



O SMARTPHONE É O MEU CAFÉ: Possibilidades de *flanerie* nos aplicativos de realidade virtual jornalística e documental¹

Silvio da Costa PEREIRA²

Resumo: Se algumas décadas atrás acompanhávamos os acontecimentos da cidade pelas janelas de casa, hoje, com o crescimento urbano, vemos a cidade pelas telas de nossos computadores, tablets e smartphones. Partindo de tal constatação, o presente artigo questiona se a *flânerie* vivenciada há dois séculos atrás nas ruas de Paris de alguma forma sobreviveria hoje nas andanças virtuais que fazemos através de nossos dispositivos digitais. Nosso percurso é teórico, e busca compreender os traços essenciais da *flanerie* para em seguida discutir suas possibilidades de existência na produção e, principalmente, no consumo de narrativas jornalísticas e documentais, especificamente aquelas que se valem de ambientes virtuais imersivos.

Palavras-chave: Realidade Virtual. Jornalismo. Imagem. *Flaneur*. Imersão.

¹ Artigo enviado na modalidade *Apps e Mídias Móveis*

² Graduado em Jornalismo. Mestre em Comunicação. Doutorando em Jornalismo. Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: silvio.pereira@ufms.br.

1. INTRODUÇÃO

Há algumas décadas as pessoas acompanhavam os acontecimentos da cidade através da janela de suas casas, ou sabiam deles em uma conversa na padaria. Mas à medida que as cidades crescem, vamos perdendo o contato direto com tais eventos. Hoje vemos a cidade pela tela de nossos computadores, *tablets* e *smartphones*, mesma fonte pela qual conversamos com os amigos para saber das novidades. É através destes dispositivos que nos informamos sobre o mundo próximo ou distante. Já não presenciamos a briga na rua ou o assalto, olhando de perto. 'Presenciamos' tais fatos através de narrativas, profissionais ou amadoras, publicadas em redes sociais ou veículos jornalísticos. Os olhos e ouvidos que captam o acontecimento são as lentes e os microfones de alguma câmera. E nossa vivência passa a ser de segunda mão, dependente do ponto de vista do produtor, e geralmente editada.

Dentro deste cenário, nos perguntamos se a *flânerie* vivenciada há dois séculos nas ruas de Paris de alguma forma sobrevive nas andanças virtuais que fazemos hoje através de nossos dispositivos digitais.

A pergunta não é retórica. Pensamos nas possibilidades de produção de conhecimento através do consumo de narrativas jornalísticas em Realidade Virtual (RV). Na busca de respostas, a figura do *flâneur* nos parece interessante porque evoca a produção de sentido subjetivo e sensorial (CRARY, 2012) do observador contemporâneo das mídias digitais.

Tomamos como hipótese de pesquisa a noção de que a *flânerie* ocorre em narrativas jornalísticas e documentais produzidas em RV. Para testá-la, além da abordagem bibliográfica, recorreremos à observação de algumas produções jornalísticas.

2. O FLÂNEUR

Flâneur é um termo de origem francesa, que traduzido literalmente significa vadio ou vagabundo. Seu significado, porém, transcende a tradução. Benjamin o utiliza para falar da observação errante pelas ruas da Paris do século XIX. Nos poemas de Baudelaire, a *flânerie* é uma atitude moderna, ligada ao traçado das

grandes cidades que naquela época começava a se delinear. Poemas como *Les petites vieilles* ressaltam a presença de um observador atento ao que se passa nas ruas, aos personagens, a seus hábitos, roupas ou forma de andar. Benjamin (1994, p. 233) sugere que a *flânerie* é uma imersão no objeto de interesse, é estar com olhos e ouvidos atentos na busca de algo diferente do que a maioria das pessoas (a massa) busca.

A ascensão do *flâneur* do século XIX está relacionada ao surgimento das galerias de Paris, espaços cobertos entre os prédios, que criaram um ambiente intermediário entre a casa e a rua (BENJAMIN, 1994, p. 34). Entrando e saindo de lojas apenas para observar, caminhando atrás de tipos que lhe interessavam, ou se deixando ficar por horas em um café para dali tudo ver, esse leitor/observador urbano transformava, por vezes, suas experiências em narrativas literárias ou artigos para os jornais. O *flâneur* via o mundo imerso na multidão, embora sem ser notado nem participar dos acontecimentos. Ao contrário da massa frenética, ele não tinha pressa, pois assim se dava ao direito de tentar capturar a essência e os detalhes do espaço e dos personagens que observava.

