

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

O metaverso e o futuro do jornalismo: análise sobre o uso da realidade imersiva utilizada pelo *The New York Times* e em veículos do Grupo Globo

Kesya de Lima Silva¹; [0000-0001-7990-1060](tel:0000-0001-7990-1060)
 Lucas Mathias Almeida Silva; [0000-0003-0046-8626](tel:0000-0003-0046-8626)
 Milena Muniz Nugas; [0000-0001-9486-5256](tel:0000-0001-9486-5256)
 Rogério Martins de Souza; [0000-0003-1619-3719](tel:0000-0003-1619-3719)

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
kesya.lima@outlook.com

Resumo: O metaverso consiste em uma rede de mundos virtuais. Trata-se de um estágio da internet em que a finalidade é replicar a realidade promovendo conexões sociais. O termo foi usado pela primeira vez no livro de romance “Snow Crash”, escrito por Neal Stephenson, em 1992. Na obra, o autor uniu as palavras “meta” (transcendente) e “universe” (universo). Apesar do termo ter se popularizado junto ao grande público em 2021, desde que Mark Zuckerberg informou, em 2021, que sua empresa *Facebook* iria passar a se chamar Meta, muito dinheiro já foi investido nessa tecnologia. Até há pouco tempo, a temática ligada ao metaverso estava mais associada aos videogames eletrônicos, porém, não é apenas em jogos que o conceito está presente hoje. Na comunicação, empresas que trabalham com publicidade para grandes marcas têm investido na realidade imersiva para dar maior visibilidade aos seus produtos, enquanto no jornalismo as experiências também começam a ficar mais presentes. O objetivo deste trabalho é analisar o jornalismo imersivo, com ênfase no metaverso e na realidade virtual, a partir de três veículos midiáticos – o primeiro um grande jornal norte-americano, o segundo na mídia televisiva brasileira e o terceiro a partir de um portal de notícias para a internet. Para isso, foi realizado um estudo de caso sobre o uso das tecnologias relacionadas ao metaverso no jornal norte-americano *The New York Times* e depois em dois produtos jornalísticos ligados ao Grupo Globo: a revista eletrônica Fantástico, da TV Globo e o portal da web G1. Analisou-se os objetos de estudo e utilizamos a revisão bibliográfica para um embasamento teórico acerca do tema em questão. Diante da pesquisa, que faz parte de um projeto de iniciação científica do UniFOA, chegou-se à conclusão que, até este segundo semestre de 2022, data da publicação deste artigo, os veículos pesquisados utilizam o metaverso apenas parcialmente, mais focados no marketing relacionado ao tema do que pela informação relevante e inerente ao jornalismo.

Palavras-chave: Metaverso. Jornalismo. Realidade virtual. Tecnologia. Imersão.

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

INTRODUÇÃO

O metaverso é um ambiente virtual imersivo, onde é possível que o ser humano entre em lugares reais e tridimensionais, seja a trabalho, diversão ou estudo, sem sair de casa. Seria como se teletransportar para um mundo paralelo, que já existe graças à realidade virtual. Conforme Schlemmer e Backes (apud TREIBEN, 2021) o metaverso é “uma tecnologia que se constitui no ciberespaço e se ‘materializa’ por meio da criação de mundos digitais virtuais em 3D”.

Apesar do termo ter se popularizado junto ao grande público há pouco tempo, desde que Mark Zuckerberg informou, em 2021, que sua empresa *Facebook* iria passar a se chamar Meta, muito dinheiro já foi investido nessa tecnologia. Até há pouco tempo, a temática ligada ao metaverso estava mais associada aos videogames eletrônicos, porém, não é apenas em jogos que o conceito está presente hoje.

Atualmente, é possível que uma reunião entre pessoas de diferentes partes do mundo aconteça como se todos estivessem na mesma sala de escritório – só que virtual. Os integrantes deste encontro são representados por avatares, que possuem características semelhantes aos humanos. A partir do uso de óculos de realidade virtual, a reunião acontece.

