ARTIGO CIENTÍFICO

A experiência do usuário com jornalismo audiovisual em 360°

A construção de um caminho metodológico

Luciellen Souza Lima

Universidade Estadual da Paraíba • Brasil

Como investigar a experiência imersiva combinando métodos, instrumentos e perspectivas de análise.

JORNALISMO • RECEPÇÃO • EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Por que olhar para a experiência?

O jornalismo audiovisual em 360° amplia o campo de visão e pode transformar a relação do público com o acontecimento.

NOVO FORMATO

Dispositivos e linguagens abrem possibilidades de interação espacial e sensorial com o conteúdo.

QUESTÃO DE PESQUISA

Como compreender a experiência do usuário e o papel da sensação de presença no contato com reportagens em 360°?

DESAFIO METODOLÓGICO

O fenômeno reúne dimensões tecnológicas, cognitivas, sensoriais e socioculturais.

OBJETIVO DO ARTIGO

Descrever e discutir o percurso metodológico construído para investigar a experiência do usuário, explicitando decisões, procedimentos e articulações entre métodos.

Uma pesquisa de recepção com métodos mistos

A metodologia foi construída para observar o fenômeno por diferentes ângulos — sem reduzir a experiência a uma única medida.



Pesquisa descritiva • estudo de recepção

O modelo de análise: quatro instâncias

As categorias organizam a investigação; na experiência concreta, elas se articulam e influenciam mutuamente.

01 CONTEXTUAL

Consumo de notícias • impressões gerais sobre experiência e tecnologia

02 JORNALÍSTICA

Características das reportagens • aspectos éticos percebidos

03 ESTÉTICA

Imersão • sensação de presença

04 DESDOBRAMENTOS

Compreensão • credibilidade

Três fases interdependentes

O percurso foi sendo ajustado ao longo da pesquisa, articulando fundamentação, experimentação e interpretação.

1

EXPLORATÓRIA

Revisão bibliográfica, pesquisa documental, bibliometria e metapesquisa. Mapeamento de 88 produções em 360°.

2

EXPERIMENTAL

Exposição a reportagens em condições distintas; aplicação de questionários e realização de entrevistas.

3

DESCRITIVA

Análise dos produtos, tratamento estatístico, análise qualitativa e cruzamento dos dados.

O mapeamento documental identificou 88 produções: 66 de organizações jornalísticas, 16 de universidades ou produtores independentes e 6 documentários.

Como foi realizado o experimento?

O desenho comparou dois dispositivos de consumo e utilizou duas reportagens audiovisuais em 360° como estímulo.

80
participantes

24
entrevistados

2
reportagens

4
grupos de 20

CONDIÇÃO A • ÓCULOS DE RV

20 participantes por reportagem utilizaram óculos de realidade virtual e smartphone.

CONDIÇÃO B • NOTEBOOK

20 participantes por reportagem assistiram pelo notebook, com mouse e fone convencional.

Coleta: dezembro de 2021 a janeiro de 2022 • residências e locais de trabalho

Reportagens: “Bento Rodrigues – A vila que deixou de existir” e “Patrulha em Aleppo com os White Helmets sírios” (ambas de 2016).

Instrumentos e tratamento dos dados

Cada instrumento respondeu a uma necessidade distinta; a integração permitiu aprofundar a leitura da experiência.

QUESTIONÁRIO

Aplicado aos 80 participantes. Escalas Likert de cinco pontos, itens de verdadeiro/falso e medidas de imersão, presença, compreensão e credibilidade.

ENTREVISTAS

24 participantes. Exploração qualitativa de sensações, percepções e questões éticas percebidas durante a experiência.

ANÁLISE DAS PEÇAS

Exame complementar das duas reportagens para contextualizar escolhas jornalísticas e aspectos formais.

ANÁLISE QUANTITATIVA

Médias e desvios-padrão; Wilcoxon; Shapiro–Wilk; correlação de Spearman.

ANÁLISE QUALITATIVA + TRIANGULAÇÃO

Classificação temática das falas, identificação de aproximações e cruzamento dos achados.

O que este percurso metodológico oferece?

A contribuição central do artigo é sistematizar decisões e procedimentos para tornar visível como a pesquisa foi construída.

CONTRIBUIÇÕES

- Combina dados estruturados e relatos em profundidade.
- Articula recepção, características do produto e contexto de consumo.
- Organiza a experiência em quatro instâncias de análise.
- Explicita escolhas que podem subsidiar pesquisas semelhantes.

LIMITES A CONSIDERAR

A amostra foi por conveniência e bola de neve, sem representatividade estatística. A realização em ambientes cotidianos aproximou o teste do consumo real, mas reduziu o controle sobre condições externas.

A metodologia não é um modelo fechado: pode ser testada, adaptada, ampliada e aperfeiçoada conforme o objeto e os objetivos de cada pesquisa.

Uma metodologia como percurso, não como receita

A pesquisa mostra a importância de explicitar as decisões metodológicas ao estudar fenômenos comunicacionais multidimensionais.

Investigar a experiência do usuário com jornalismo audiovisual em 360° exigiu articular revisão bibliográfica e documental, experimento, questionários, entrevistas, análise de produtos e triangulação.

A sistematização desse percurso contribui para o debate sobre estudos de recepção, jornalismo audiovisual, tecnologias imersivas, narrativas complexas e experiência do usuário.

REFERÊNCIA DO TRABALHO

Lima, L. S. (2026). A experiência do usuário com jornalismo audiovisual em 360°: a construção de um caminho metodológico. Artigo científico.

Tese que fundamenta a pesquisa

Lima, L. S. (2022). A experiência do usuário com conteúdos de jornalismo audiovisual em 360° e a centralidade da sensação de presença [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia]. https://repositorio.ufba.br/handle/ri/38332