O *flâneur* benjaminiano é, porém, um personagem datado, cuja existência esteve circunscrita a uma determinada época. Seu desaparecimento está ligado às mudanças urbanas que ocorrem ainda no século XIX, como o fim das galerias, a troca dos lampiões a gás pela iluminação elétrica e o congestionamento da multidão.

Mas o termo continuou a ser usado depois, indicando haver uma essência do *flâneur* e da *flânerie* que não se encontra limitada àquele tempo e espaço.

3. EM BUSCA DA ESSÊNCIA DA FLÂNERIE

Para discutir a *flânerie* em conteúdos jornalísticos e documentais produzidos em RV, precisamos verificar se há neles características do *flâneur* benjaminiano. Para isso buscamos traçar uma compreensão contemporânea da *flânerie*, uma leitura que busca captar as principais características do *flâneur* citado por Baudelaire e Benjamin, para tentar encontrá-lo em vivências atuais. Tal quadro nos permitirá, mais adiante, discutir sua presença no consumo de narrativas em RV.

A primeira característica que nos parece fundamental é que o *flâneur* é um leitor/observador que lê/observa através de sua relação sensorial com o mundo. Que

constrói significados pela justaposição de fragmentos, posto que “a *flânerie* é um método de leitura de textos, para ler os sinais e pistas da cidade” (FEATHERSTONE, 2000, p. 186). Essa, assim, é uma leitura na qual os detalhes são fundamentais. Mike Featherstone considera que a *flanêrie* é também um método de escrita, de produzir e construir textos, uma vez que a partir dessa leitura os *flâneurs* do século XIX criavam narrativas sobre a cidade e seus personagens. Não por acaso Benjamin (1994, p. 225) afirma que “a base social da *flânerie* é o jornalismo”. Lemos (2001), enxerga essa escrita de forma um pouco diferente, nos rastros, mesmo involuntários, que deixamos ao passar. Para ele a *flânerie* instaura “apropriações silenciosas, minúsculas e banais, práticas de subversão intersticial, possibilidades de se locomover escrevendo pequenas histórias” (LEMOS, 2001, p. 47).

Outra característica que constitui a base do *flâneur* é que ele busca imergir naquilo que lê. Para Featherstone “o *flâneur* busca uma imersão nas sensações da cidade, 'banhar-se na multidão', perder-se nas sensações, sucumbir ao arrasto de desejos aleatórios e aos prazeres da escopofilia” (2000, p. 192). Mas a *flânerie* não é puro deleite dos sentidos. Ela oscila entre momentos de imersão e entrega total, e momentos de registro e/ou análise das impressões. O envolvimento emocional permite ter uma experiência através do contato sensorial, e o afastamento racional permite digerir tal experiência para poder compreendê-la, falar a respeito ou agir sobre ela. A relação sensorial pode ser estimulada ou potencializada por aquilo que desconhecemos ou que nos surpreende. Quando passamos a conhecer algo isso deixa de nos surpreender, e o envolvimento tende a ser mais racional ou automatizado.

Uma terceira e última característica que iremos destacar é que a *flânerie* implica em mobilidade, a qual pode ser tanto do leitor/observador quanto do olhar que passeia pela coisa lida/observada. Neste sentido é a vivência do percurso, e não o ponto de chegada o que importa; e a *flânerie* pode ser pensada como uma forma de se relacionar com o ambiente. “A mobilidade do olhar e as oscilações entre imersão e afastamento ajudam a desenvolver uma atitude na qual a paisagem urbana passa a ser percebida como fragmentada e alegórica, ao mesmo tempo em que a vida cotidiana sofre um processo de estetização” (FEATHERSTONE, 2000, p. 195). Essa mobilidade é fundamental na construção da compreensão por parte do leitor/observador, pois “o movimento através do espaço induz a novas percepções”

(FEATHERSTONE, 2000, p. 199). Aqui, quando o autor fala em movimento, ele sugere que não é apenas o movimento corporal que pode induzir tais percepções, mas também o movimento do olhar e mesmo o da imaginação.