No jornalismo, ainda há uma incógnita sobre como o metaverso poderá influenciar na profissão. Apesar da realidade imersiva já ser utilizada de forma homeopática por jornais com mais recursos financeiros, o investimento necessário para se inserir no metaverso é alto, o que ainda os torna uma opção menos vantajosa para os meios de comunicação, já que não é uma plataforma que está sendo utilizada massivamente.

Este artigo tem como objetivo apresentar um estudo de caso sobre a utilização do metaverso a serviço da informação pelo portal do jornal *The New York Times* e por dois produtos do Grupo Globo: o programa de TV Fantástico e o Portal de notícias G1.

MÉTODOS

Ainda há hoje uma controvérsia relacionada a alguns termos ligados ao metaverso e temas correlatos, como realidade virtual, aumentada e imersiva. Neste artigo consideramos o metaverso como uma nova camada da realidade que integra os

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares



mundos real e virtual, sendo construído por meio de diversas tecnologias, entre elas a realidade virtual e a realidade aumentada. Ou seja, num sentido mais amplo.

A metodologia aplicada irá analisar os investimentos no metaverso (caso haja), em diferentes suportes midiáticos, aqui representados por jornal, a TV e a internet. Como objetos da pesquisa, foram escolhidos o jornal The New York Times, nos Estados Unidos, e dois veículos brasileiros: o programa de televisão Fantástico e o portal de notícias G1, do Grupo Globo, no Brasil. A análise será feita a partir de um estudo de caso dos produtos acima mencionados, com apoio de revisão bibliográfica relacionados à temática. Buscou-se para isso:

- Saber se o metaverso está presente nos suportes estudados;
- Conhecer as tecnologias de realidade virtual utilizadas por estes veículos;
- Como são colocadas em prática as ferramentas de realidade virtual;
- Analisar se o metaverso já é uma realidade para o futuro tecnológico no jornalismo.

Consideramos relevante esta pesquisa porque demonstra como o jornalismo se comporta a partir do surgimento, o desenvolvimento e o investimento em novas tecnologias como o metaverso, e a possibilidade de se utilizar a realidade imersiva na produção de notícias para suportes midiáticos diversos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Podemos relacionar o avanço das técnicas jornalísticas a partir do surgimento de novas tecnologias, ou seja, desde o surgimento da máquina tipográfica de Gutenberg no século XV. A partir de então, máquinas cada vez mais velozes de impressão (como a linotipo, em 1884) proporcionaram tiragens cada vez maiores, levando ao surgimento da comunicação de massa e à imprensa como algo indissociável ao homem moderno. Tal como salientou McLuhan e a Escola de Toronto, mudanças sociais são ocasionadas por alterações nas mídias ou tecnologias de informação (MCLUHAN apud MARTINO, 2010).

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

Criado em 1851, ainda num tempo em que a única mídia era a impressa, o jornal The New York Times chega ao século XXI mantendo-se atualizado com as novas tecnologias, em especial a digital. Muitos de seus projetos são considerados pioneiros no âmbito tecnológico e editorial, visando melhorar a proximidade e a relação com o público. O jornal norte-americano, que investiu em cores no século XX e começou a divulgar suas matérias diárias na internet antes dos anos 2000, se reinventou novamente para essa nova fase de produção jornalística (ANDRADE, 2019).

Os avanços mais recentes, desenvolvidos entre 2016 a 2018, foram os projetos The Daily 360° e o aplicativo NYTVR. Ambos utilizam a realidade virtual para inserir o leitor na notícia.

O The Daily 360° ocorreu em parceria com a Samsung, que disponibilizou câmeras e computadores para os jornalistas produzirem notícias em formato de vídeos 360° todos os dias durante um ano. O material foi publicado gratuitamente no YouTube para tela plana, tela convencional e tela de computador em 360°, a partir do mouse e telas móveis com óculos de realidade virtual. Cada opção oferece um nível de imersão e conexão com a cena, mas todos são interativos.

