do real por intermédio da tecnologia, como as experiências de realidade virtual, de realidade aumentada e de gameficação) e entre informação e entretenimento (a experiência sensível adensando-se sobre o regime de racionalização).

Ao se configurar dessa forma, entretanto, esta modalidade contemporânea de jornalismo incorpora em sua dimensão estético-expressiva (que, frisa-se, adensa-se sobre as dimensões pragmática e ético-deontológica) valores culturais típicos da chamada “cultura empreendedora”, aportando-se, por conseguinte, em um conjunto de paradoxos normativos a partir do substrato em que o formato emerge – argumento central deste artigo. Portanto, o jornalismo imersivo é compreendido uma vez mais como um modo híbrido de narração do cotidiano (Faro, 2011) a partir da transcodificação/corporificação de elementos simbólicos que respaldam e são respaldados pela lógica da vida contemporânea. A contribuição teórico-metodológica da sociologia das formas simbólicas (Moretti, 2003, 2007, 2013) que abre este artigo apresenta-se, não casualmente, como um mecanismo de elucidação da complexidade do processo.

## **5 A cultura empreendedora e as engrenagens do processo**

O que significa ser empreendedor no horizonte da cultura capitalista contemporânea e quais as implicações deste conceito para o desenvolvimento do jornalismo imersivo – questionamento de fundo deste trabalho? Vos e Singer (2016, p. 152) apontam para a ausência de uma definição lexical explícita sobre o empreendedorismo no discurso jornalístico e indicam como isso pode ser utilizado estrategicamente com implicações normativas no interior do campo. De forma geral, apontam os autores, os adeptos da chamada cultura empreendedora no âmbito do jornalismo não abordam o tema como uma questão controversa; pelo contrário, o empreendedorismo é discursivamente talhado como uma “necessidade” (Vos & Singer, 2018, p. 153), não raramente como uma redenção (Cohen, 2015; Moretzsohn, 2015).

Na mesma linha, Cohen (2015, p. 514, tradução nossa) alerta que “a visão do jornalista como empreendedor retoma uma fixação

enraizada na sociedade contemporânea do empreendedorismo como remédio para problemas políticos, econômicos e sociais mais amplos”. A propagada “cultura empreendedora” é definida pela autora a partir de três tendências: 1) o declínio das relações tradicionais de emprego (ou seja, do então trabalho contínuo e em tempo integral para um determinado empregador com a premissa de remuneração com base na atividade); 2) o crescimento de políticas e discursos da chamada “indústria criativa” (que posicionam as indústrias de cultura e de mídia como motores do crescimento econômico e incentivam os trabalhadores a se tornarem “empreendedores culturais” encarregados da responsabilidade exclusiva de encontrar trabalho, gerenciar carreiras e administrar a seguridade social); e 3) as transformações das tecnologias digitais (permitindo que o trabalho seja realizado em qualquer lugar, a qualquer momento, ajudando a alimentar a terceirização e a flexibilização da mão-de-obra) (Cohen, 2015, p. 515).

Em termos conceituais, tal visão de mundo endereça a uma mudança no ensino e na prática profissional do jornalismo que historicamente mantinha – ao menos em termos de retórica de autolegitimação – uma separação formal entre os processos editoriais e as questões comerciais na produção das notícias – um ideal que, porém, não constitui a realidade da maioria das instâncias do jornalismo tradicional (Vos & Finneman, 2017; Cohen, 2015). Uma vez mais são encontrados aqui elementos de fundo para a compreensão das formas inovativas de jornalismo como gêneros híbridos (Fagerjord, 2010) que borram as linhas outrora bem delineadas entre informação e entretenimento.