Consideramos assim que o *flâneur* constitui-se em um leitor/observador móvel (física, visual, virtual ou imaginativamente), que se coloca imerso no ambiente, a fim de obter uma leitura/observação sensorial e detalhista do mundo ao seu redor, não pelos discursos que lhe são oferecidos, mas pelas marcas que encontra no ambiente. Ao longo de períodos não-imersivos ou ao fim da leitura, é construída uma narrativa ou compreensão a respeito do ambiente percorrido e de suas relações.

4. POSSIBILIDADES JORNALÍSTICAS E DOCUMENTAIS

Se enxergamos um potencial de *flânerie* no jornalismo, tanto pelo viés da produção quanto pelo do consumo, é importante que verifiquemos se há a possibilidade – e em que grau – de que sejam satisfeitas as três características que elencamos como fundantes do ser *flâneur*: a leitura/observação de fragmentos da experiência; a produção de sentido a partir de uma experiência imersiva, aleatória, fragmentada e móvel; e um foco de atenção voltado para o percurso e não para um eventual destino.

Entretanto, a possibilidade de *flânerie* no consumo de narrativas jornalísticas não parece estar vinculada a uma necessidade de *flânerie* na produção. A experiência de navegação nos sugere que o consumo pode estar mais ligado à construção de um ambiente sensorial, baseado em sons, imagens e interatividade tátil ou corporal.

Por isso não é obrigatório – embora seja possível – que a captação de imagens e sons tenha se dado como parte de uma experiência de *flânerie* para que se construa uma narrativa que estimule o flânar. Quando isso ocorre, porém, há um envolvimento mais sensorial e subjetivo daquele que captou os sons e as imagens com o ambiente e o assunto, que são percebidos não através de uma pauta racionalizada, mas das particularidades de uma experiência fragmentada. A narrativa audiovisual será produzida a partir do registro desses detalhes significativos, e o resultado tende a se parecer mais com uma crônica visual do que com uma reportagem tradicional, em função da fragmentação na captação.

Ao refletir sobre a possibilidade de *flânerie* na produção jornalística é fundamental termos em mente o contexto atual, no qual há uma redução da experiência direta dos jornalistas nas ruas. Hoje boa parte dos profissionais trabalha exclusivamente dentro de um escritório ou redação, e dois fatores têm sido fundamentais para isso: a crescente dificuldade de locomoção na urbe congestionada, e a facilidade contemporânea de acesso às informações (visuais, auditivas, textuais, numéricas; recebidas das mais diferentes fontes ou encontradas em bases de dados, sites, blogs ou redes sociais) e pessoas (através dos múltiplos equipamentos e plataformas de comunicação interpessoal).

Mas se não podem flunar no sentido benjaminiano, jornalistas podem ter experiências de *ciber-flânerie*, aqui entendida como

a *flânerie* por espaços relacionais criados por estruturas de informação eletrônica (sites, *homepages*, portais, documentos) sob a forma de interatividade digital com interfaces gráficas e informações binárias (textos, sons, imagens fixas e animadas) (LEMOS, 2001, p. 48)

Ir às ruas, porém, não basta. A possibilidade de *flânerie* por parte dos jornalistas (ou amadores/fontes que produzem imagens usadas em narrativas jornalísticas) parece estar restrita àquelas coberturas nas quais é preciso lidar com o inesperado, com o desconhecido, onde não é seguido um roteiro, onde olhos e ouvidos precisam estar bem antenados para captar sinais importantes para o tema em foco. Somente nessas condições o repórter consegue – ou tem a necessidade de – se entregar ao tema de uma forma mais sensorial, com interesse pelos detalhes ou na busca de construir sua compreensão através de fragmentos. E mesmo que ele possua um ponto de chegada definido – a reportagem que precisa produzir – não tem a resposta ou estória de antemão, como é comum em muitas matérias pautadas a partir da redação.