O The New York Times manteve a constância, como um jornal diário. Por isso, os vídeos eram curtos. Em média tinham a duração de 1 a 2 minutos. Mas poderiam por vezes ter apenas alguns segundos ou levar cerca de 7 a 8 minutos.

Para organizar melhor, o Times criou um site exclusivo para esse projeto, visando que as pessoas encontrassem o material com mais facilidade. Os vídeos foram divididos em editorias: The New Seven Wonders (As novas sete maravilhas), Life on Mars, Where it's made (Vida em Marte, onde é feito), Genocide's Legacy (Legado do Genocídio), U.S (Estados Unidos da América), World (Mundo), Culture (Cultura), Science (Ciências), Travel (Viagem), Sports (Esporte), Politics (Política) e NY Regions (Regiões de Nova York). Dentre elas, a editoria Mundo foi a que recebeu maior destaque.

A equipe de jornalistas do Times ao redor do mundo se envolveu no projeto. O primeiro vídeo da série The Daily 360 foi uma experiência dentro do lêmen devastado após a guerra com filmagens feitas pelo fotógrafo vencedor do prêmio Pulitzer, Tyler Hicks, e pelo repórter Ben Hubbard (ANDRADE, T. 2019, p. 80).

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

Outras reportagens nas quais o jornal utilizou a realidade imersiva em 360° foram New Seven Wonders in 360: Taj Mahal; Where it's made: visit a Lego Factory; 240 miles and 50.000 lights: TheRockefeller Tree; Seeing the Internet in Real Life. Estas experiências tecnológicas estão relacionadas também com o segundo projeto aqui descrito, o aplicativo NYTVR.

O aplicativo foi a solução proposta pelo The New York Times para que o material da realidade virtual seja consumido de forma massiva (ANDRADE, 2019, p.145). O projeto foi realizado em parceria com o Google e está disponível para Android e iOS, baixando no Google Play ou no App Store. Seu grande diferencial foi produzir óculos de RV feitos de papelão para que seus leitores pudessem assistir os vídeos da plataforma, sem a necessidade de comprarem equipamentos caros. Os assinantes da edição impressa de domingo do NYT ganharam esses óculos do jornal. O intuito era atrair o máximo de pessoas.

Figura 1 - Google Cardboard



Fonte: (ANDRADE, 2019)

Ao acessar o conteúdo do aplicativo, o consumidor tem a opção de assistir em 360° ou no formato para o cardboard em 3D. As reportagens podem ser assistidas no streaming ou baixadas. E diferente do site, o aplicativo apresenta os vídeos em ordem cronológica, sem considerar as editorias. Segundo Tiago Andrade, autor de uma dissertação sobre o uso da tecnologia imersiva no NYT, as reportagens foram gravadas com câmeras multidirecionais que captam o campo de visão em 360 graus. Essas câmeras acopladas em um único dispositivo trabalham de forma sincronizada, capturando diversos eixos da cena” (ANDRADE, 2019. p. 90).

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

Como no The New York Times, o metaverso e suas contribuições são pouco utilizadas pelos telejornais da Rede Globo, tendo em vista que no caso da TV Globo o conceito aparece disperso e diluído em experiências tecnológicas mostradas em alguns programas. Eles utilizam vídeos em 360°, dentro do conceito de realidade virtual, que possibilitam uma visão tridimensional do conteúdo que está sendo mostrado.

Nesse sentido, podemos destacar a série Fant 360, exibida pelo Fantástico. Com uma câmera compacta, o repórter mostra ao público o que ele está observando por diferentes ângulos. O objetivo é que o telespectador visualize a reportagem por diferentes ângulos.