Uma série de valores emerge no seio desta cultura que ganha terreno de forma hegemônica na contemporaneidade (Dardot & Laval, 2016). Em uma perspectiva crítica, Cohen (2015) menciona a emergência ou a resignificação sob a égide do neoliberalismo de conceitos como a “autoeficiência” (atrelada a ideias como “pensamento estratégico” e “capacidade de fazer as coisas acontecerem de forma autônoma”) (p. 519); o “individualismo” (que se resignifica a partir de valores neoliberais como o “faça-você-mesmo”) (p. 520); a “autonomia” (que passa a significar a recusa a ser subserviente a uma única identidade profissional e a posição de manter a liberdade de auto-organizar o próprio trabalho) (p. 522); e o “imediatismo” (resultado das fronteiras não mais delimitadas entre o tempo do trabalho e do não-trabalho) (p. 523). Já Deuze e Witschge (2018, p. 175) chamam a atenção para a mudança contemporânea na própria noção de “empreender”, que passa da concepção de empresa para a ideia de indivíduo, subli-

nhando os imperativos de “eficiência”, “produtividade”, “empoderamento” e “autonomia”. Tal ressignificação, por sua vez, aporta no raciocínio de que os trabalhadores são mais adaptáveis, disponíveis e responsáveis por suas próprias ações, sejam elas exitosas ou falhas. Os autores sublinham que diferentes estudos têm apontado uma série de “efeitos psicossociais adversos, níveis crescentes de estresse e uma saúde mental geralmente precária entre os trabalhadores autônomos da mídia”, mas que, contraditoriamente, a emergência do imperativo voltado ao empreendedor individual como salvação redentora para as crises contemporâneas pouco tem se voltado a esses efeitos (Deuze & Witschge, 2018, p. 175, tradução nossa). O empreendedorismo é visto, assim, como um receiptuário irreversível para a falta de alternativas econômicas que corróem a prática profissional do jornalismo e sua própria deontologia (Cohen, 2015)<sup>5</sup>.

A ideia de inovação surge neste contexto como uma espécie de ponte entre a “cultura empreendedora” – como uma prática ou uma qualidade profissional do indivíduo contemporâneo – e os formatos inovativos, caso do jornalismo imersivo – uma vez mais, o liame entre o estilo e a condição social, argumento central desta discussão. Todavia, no interior da linha de raciocínio sobre a qual este ensaio se edifica – isto é, retomando-se o exercício metodológico de “*distant reading*” (Moretti, 2013) e o entendimento das formas simbólicas como motores da hegemonia (Gramsci, 2004; Hall, 1977), tal como apontado no preâmbulo que abre o texto –, compreende-se que a manifestação dos valores culturais do empreendedorismo – o individualismo, a autonomia, o imediatismo, a autoeficiência e a produtividade, entre outros (Cohen, 2015; Deuze & Witschge, 2018) – não se localizam apenas nas características dos agentes responsáveis pela construção das narrativas (os jornalistas produtores do jornalismo imersivo), mas – em uma analogia teórico-metodológica com as reflexões de Moretti (2003) – na própria natureza formal que tais formas simbólicas corporificam.

Retoma-se, assim, a pergunta introdutória do artigo: o que pode significar “imersivo” em jornalismo a partir das possibilidades analíticas da sociologia das formas literárias? Parafraseando Moretti (2003, 2007), observa-se na ritmização e nos ritos – muitas vezes ocultos – entranhados na vida privada e na vida cotidiana as chaves-explicativas para a disseminação social de determinadas formas simbólicas e de estilos narrativos. Assim, apesar do diálogo – mediado pela ideia de inovação – entre o empreendedorismo (como condição social/padrão cultural) e o jornalismo imersivo (como estilo/formato jornalístico), argumenta-se que o núcleo desta relação não se localiza propriamente (ou apenas)

nos operadores do processo (os jornalistas como enunciadores), mas especialmente na incorporação – a partir de elementos que são próprios do universo da linguagem e da narrativa – de valores hegemônicos da “cultura empreendedora” (Cohen, 2015), a saber: o individualismo (na perspectiva em primeira pessoa); a autonomia (na condução do fio condutor da narrativa pelo usuário); a produtividade (simbolizada nos objetivos a serem conquistados a partir da linguagem importada dos games); e a ausência de limites claros entre informar e entreter, entre outros.