Para refletir sobre a *flânerie* no consumo de produtos ciberjornalísticos³ precisamos diferenciar os estímulos que diferentes formas narrativas dão ao envolvimento sensorial do leitor/observador.

Narrativas que 'transportam' o leitor/observador para o local dos acontecimentos, fazendo-o sentir-se como se estivesse naquele espaço, são consideradas por alguns autores, dentre eles, Longhi (2016 no prelo), como

³ Não discutiremos aqui a possibilidade de *flânerie* em meios impressos, na TV ou no rádio.

imersivas. Isso engloba narrativas em RV, compreendidas como uma experiência que é imersiva, mas vai além, ao oferecer ao leitor/observador um ambiente com o qual ele possa interagir. Para a autora, as noções de imersão e presença são fundamentais para a compreensão das narrativas imersivas e em RV, como se percebe em Sadowski & Stanney (2002, *apud* Longhi, 2016, no prelo). A imersão diz respeito a um estado psicológico, e presença está relacionada à capacidade do dispositivo em fornecer uma ilusão de realidade inclusiva e ambientadora ao usuário.

A partir destas compreensões, propomos decompor a *ciber-flânerie* em três níveis, de acordo com a estímulo que o formato pode dar ao envolvimento do leitor/observador com a temática representada naquele ambiente.

Em um primeiro nível, enxergamos as narrativas com possibilidades básicas de *flânerie*. Embora possam ser textuais, nestas a imersão é dificultada pela compreensão racionalizada dos códigos alfabéticos. O uso de estímulos mais sensoriais, como imagens, sons e links, pode ampliar a possibilidade de *flânerie*, o que implica que reportagens multimídia se apresentam como espaços mais propícios à *flânerie* no sentido de fornecerem mais estímulos à imersão. A mobilidade aqui é dada tanto pelo olhar quanto através de um dispositivo apontador (mouse, toque na tela, etc.).

Num segundo nível vislumbramos as narrativas com possibilidades intermediárias de *flânerie*. Prioritariamente audiovisuais, são consumidas na tela e através do sistema de alto-falantes do dispositivo, possuindo um potencial imersivo a princípio maior do que aquele de uma narrativa textual, que é estimulado pelo envolvimento sensorial (sonoro, visual e mesmo tátil no caso do acesso a hiperlinks). Mas como a tela aparece em meio à visão do mundo, e o som é escutado em meio aos ruídos do ambiente, o foco na narrativa é sempre mantido de forma instável, o que dificulta a *flânerie*, embora não a impeça. O interesse do leitor/observador pela narrativa pode funcionar como bom isolante do ambiente externo, como frequentemente ocorre com usuários de videogame. O uso de hiperlinks permite ao leitor/observador escolher um entre diversos caminhos possíveis. E o uso de câmera subjetiva ou imagens em 360 graus possibilita estimular a sensação imersiva, ao colocar o leitor/observador no centro da ação.

No terceiro e mais alto grau compreendemos as narrativas com possibilidades avançadas de *flânerie*. Nelas as informações são consumidas sensorialmente (visão

e audição, principalmente), e os estímulos são recebidos de forma isolada do mundo físico (só se vê e ouve a narrativa). Isso amplia a possibilidade de que o leitor/observador venha a ter a sensação de estar no ambiente representado. O uso de imagens estéreo ajuda a ampliar a ilusão de realidade, assim como o emprego de câmera subjetiva e imagens em 360 graus. O uso econômico e focado de textos, em espaços similares àqueles nos quais os lemos no mundo físico, pode ajudar a manter o leitor/observador imerso na narrativa. A possibilidade de transitar pelo ambiente, seja transportado por hiperlinks em narrativas com imagens técnicas, mas principalmente caminhando por ambientes construídos a partir de imagens sintéticas, também pode ampliar a sensação de imersão. Tal consumo de narrativas passou a ser possível com o surgimento de óculos de RV (*VR Glasses* ou *Headsets*), bem como com o uso de fones de ouvido. Mas o uso de plataformas que transformam nossos passos em movimento no mundo virtual, ou de jatos de odorização no ambiente, poderiam ampliar ainda mais a sensação de realidade vivenciada.