A imagem 360°, assim, se torna interessante para ambientes onde ações estão ocorrendo em todos os lados. A interatividade pode vir ainda na possibilidade do usuário transitar de uma cena para outra, bem como de acessar informações complementares (LONGHI; PEREIRA, 2016, p. 9).

Outro produto da Globo que utiliza da tecnologia 360° é o portal G1, que exibiu, em 2017, o Rock in Rio ao vivo em 360°, e faz uso de tal ferramenta em algumas reportagens publicadas no site. Além disso, tanto o G1 quanto o Fantástico utilizam da realidade virtual para reconstrução de cenas de crime, por exemplo, o que é mais uma estratégia que visa possibilitar a imersão do usuário.

Um caso a ser exemplificado é o da menina Isabele, morta a tiros por uma amiga em 2020. Na reportagem, os dois produtos mostraram o passo a passo da vítima até ser morta em um banheiro e indicaram, por meio da realidade virtual, como foram feitos os disparos.

Outra experiência que vale ser mencionada foi durante os Jogos Olímpicos de 2016, no Rio de Janeiro. Na época, uma parceria entre a Globo, SporTV e a Samsung, produziu 100 horas de programação em realidade virtual. A experiência pôde ser sentida por usuários do Samsung Galaxy, compatível com o Samsung Gear, através de um aplicativo chamado "SportTV VR". O aplicativo, integrado às redes sociais, mostrava diversos ângulos das competições envolvendo o usuário em uma experiência imersiva mais profunda.

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

Os poucos exemplos citados, porém, do jornalismo imersivo no Brasil, neste caso, nos jornais da Rede Globo, se devem não somente ao fato do investimento ser baixo, mas também pela necessidade do público se envolver com o conteúdo.

O processo de imersão não depende das tecnologias digitais, mas do amplo envolvimento psicológico entre o leitor e obra. Esta perspectiva de pensamento é o que motiva diversos autores da literatura a pesquisar imersão, pois como Ryan nos mostra, a própria narrativa escrita já é uma Realidade Virtual, pois apresenta um mundo textual paralelo à realidade objetiva (COSTA; BRASIL, 2017, p. 154).

No que diz respeito ao metaverso, a TV Globo exibiu ao público uma experiência pioneira na televisão brasileira durante a edição de 2022 do Big Brother Brasil, reality show de maior audiência no Brasil. Dois participantes experimentaram alguns momentos do metaverso. Primeiro, eles colocaram óculos de realidade virtual; depois, imersos em um outro cenário, entraram em um elevador e foram levados até o alto de um arranha-céu. Em seguida, os dois tiveram que cumprir desafios como rastejar e andar no parapeito do prédio, além de destruir um robô.

Ainda em 2021, durante uma reportagem exibida pelo Fantástico sobre o metaverso, o correspondente em Nova York, nos Estados Unidos, Felipe Santana, foi “trazido” ao estúdio do programa no Brasil. Durante a apresentação do tema em questão, ele entrevistou um especialista no assunto em um ambiente virtual com o uso de avatares e óculos virtuais.

A chegada da tecnologia 5G ao país deve ajudar a desenvolver o metaverso e mantê-lo atualizado, porém, como muitas regiões ainda não possuem nem mesmo um sinal de 4G, isso pode ser um entrave para o desenvolvimento da tecnologia imersiva no Brasil.

Há ainda a necessidade de maiores estudos e aprimoramentos na área. Altos investimentos que estão sendo feitos por empresas como o Facebook (agora Meta), Microsoft e Google podem, em um futuro próximo, resultar em grandes lançamentos.

CONCLUSÕES

Conclui-se, portanto, que o metaverso no jornalismo ainda não está sendo utilizado em sua totalidade pelo jornal norte-americano The New York Times e pelos dois produtos jornalísticos da TV Globo: Fantástico e portal G1.

Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

O que encontramos durante um estudo de caso dos objetos de pesquisa foi o uso da realidade virtual e aumentada, sobretudo os vídeos em 360°. Também foi possível perceber que o uso de aplicativos de realidade virtual foi utilizado tanto pelos jornais da Rede Globo como também pelo The New York Times.

Como mencionamos, o uso ainda tímido do metaverso pode estar atrelado ao alto custo e, ainda, à recente popularização do termo, e não há dúvidas de que já há muitas empresas que pegam carona na popularidade desta tecnologia apenas como marketing oportunista. Contudo, acreditamos que, em um futuro breve, tal tecnologia possa realmente se tornar predominante nos veículos de comunicação em todo o mundo. Tudo irá depender, como nos mostrou McLuhan, do impacto desta tecnologia ainda recente na vida das pessoas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, T. **O Jornalismo Imersivo no The New York Times**: Um estudo sobre a produção de notícias em 360 graus. Dissertação (Pós-graduação) – Universidade Federal da Paraíba: Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes – Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC). João Pessoa (PB), 2019. Acesso em: 11 de setembro de 2022.

G1. **Acompanhe no G1 ao vivo em 360° os shows do Palco Mundo do Rock in Rio**. Portal g1, 15 de setembro de 2017. Editoria “Rock in Rio 2017”. Disponível em: <http://especiais.g1.globo.com/musica/rock-in-rio/2017/ao-vivo-360/#!/palco-sunset-supla-e-doctor-pheabes-360>. Acesso em: 10 de setembro de 2022.

G1. **Com entrevista feita no ‘metaverso’, Fantástico explica potencial e novos desafios do novo projeto de Zuckerberg**. Portal g1, 5 de dezembro de 2021. Editoria: “Fantástico”, disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2021/12/05/com-entrevista-feita-no-metaverso-fantastico-explica-potencial-e-desafios-do-novo-projeto-de-zuckerberg.ghtml>. Acesso em: 10 de setembro de 2022.

FONSECA, A; LIMA, L; BARBOSA, S. **Jornalismo imersivo**: Dez anos de pesquisa e produções. International Journal On Stereo & Immersive Media, v. 3. n.1, pág 72-89, 22 de julho de 2020. Acesso em: 11 de setembro de 2022.



Tudo é Ciência: do Big Bang ao Metaverso

1º Congresso Brasileiro de Ciência
e Saberes Multidisciplinares

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Teorias da Comunicação**: ideias, conceitos e métodos. Editora Vozes, 2014.

MELO, R; MENEZES, A. **Realidade Virtual em 360° e Inovação**: Potencialidades e Ausências nos portais Correio 24 horas e NE101. Revista Mídia e Cotidiano, v. 14, n.3. 22 de julho de 2020. Acesso em: 11 de setembro de 2022.

SASTRE, A; BELDA, F. **A Experiência imersiva na produção do jornalismo pós-industrial**. Revista GEMInIS [S.L], v.9, n.3, p. 80-88, 2019. 20 de dezembro de 2018. Acesso em: 11 de setembro de 2022.

SporTV. **SPORTV e Samsung fecham parceria e transmitem Jogos em realidade virtual**. SporTV, 16 de agosto de 2016, Rio de Janeiro (RJ). Editoria "Rio 2016". Disponível em: <http://sportv.globo.com/site/programas/rio-2016/noticia/2016/08/sportv-e-samsung-fecham-parceria-e-transmitem-jogos-em-realidade-virtual.html>. Acesso em: 10 de setembro de 2022.

The New York Times. Disponível em: <https://www.nytimes.com/>. Acesso em: 11 de setembro de 2022.

TREIBEIN, H. **Metaverso**: a promessa da ficção científica aplicada ao mundo real. Dezembro de 2021. Disponível em: <https://www.velip.com.br/metaverso-a-promessa-da-ficcao-cientifica-aplicada-ao-mundo-real/>. Acesso em: 9 de maio de 2022.