Não por acaso, ressalta-se o pressuposto de que na contemporaneidade a dimensão estético-expressiva se adensa sobre as demais dimensões das notícias (figura 2). Os valores culturais do empreendedorismo, no interior desta engrenagem, passam a ser fundamentais no modo de representação da realidade pelo jornalismo imersivo. Nesse sentido, tal como ilustrado na figura 3, alguns valores históricos caros ao jornalismo – como a precisão e a objetividade – passam a ser calcados majoritariamente na concepção de visualidade (a representação naturalística da realidade, ainda que traga consigo como contraíndice as concepções de simulacro e de ficcionalidade), adensando-se (e tornando-se mais representativa em termos de discurso de legitimação) sobre as ideias de precisão e de objetividade em sua acepção ético-deontológica e histórica. Estabelece-se, assim, no bojo da perspectiva ensaística deste artigo, a raiz dos paradoxos que endereçam a um discurso de legitimação do jornalismo imersivo no interior do campo profissional em tempos de crise institucional.

## **6 À guisa de conclusão: os paradoxos da legitimação do jornalismo imersivo**

Como duas faces da mesma moeda, o processo contemporâneo de adensamento da dimensão estético-expressiva sobre as dimensões pragmática e ético-deontológica das notícias (Silva, 2022) tem servido como palco principal para fenômenos sociais distintos e situados em polos opostos: por um lado, o surgimento de formatos híbridos inovativos no jornalismo (as formas jornalísticas de expressão não-noticiosa, como jornalismo imersivo e os newsgames, tal como debatido neste artigo); e, por outro, a emergência de fenômenos disruptivos, como a disseminação em massa de formatos atrelados à lógica da desinformação que mimetizam a estética noticiosa tradicional (e que podem, por assim dizer, ser denominados de formas não-jornalísticas de expressão noticiosa) –

como as chamadas “fake news” (Silva, 2022; Pontes et al., 2021).

Por detrás de ambos os fenômenos se inscreve um contexto de múltiplas crises no campo jornalístico, em especial a erosão do modelo de sustentabilidade econômica do jornalismo tradicional e de sua autoridade institucional (Christofoletti, 2019; Vos & Thomas, 2018; Cohen, 2015). A consternação cresce em complexidade uma vez que a crise institucional do campo encontra consonância na crise mais ampla de conceitos e de legitimidade de outras instituições sociais caras à modernidade – como a ciência, a justiça e a própria democracia – calcadas em valores históricos como as ideias de veracidade, validação, confiabilidade nos métodos e autoria (Silva, 2022).

Não obstante, tal como problematizado por Tong (2018), os vetores de natureza oposta situados em torno da dinâmica de legitimação de um campo profissional como o jornalismo (a deslegitimação versus a relegitimação) apontam também no sentido de similaridades nos processos de respostas (a emergência da crise versus as respostas à crise). Nesse sentido, respostas à crise de legitimidade institucional e do modelo de negócios (Deuze & Witschge, 2018; Tong, 2018; Vos & Thomas, 2018; Reich & Godler, 2014; Lewis et al., 2008) têm sido ecoadas do interior do campo jornalístico não apenas em termos de discursos institucionais (ou metadiscursos) (Carlson, 2016; Vos & Thomas, 2018), mas na própria proposição – e na subsequente tentativa de edificação de barreiras legitimadoras – de formatos inovativos, como o jornalismo imersivo.

Aqui estabelece-se o ponto de combustão da relação paradoxal do fenômeno. O jornalismo, que no cenário de crise institucional e de enfraquecimento de algumas de suas principais bases de sustentação em termos econômicos, culturais e ético-deontológicos (Christofoletti, 2019; Vos & Thomas, 2018; Vos, 2013) tem perdido o protagonismo do manejo de formas simbólicas caras à sua consolidação histórica (a exemplo da notícia, agora objeto de resignificação pela lógica das redes sociais na internet e pela lógica disruptiva da desinformação), tem reagido em contrapartida na busca por relegitimação com a proposição de outras formas simbólicas que não são propriamente oriundas do campo jornalístico (games, realidade aumentada, realidade virtual, etc).

