Transmídia e Crossmedia no radio: Um Estudo Inicial das Estratégias Narrativas da Rádio Itatiaia[1]

Fábio Faria PIRES[2]
Weverton Velasco DAVID[3]
Rafael de Jesus GOMES[4]
Roscéli KOCHHANN[5]
Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat)

Resumo: O presente trabalho se trata de uma aproximação inicial de análise das estratégias narrativas adotadas pela rádio Itatiaia, de Belo Horizonte, disponibilizado em seu site oficial da web[6]. Tem como objetivo central identificar se a emissora radiofônica trabalha com narrativas transmídia ou crosmedia. Na introdução, apresentamos um breve histórico da Radio Itatiaia. Em seguida, buscamos apresentar a perspectiva de autores utilizados, a cerca do papel das narrativas transmídia e crossmedia no Jornalismo contemporâneo. Na sequência, identificamos os conceitos de transmídia e crossmedia no rádio, por conseguinte, realizamos a análise por três dias seguidos do conteúdo disponibilizado pela radio na web. Trata-se de uma aproximação inicial de estudo.

Palavras Chave: Transmídia; Crosmedia; Radiojornalismo; Radio Itatiaia.

1. Introdução

A Rádio Itatiaia, também conhecida como a Rádio de Minas, transmitida pelas frequências 610 kHz – AM e 95,7 MHz – FM, é a principal emissora radiofônica do estado de Minas Gerais, e está entre as cinco mais importantes do Brasil. No ar desde 1952, conta com uma programação voltada para esportes, presente na cobertura de grandes eventos, jornalismo, prestação de serviços e entretenimento. Como observa Nair Prata (2009), a rádio Itatiaia constituiu um grande marco na história do rádio mineiro:

[1] Trabalho apresentado na DT-5 Comunicação e Multimídia, da Intercom Júnior – XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação
[2]Autor do trabalho, estudante de graduação do 5° semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), email: fabiopires46@live.com
[3]Co-autor do trabalho, estudante de graduação do 5° semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), email: wevertonvelasco.d@hotmail.com
[4] Orientador e professor do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), email: pizzasmutt@gmail.com
[5] Co-orientadora e professora do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), email: rosceli.ko@gmail.com
[6]http://www.itatiaia.com.br/

> A Rádio Itatiaia constitui um marco na história da radiofonia em Minas Gerais por encontrar um caminho novo na década de 50, deixando de lado os velhos conceitos de programação. O grande responsável por tudo isso foi Januário Carneiro, um dos nomes mais importantes do rádio mineiro (PRATA, 2009).

Ao longo de sua história, com o advento da web, a Rádio Itatiaia foia primeira emissora mineira hertziana a transmitir seu conteúdo via web, seguindo a tendência em expandir seu conteúdo para o meio digital, assim como tantos outros veículos radiofônicos, apostando em novas narrativas para se aproximar do público. Assim como destaca Nair Prata (2008), não há dúvidas de que o futuro do rádio seja na internet.

> No caso do rádio, é certo que seu futuro é digital. Mas é muito mais do que isso. O futuro do rádio está na internet e, certamente, as próximas gerações vão ouvir rádio num aparelho onde há possibilidades, além do áudio, de vídeo, telefonia, texto, transmissão e recepção de dados, (PRATA, 2008, p.70)

A internet passou a ser usada também na produção de programas de rádio, na busca por informações a serem noticiadas, como por exemplo, em portais de notícias, redes sociais, e no compartilhamento de áudio. Emissoras passaram a instalar câmeras nos estúdios para oferecer via internet. A ideia seria conjugar som e imagem para os "ouvintes". Hoje conteúdos são pensados para multiplataformas, fazendo surgir estratégias multimídia, crossmediae transmídia.

As narrativas crossmedia e transmídia no jornalismo contemporâneo vêm alterando a elaboração de novas linguagens na construção de notícia e consumo de conteúdos informativos, no que se refere ao consumo da notícia, quando se apropriou da web para produzir e disponibilizar seu material. Desse modo, As narrativas transmídia, inicialmente identificadas no ambiente do entretenimento (JENKINS, 2009), logo passaram a ser verificado no jornalismo, especialmente o praticado nos meios digitais.

Nesse contexto, ao longo dos estudos direcionados ao jornalismo, em especial ao radiojornalismo no meio digital, novos termos para definir tal tendência foram aparecendo, dentre as quais se destacam a narrativa transmídia e crosmedia. Dessa forma, o presente artigo busca analisar as estratégias narrativas utilizadas pela Rádio Itatiaia, de Belo Horizonte.