Dentro das possibilidades avançadas de *flânerie*, enxergamos três diferentes níveis. No primeiro encontram-se os audiovisuais de narrativa linear construídos com imagens em 360 graus e 3D, nos quais o leitor/observador se deixa levar pelo roteiro⁴. No segundo estão as narrativas não-lineares feitas com imagens em 360 graus e 3D, nas quais pode-se escolher tanto os caminhos a trilhar quanto o tempo de imersão em detalhes do trajeto⁵. No terceiro estão as narrativas construídas com imagens de síntese, onde o leitor/observador pode trilhar, em câmera subjetiva, inúmeros caminhos. Pode ir e voltar, parar e aproximar-se dos detalhes que lhe interessam, dar meia volta⁶.

Entretanto, se o formato narrativo e a tecnologia utilizada estimulam a imersão, eles não a garantem. É fundamental que haja o envolvimento do leitor/observador para que a *flânerie* seja possível. Ou seja, é o leitor/observador quem determinará o grau de mergulho e *flânerie* em uma narrativa jornalística feita com recursos de realidade virtual.

⁴ Pensamos em narrativas como “The displaced”, veiculada no app NYTVR, do jornal *The New York Times*

⁵ Enxergamos tal uso no documentário *Out my window*, feito pelo *National Film Board* do Canadá, embora nele não haja uso de imagens estéreo. Há, no entanto, um uso interessante de hiperlinks visuais.

⁶ Pensamos em narrativas similares ao Folhacóptero (<http://migre.me/uSgLY>) da Folha de S. Paulo, que permite ao usuário escolher a trajetória e 'caçar' informações, mas com imagens estéreo.

A divisão que propomos acima segue as ideias de Featherstone, que enxerga uma mudança no modo de leitura na internet. Hoje lemos as informações textuais, visuais ou auditivas em páginas, rolando-as de cima para baixo à medida que queremos mais dados. Mas as experiências com RV sugerem que é possível construirmos um relacionamento mais sensorial, principalmente visual e auditivo, baseado em imagens esféricas e estereoscópicas.

Com o desenvolvimento de programas tridimensionais, esse modo de ler e saltar está sendo substituído por um movimento envolvente por meio de dados construídos em formas que simulam edifícios. Uma biblioteca ou conjunto de dados pode ser construído como uma rua ou uma cidade na qual formas e simulações icônicas permitem o reconhecimento visível que dá condições ao pesquisador ou navegador de ter acesso à estrutura e ao traçado do campo em questão e de compreendê-los. (FEATHERSTONE, 2000, p. 204)

Assim os ambientes virtuais tendem a tornar-se mais parecidos com os ambientes reais que conhecemos. A interação com o mundo virtual através de dispositivos 'vestíveis' (wearable) pode possibilitar interações com a interface mais próximas daquelas que temos no mundo real do que o aponta-e-clica dos computadores atuais. Isso ampliaria o relacionamento sensorial no mundo virtual, alargando as possibilidades de *flanerie* no sentido de uma imersão seguida de um afastamento. Mas para que isso seja possível, é necessário repensar as interfaces jornalísticas, de forma a possibilitar uma busca mais intuitiva das informações.

Interfaces inovadoras de apoio ao *flâneur* de informações precisam ser projetadas para expor características em comum. Ao utilizar facetas recorrentes e padrões de dados, a visualização de informações pode representar espaços de informação inconsistentes e discretos como paisagens de informação contínua. Tais paisagens de informação visual devem ser projetadas para ser tão convidativas, inspiradoras e informativas quanto possível. O desafio é integrar a natureza abstrata da visualização de informações com o detalhe da apresentação visual. Análogo ao *continuum* entre a exploração horizontal e a imersão vertical, a abstração e o detalhe não devem ser vistos como discretos e separados. Precisamos encontrar novas técnicas de interação e representação que tragam essas duas visões dos espaços e recursos de informação mais próximas, apoiando uma experiência de informação mais integrada. (DÖRK, CARPENDALE e WILLIAMSON, 2011, p. 1222)⁷

A ideia aqui embutida é de possibilitar a construção do conhecimento pela simulação da vivência de uma ação e não apenas pela narrativa do jornalista. Mas tais produtos continuam sendo narrativas, porque são feitos a partir de uma seleção