O paradoxo se adensa na perspectiva de que tais “formatos inovativos”, como o jornalismo de imersão, – compreendidos como “gêneros híbridos” no vértice teórico de Fagerjord (2010) – ancoram-se em elementos estético-expressivos que ajudam a tensionar a própria legitimidade histórica do campo profissional (informação *versus* entre-

tenimento; realidade *versus* ficção; racionalidade *versus* experiência sensorial). Na arquitetura estrutural do ciberespaço informativo, essas formas inovativas de narrar o mundo se manifestam a um só passo como causas e consequências das “affordances” disponibilizadas pelas lógicas tecnológica e mercadológica do infotainment (Thussu, 2007). Ademais, tais elementos estilísticos corporificam em termos de formatos – valendo-se aqui de uma compreensão teórico-metodológica inspirada em Moretti (2003, 2007, 2013) – valores hegemônicos da condição social contemporânea: o individualismo, a autonomia, o imediatismo e a eficiência, imperativos caros à lógica da “cultura empreendedora” (Cohen, 2015; Deuze & Witschge, 2018; Vos & Singer, 2018).

Não por coincidência, o discurso que floresce na tentativa de legitimação destes formatos jornalísticos inovativos assume uma vertente argumentativa distinta daquela tradicional em termos históricos. Trata-se de um reflexo do pressuposto de fundo do artigo segundo o qual a dimensão estético-expressiva das formas jornalísticas se adensa sobre suas dimensões pragmática e ético-deontológica (figura 2). A legitimação, nesse sentido, remete essencialmente à lógica da visualidade, da perspectiva em primeira pessoa, do sensível e da empatia. Precisão e veracidade, valores caros à deontologia profissional do jornalismo ao longo do século XX, agora revestem-se de uma acepção de reconstrução naturalística e realística do mundo (figura 3) de modo que os usuários possam “experenciar” por conta própria a realidade “tal como ela é” – ainda que seja em matéria de sensibilidade e visualidade. Concede-se vazão, ao mesmo tempo, aos valores do empreendedorismo calcados na validação do verossímil a partir da perspectiva individual (a testemunha ocular em primeira pessoa), autônoma e revestida de metas e eficácia (isto é, passa-se a traçar o caminho da própria narrativa, transpassar obstáculos, conquistar fases, etc). Não por acaso, o processo de relegitimação da prática profissional ancora-se em outro substrato, mais móvel, fluido e dinâmico, por um lado, mas também mais pantanoso e incerto, por outro.

Como limitação e desafio futuro, esta reflexão esbarra na dificuldade intrínseca de verificação empírica em categorias delimitáveis de análise tal como compreendida tradicionalmente pelas ciências sociais (Babbie, 2009) e, em particular, pelas pesquisas em comunicação. Não por acaso, sua base de sustentação está no escopo da abstração, da fruição estética e das linguagens em um diálogo teórico-conceitual e metodológico com a sociologia das formas literárias (Moretti, 2007, 2013). Tal circunstância, porém, não livra a presente discussão de encontrar saídas criativas e mecanismos confiáveis –

novamente em uma aproximação com a abordagem do crítico literário italiano – para a validação do argumento central apresentado e de seus respectivos pressupostos. Trata-se de tarefa para reflexões vindouras.

Conclui-se, por ora, que a adesão a tais formatos inovativos pelo jornalismo – em especial no contexto do jornalismo imersivo – encontra ressonância nos universos da vida privada e da vida cotidiana na medida em que respalda valores culturais hegemônicos que pautam o mundo sensível na contemporaneidade. Deveria estar aqui, portanto, a uma distância segura da compreensão das tecnologias inovativas e do empreendedorismo como redensões salvadoras das crises do modo de produção capitalista tardio (Cohen, 2015; Moretzsohn, 2015), um dos focos principais da pesquisa em jornalismo. Uma vez mais, trata-se de uma lição teórico-metodológica que a teoria literária de Moretti (2003, 2007, 2013) endereça ao campo jornalístico (Silva, 2017) sob pena – por outro lado – da possibilidade de perda da dimensão crítica do processo<sup>6</sup>.