A fim de atingir ao objetivo proposto, busca-se definir os conceitos de transmídia e crosmedia do jornalismo. Para tanto, a bibliografia utilizada contemplou autores como Jenkins (2009), Canavilhas (2013). O autor trabalha basicamente a sua

definição em torno de *fandons*[7] e franquias de entretenimento, mas pela sua completude vale generalizar seu conceito para as narrativas transmídia em geral. Já aos conceitos de narrativa crossmedia, atribuímos aos estudos de (RENÓ E RENÓ, 2013). Assim, são desenvolvidos conceitos gerais até que se atinjam estes mais específicos, para que possamos analisar as narrativas utilizadas pela Radio Itatiaia.

2. Conceito de transmídia e crosmedia no rádio

A partir da presença do rádio na internet, muitos pesquisadores, dentre os quais RENÓ E RENÓ (2013); LOPEZ E VIANA (2016);CANAVILHAS (2013) têm-se debruçado a estudos direcionados para entender esse ambiente de difusão, produção, conteúdo e consumo e, sobretudo, as novas narrativas usadas para divulgar seu conteúdo. Pelo viés da narrativa, poderíamos nomear dois modelos: o transmídia e a crosmedia.

O transmídia é a transmissão de diversos tipos de conteúdo por meio de múltiplos canais de mídia, cada um deles contribuindo de forma distinta para a compreensão do universo narrativo. Em uma narrativa transmídia o público não fica refém de apenas um assunto em uma mesma mídia ou plataforma, uma vez que esse conceito induz a prática de contar histórias dentre as quais são reproduzidos conteúdos específicos para cada mídia determinante, ocorrendo assim à mensagem com conteúdo diferenciado e transmitido por diversas mídias (JENKINS, 2009).

O crossmedia ocorre quando uma mesma mensagem é transmitida por diversas mídias sem sofrer alterações de conteúdo. O conceito está originalmente relacionado à publicidade, pois as agências investem na produção de um conteúdo que é distribuído por diferentes plataformas midiáticas: “é a mesma mensagem, com o mesmo conceito, mas com um formato específico para o meio” (RENÓ E RENÓ, 2013, p. 56).

Com a expansão de mídias tradicionais para a internet, é extremamente importante levar em consideração o público alvo que acompanha a plataforma. Em relação ao rádio em específico, o ouvinte tradicional tem muitas características diferentes do ouvinte internauta[8].Todas as mudanças ocorridas na área tecnológica e mediática, está ligada a transformações tecnológicas que ocorreram em virtude do consumismo pela informação (KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ: 2011).

[7] Grupo de pessoas que são fãs de determinada coisa em comum.
[8] Termo utilizado pela pesquisado Débora Cristina Lopez, no livro Radiojornalismo Hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio allnews brasileiro em um contexto de convergência tecnológica (2010).

Esses fenômenos potencializam e ampliam o alcance do público-alvo, já que a mensagem poderá ser acessada por diferentes meios de comunicação, graças à internet, esses conceitos possibilitam a construção de novas formas para veicular a notícia, na produção de um conteúdo noticioso que é distribuído por diferentes plataformas midiáticas.

É quase impossível falar de transmídia e crossmedia sem citar acultura de convergência. Uma expressão criada para explicar mudanças tecnológicas, mercadológicas, sociais e culturais que vem sendo analisadas nos meios de comunicação. Para abarcar as pesquisas deste trabalho utilizou-se o livro "Cultura de Convergência" para nortear o conceito de narrativa transmídia, onde Henry Jenkins afirma que:

> [...] Uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. (JENKINS: 2009, p.49).

Diante disso, surgem vários estudos no mundo sobre o processo comunicacional de interação das narrativas transmídia, como uma construtora e reconstrutora de historias para diversas plataformas em constante evolução, com isso os estudos continuam para que reforcem o conceito e utilizem na prática do meio comunicacional.

O consumo é de extrema importância na compreensão e na prática do processo, uma vez que o publico reivindica ou luta por um produto ou algo que perpassa gerações, exemplo disso é o Pokémon e Harry Potter, são produtos da Indústria Cultural[9] que tiveram diversos desdobramentos vindos à tona em objetos, roupa, brinquedos, anime mangas, HQ, jogos para diversos tipos de dispositivos e múltiplas plataformas e meios que foram utilizados para recontar a mesma história.

Essas estratégias narrativas estão alterando as construções de notícia no jornalismo radiofônico, à medida que o consumidor da notícia tem novas possibilidades de acesso ao conteúdo noticioso, não restringindo apenas ao texto, mas com outros formatos, dentre elas a fotografia, o áudio e o vídeo. A Band News FM explora as potencialidades dessas ferramentas em seu site na web.