⁷ Tradução do próprio autor.

de tomadas visuais montadas de acordo com um roteiro, sonorizadas de acordo com o sentido desejado, e que recebem falas – quando houver – que foram obtidas por técnicas de entrevista, selecionadas e editadas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A paixão do *flâneur* pelo que ele observa tem um de seus motores na curiosidade provocada pela novidade. As massas urbanas e as urbes do início do século XIX eram uma novidade. Os dispositivos cibernéticos no final do século XX, também. Mas a novidade não existe apenas quando algo é criado. Ele existe quando o leitor/observador não a conhece. É ele quem vai dizer se está ou não experimentando aquilo pela primeira vez. Isso implica em que há um estímulo à *flânerie* na novidade. Mas essa não é uma condição suficiente. O leitor/observador precisa imergir no espaço temático, sentir-se dentro daquele ambiente informativo.

Isso sugere que há hoje um espaço para a construção de crônicas audiovisuais imersivas e em RV nas quais o leitor/observador transitará não mais pelo mundo, mas por um discurso sensorial sobre o mundo. Entretanto, para que seja construída uma experiência rica em *flânerie*, esse discurso precisa envolver o leitor/observador. A revisão teórica que realizamos e a navegação por narrativas jornalísticas e documentais em RV nos sugerem que para estimular o interesse do leitor/observador essa narrativa precisa ser isolada do ambiente, de viés subjetivo e interativa, com opções de caminho, de parar e se deter em detalhes, de buscar pistas que possibilitem uma construção do significado a partir do discurso audiovisual apresentado.

Baseado nas ideias de Michel de Certeau, Lemos (2001, p. 53) sugere que há na ciber-*flânerie* “apropriações silenciosas, minúsculas e banais do cotidiano, de práticas de subversão intersticial, de possibilidades de se locomover escrevendo pequenas histórias”. Compreendemos que há a construção de uma narrativa pessoal sobre o mundo cada vez que um leitor/observador trilha um caminho através de uma narrativa com a qual ele pode interagir. O que sugere que há potencial de *flânerie* em múltiplos formatos jornalísticos e documentais, como slideshows, reportagens e documentários multimídia, ou fotografias em 360°. Pois nelas há

possibilidade de construção de conhecimento através do relacionamento sensorial com um ambiente virtual.

Assim, concordamos com Lemos (2001, p. 53) quando ele diz que a *ciber-flânerie* é potencializada pelo hiperlink, mas alargáremos tal noção, substituindo o hiperlink pela ideia de interatividade. Englobamos assim tanto as hiperligações quanto as possibilidades advindas de programação. Porque quando a estrutura não é fechada, ou seja, não é totalmente determinada *a priori*, há espaço para que o leitor/observador possa interagir com ela, através de suas próprias escolhas.

Possivelmente, tais narrativas não serão de consumo massivo. Terão interesse por elas pessoas que se sentem estimuladas pela novidade, por conhecer coisas diferentes daquilo que vivenciam no dia a dia. Mas assim como na era dos romances havia leitores para crônicas, apostamos que hoje também há pessoas interessadas em crônicas audiovisuais interativas em realidade virtual.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire: Um Lírico no Auge do Capitalismo - Obras Escolhidas III**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador – Visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DÖRK, Marian; CARPENDALE, Sheelagh e WILLIAMSON, Carey. The Information Flaneur: A Fresh Look at Information Seeking. **Anais da SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems**, 2011, p. 1215-1224. Disponível em <http://migre.me/uPuf4>. Acesso em 24/05/2016.

FEATHERSTONE, Mike. O *flâneur*, a cidade e a vida pública virtual. In: ARANTES, Antônio A. (org.) **O espaço da diferença**. Campinas/SP: Papirus, 2000, p. 186-207.

LEMOS, André. Ciber-flânerie. In: FRAGOSO, Suely e SILVA, Dinorá F. (orgs). **Comunicação na Cibercultura**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001, p. 45-60.

LONGHI, Raquel. Narrativas imersivas no webjornalismo. Entre interfaces e realidade virtual. **Anais do 14º Encontro da SBPJOR**. 2016. No prelo.