## NOTAS

- 1 O artigo é resultado de projeto pesquisa com financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) por meio do Programa de Pós-Doutorado no Exterior (PDE/CNPq). A pesquisa foi também financiada em parte pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) – Código de Financiamento 001. Registra-se os agradecimentos a Leopoldo Pedro Neto (Universidade Federal de Santa Catarina), Marialina Antolini (Michigan State University) e Sydney L. Forde (Pennsylvania State University) pelas contribuições prévias dadas ao manuscrito. Ressalta-se também os agradecimentos aos pareceristas pelas críticas construtivas que resultaram no aperfeiçoamento do trabalho, bem como à Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) por meio do Edital UFMS/PROPP 186/2023.
- 2 Os estudos que evocam revisões de literatura sobre o conceito de jornalismo imersivo remetem a diferentes terminologias relacionadas ao uso de tecnologias e recursos audiovisuais para a criação de efeitos de imersão. São exemplos as concepções de “narrativas imersivas” (Pérez-Seijo et al., 2018) e “narrativas imersivas em ciberjornalismo” (Longhi, 2018). Em termos de opção metodológica, ainda que exista ausência de consenso no uso das terminologias, o presente estudo vale-se da definição de jornalismo imersivo a partir de um conjunto de referências amplamente citadas internacionalmente (De La Penã et al., 2010; Aitamurto, 2018; Sánchez Laws, 2020; Mabrook, 2021;

Herrera Damas & Benítez de Gracia, 2022; Greber, Aaldering & Lecheler, 2023; Greber et al., 2023).

- 3 Embora reconheça-se que a adoção de opções semânticas possam remeter a implicações conceituais no campo de estudo em tela (Tárcia, 2011), as expressões “jornalismo imersivo” e “jornalismo de imersão”, para efeitos essencialmente estilísticos, são tratadas no contexto deste artigo como sinônimos. A concepção de “imersão”, nesse sentido, não é abordada no escopo do trabalho como método aplicado à pesquisa jornalística em termos de apuração e de experimentação da realidade. Nessa acepção, a propósito, o termo tem sido historicamente utilizado em referência aos narradores orais e aos narradores na literatura no processo de sedução de seus enunciatários com posterior influência na prática jornalística – entre elas, na base do chamado “jornalismo literário” (Lima, 2009).
- 4 O conceito de remix de Fagerjord (2010) encontra dialogismo com a concepção de “hipermídia” (Bolter & Grusin, 2000) no horizonte da interconexão de gêneros e linguagens na cultura digital. A ideia de hipermídia, nesse sentido, possui suas possibilidades adensadas quando os formatos analógicos ganham transposição no ciberespaço. Entretanto, opta-se metodologicamente no artigo pela noção de “mixagem” pela analogia teórico-conceitual que possibilita com alguns dos principais imperativos da chamada “cultura empreendedora”, notadamente as ideias de personalização e de “faça-você-mesmo”.
- 5 O conceito de “pós-convergência” – ou seja, o processo de desenvolvimento cultural e tecnológico que emerge após a disseminação do contexto da convergência midiática (Jenkins, 2008) – é debatido por autores como Ramírez (2020) e pelo próprio Fagerjord (2010). Embora não faça parte dos objetivos deste texto esgotar a complexidade da discussão sobre o tema, mostra-se factível neste momento apontar que a concepção, segundo Fagerjord (2010, p. 190, tradução nossa), se desenvolve em um contexto no qual “a representação digital torna-se língua franca”, criando espaços compartilhados onde “formas oriundas de diferentes gêneros e no interior de diferentes mídias podem ser combinadas para construção de novas formas, criando novos gêneros”. De acordo com Ramírez (2020, p. 12, tradução nossa), a teorização da pós-convergência mostra-se necessária para “o desenvolvimento de uma teoria dos meios de comunicação que possa explicar não apenas o estado atual do desenvolvimento digital que ainda não se tornou commodities de massa”, mas especialmente para “os próximos desenvolvimentos na produção, representação e consumo, incluindo a possibilidade de renderização sem paralelo de gráficos, interfaces imateriais e inteligência artificial”. Para o autor,

a pós-convergência impulsiona o desenvolvimento de “metáforas e metodologias para examinar as mídias emergentes que vão além daquelas que foram moldadas por entendimentos anteriores das mídias e do digital”, isto é, reforça a necessidade de “examinar o digital do ponto de vista do digital nativo” (Ramírez, 2020, p. 16, tradução nossa). Para detalhes, ver: Ramírez (2020) e Fagerjord (2010).

- 6 Faz-se pertinente mencionar, nesse cenário, a contradição por detrás da expansão do discurso do empreendedorismo como projeto individual calcado no slogan do “faça-você-mesmo” e a emergência de projetos de inovação de linguagem no jornalismo – entre eles, as produções com vídeo em 360 graus, reportagens com imagens tridimensionais, grandes reportagens multimídia e newsgames, para além do próprio jornalismo imersivo – que remetem a investimentos financeiros de fôlego, ficando não raramente restritos a apostas das grandes empresas e/ou conglomerados de mídia.

## REFERÊNCIAS

- Aitamurto, T. (2018). Normative paradoxes in 360 journalism: Contested accuracy and objectivity. *New Media and Society*, 21(1), 3-19. DOI: 10.1177/1461444818785153
- Babbie, E. (2009). *The practice of social research*. Thomson Wadsworth.
- Barnhurst, K. G., & Nerone, J. (2001). *The form of news: A history*. Guilford Press.
- Bogost, I., Ferrari, S., & Schweizer, B. (2010). *Newsgames: Journalism at Play*. MIT Press.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. The MIT Press.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Zahar.
- Cardoso de Mello, J. M., & Novais, F. (1998). Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In L. M. Schwarcz (Org.), *História da vida privada no Brasil: Contrastes da intimidade contemporânea* (pp. 559-658). Companhia das Letras.
- Carlson, M. (2016). Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism: Definitional Control, Boundary Work, and Legitimation. *Communication Theory*, 26(4), 349-368. DOI: 10.1111/comt.12088
- Cohen, N. S. (2015). Entrepreneurial Journalism and the Precarious State of Media Work. *The South Atlantic Quarterly*, 114(3), 513-533. DOI: 10.1215/00382876-3130723

Christofoletti, R. (2019). *A crise do Jornalismo tem solução?* Estação das Letras e Cores.

Dardot, P., & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: Ensaio sobre a sociedade neoliberal*. Boitempo.

Darnton, R. (1975). Writing news and telling stories. *Daedalus*, 104(2), 175-194. Recuperado de [www.jstor.org/stable/20024337](http://www.jstor.org/stable/20024337)

De la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spanlang, B., Friedman, D., Sánchez-Vives, M., & Slater, M. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301. DOI: 10.1162/PRES\_a\_00005

De La Peña, N. (2015). *The Future of News? Virtual Reality*. Recuperado de [www.ted.com/talks/nonny\\_de\\_la\\_pena\\_the\\_future\\_of\\_news\\_virtual\\_reality](http://www.ted.com/talks/nonny_de_la_pena_the_future_of_news_virtual_reality)

Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181. DOI: 10.1177/1464884916688550

Dominguez, E. (2014). *Periodismo inmersivo: La influencia de la realidad virtual y del videojuego en los contenidos informativos*. Editorial UOC.

Fagerjord, A. (2010). After Convergence: YouTube and Remix Culture. In J. Hunsinger, L. Klastrup, M. Allen (Orgs.), *International Handbook of Internet Research* (pp. 187–200). Springer.

Faro, J. S. (2011). À Flor Da Pele: Narrativas híbridas, Cotidiano E comunicação. *Intexto*, 25(2), 105-114. Recuperado de <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/23750>

Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Northwestern University Press.

Gramsci, A. (2004). *Cadernos do cárcere: Introdução ao estudo da Filosofia e A filosofia de Benedetto Croce*. Civilização Brasileira.

Greber, H., Lecheler, S., Aaldering, L., De Haan, Y., Kruikemeier, S., Goutier, N., & De Bruin, K. (2023). Feeling the News? The Differential Effects of Immersive Journalism on Emotional Response. *Digital Journalism*, 11(1), 39-60. DOI: 10.1080/21670811.2022.2155205

Greber, H., Aaldering, L., & Lecheler, S. (2023). The Worthwhileness of Immersive Journalism – Taking on an Audience Perspective. *Journalism Practice*, online first, 1–19. DOI: 10.1080/17512786.2023.2177711

Gomes, W. (2009). *Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teorias do jornalismo*. Insular.

Hall, S. (1977). Culture, the media and the ideological effect. In J. Cur-

ran, M. Gurevitch & J. Woollacott (Orgs.), *Mass media and society* (pp. 315-348). Edward Arnold Editor e Open University Press.

Herrera Damas, S., & Benítez de Gracia, M. J. (2022). Immersive Journalism: Advantages, Disadvantages and Challenges from the Perspective of Experts. *Journalism and Media*, 3(2), 330-347. DOI: 10.3390/journalmedia3020024

Hobsbawm, E. J. (2008). *História social do jazz*. Paz e Terra.

Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. Aleph.

Lewis, J., Williams, A., & Franklin, B. (2008). Four rumours and an explanation: A political economic account of journalist's changing newsgathering and reporting practices. *Journalism Practice*, 2(1), 27-45. DOI: 10.1080/17512780701768493

Lima, E. P. (2009). *Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Manole.

Longhi, R. R. (2018). Narrativas imersivas no ciberjornalismo. Entre interfaces e Realidade Virtual. *Rizoma*, 5(2), 224-234. DOI: 10.17058/rzm.v5i2.8933

Mabrook, R. (2021). Between Journalist Authorship and User Agency: Exploring the Concept of Objectivity in VR Journalism. *Journalism Studies*, 22(2), 209-224. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1813619

Manoff, R. K. (1986). Writing the news (by telling the 'story'). In R. K. Manoff & M. Schudson (Orgs.), *Reading the news: A Pantheon guide to popular culture* (pp. 197-229). Pantheon Books.

Martin-Barbero, J. (2003). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. EDUFRJ.

Meditzsch, E. (1997). *O jornalismo é uma forma de conhecimento?* Recuperado de [www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf)

Moretti, F. (2013). *Distant Reading*. Verso.

Moretti, F. (2003). O século sério. *Novos Estudos*, 65(1), 3-33. Recuperado de <https://novosestudos.com.br/produto/edicao-65/>

Moretti, F. (2007). *Signos e estilos da modernidade: Ensaios sobre a sociologia das formas literárias*. Civilização Brasileira.

Moretzsohn, S. (2015). O "jornalismo cidadão" e o mito da tecnologia redentora. *Brazilian Journalism Research*, 10(2), 248-271. DOI: 10.25200/BJR.v10n2.2014.751

Pérez Seijó, S., López-García, X., & Campos-Freire, F. (2018). La apli-

cación de las narrativas inmersivas en los reportajes: estudio de caso del diario español 'el país'. In J. L. González-Esteban & J. A. García-Avilés (Orgs.), *Mediamorfosis: Radiografía de la innovación en el periodismo* (pp. 61-78). Sociedad Española de Periodística.

Pontes, F., Silva, M. P., & Souza, R. B. R. (2021). Jornalismo e conhecimento em tempos de capitalismo pandêmico: um manifesto à totalidade concreta. *Libero*, 49(3), 11-26. Recuperado de <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1702>

Ramírez, R. (2020). Post-Convergent Mediatization: toward a media typology beyond web 2.0. *Mediatization Studies*, v. 4, 9-23. DOI: 10.17951/ms.2020.4.9-23

Reich, Z., & Godler, Y. (2014). A Time of Uncertainty: The effects of reporters' time schedule on their work. *Journalism Studies*, 15(5), 607-618. DOI: 10.1080/1461670X.2014.882484

Sánchez Laws, A. L. (2020). Can immersive journalism enhance empathy? *Digital Journalism*, 8(2), 213-228. DOI: 10.1080/21670811.2017.1389286

Schudson, M. (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. Basic Books.

Silva, M. P. (2013a). *A construção cultural da narrativa noticiosa: noticiabilidade, representação simbólica e regularidade cotidiana* [tese de doutorado, Universidade Metodista de São Paulo]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações.

Silva, M. P. (2013b). As dissonâncias cotidianas nas rotinas dos jornais: o habitus jornalístico e a atribuição de um sentido hegemônico às notícias. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 10(1), 69-84. DOI: 10.5007/1984-6924.2013v10n1p69

Silva, M. P. (2017). Apontamentos sobre a contribuição da sociologia das formas de Franco Moretti para os estudos em jornalismo. *Matrizes*, 11(2), 207-227. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v11i2p207-227

Silva, M. P. (2019). From Everyday Paradoxes to the Rhythmic Notation of News: A Theoretical-Conceptual Pendulum-Like Model. *Brazilian Journalism Research*, 15(1), 28-51. DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1134

Silva, M. P. (2022). A forma como trama no horizonte da desinformação: Pressupostos e hipóteses sobre a disseminação de informações não-jornalísticas de expressão noticiosa. *Razón Y Palabra*, 26(114), 276-292. DOI: 10.26807/rp.v26i114.1924

Tárzia, L. (2011). Narrativa Transmídia em Jornalismo de Imersão e News-game. *Anais do IX Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Rio de Janeiro. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

- Tong, J. (2018). Journalistic Legitimacy Revisited: Collapse or Revival in the Digital age? *Digital Journalism*, 6(2), 256–273. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360785
- Thussu, D. K. (2007). *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. Sage.
- Vos, T. P. (2013). Historical Mechanisms and Journalistic Change. *American Journalism*, 30(1), 36–43. DOI:10.1080/08821127.2013.767697
- Vos, T. P., & Singer, J. B. (2016). Media Discourse About Entrepreneurial Journalism. *Journalism Practice*, 10(2), 143–159. DOI: 10.1080/17512786.2015.1124730
- Vos, T. P., & Finneman, T. (2017). The early historical construction of journalism's gatekeeping role. *Journalism*, 18(3), 265–280. DOI: 10.1177/1464884916636126
- Vos, T. P., & Thomas, R. J. (2018). The discursive construction of journalistic authority in a post-truth age. *Journalism Studies*, 19(13), 2001–2010. DOI: 10.1080/1461670X.2018.1492879
- Vos, T. P., & Moore, J. (2020). Building the journalistic paradigm: Beyond paradigm repair. *Journalism*, 21(1), 17-33. DOI: 10.1177/1464884918767586
- Vos, T. P., & Perreault, G. P. (2020). The discursive construction of the gamification of journalism. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(3), 470-485. DOI: 10.1177/1354856520909542

**MARCOS PAULO DA SILVA.** Professor associado da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, Brasil. Pesquisador visitante (2022) na School of Journalism da Michigan State University, East Lansing, Michigan, Estados Unidos, com bolsa de pós-doutorado do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Brasil. Bolsista de Produtividade em Pesquisa CNPq – Nível 2. Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, Brasil, com estágio doutoral na Syracuse University, Syracuse, New York, Estados Unidos. E-mail: marcos.paulo@ufms.br