[9] O termo Indústria Cultural foi designado por Theodor Adorno e mais tarde, por Max Horkheimer para estabelecer a situação da arte na sociedade capitalista industrial.

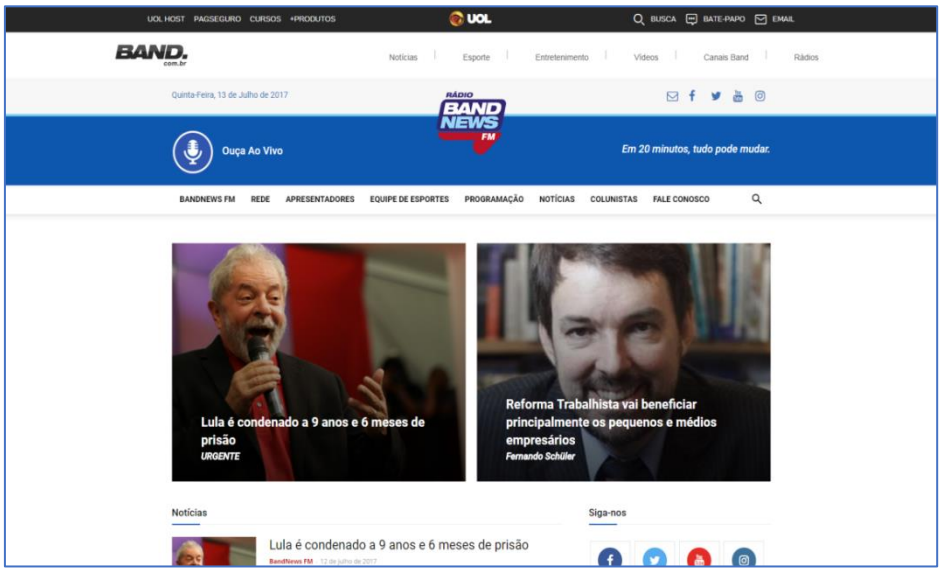

Figura 1 página inicial do site da radio Band

Figura 2 matéria publicada no site da radio Band

Figura 3 narrativas midiáticas adotadas pela radio Band

2.1 Narrativas Trasmídia e Crosmedia no radiojornalismo

O advento da internet fez surgir outras formas de radiofonia, onde, segundo destaca Nair Prata (2008) "o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas também as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos. Além do áudio, há toda uma profusão de elementos textuais e imagéticos". As evoluções tecnológicas contribuíram para que se pudesse estabelecer essa relação através de novas narrativas em plataformas digitais, assim obtendo maior audiência (PRATA, 2008, p. 50).

Ao se falar em revolução tecnológica e informação, é importante destacar Marshall McLuhan. Na introdução do seu livro A Galáxia de Gutenberg (1977), ele diz:

> Toda tecnologia nova tende a criar novo ambiente humano. A invenção da escrita e a utilização do papiro criaram o ambiente social dentro do qual pensamos, em conexão com os impérios do mundo antigo. O estribo e a roda criaram ambientes de grande importância. A imprensa inventada por Gutenberg criou um novo ambiente totalmente inesperado - o público (MCLUHAN, 1977, p.11)

Martínez-Costa (2006)[10] afirma que o rádio está começando a abandonar suas formas tradicionais e modos de funcionamento e se reinventando. As frequências AM e

[10] MARTÍNEZ-COSTA, Maria Del Pilar. Um nuevo paradigma para la rádio .http://www.saladeprensa.org/art199.htm. Data de acesso: 24/1/2017

FM eram as únicas formas de se ouvir radio, e o aparelho de radio o único transmissor. A interação[11] dos ouvintes já era possível por meio de cartas e telefonemas, eles podiam se comunicar com a rádio principalmente em programas de entretenimento. Porém, os custos eram maiores, havia demora nos telefonemas e às vezes não tinham um retorno suficiente. Com o apoio da internet, possibilitou uma interatividade em condições mais eficazes para os ouvintes com em relação ao conteúdo produzido pelas emissoras radiofônicas.

Blogs, sites, redes sociais, *webradios*, *podcasts* são algumas das opções que as rádios vêm utilizando para disseminação de informações. Nelas, a população que possui acesso à internet, tem de forma simples todas as informações que foram transmitidas pelas emissoras durante os programas.

Há de considerar, entretanto que há certa dificuldade na transposição da definição de transmídia, ou ainda crossmedia para o campo do jornalismo, que ocorre em partes, pela complexidade das atividades profissionais e pela existência de conceitos tão semelhantes (CANAVILHAS, 2013, p. 53).

A dificuldade em definir tais conceitos cerceia a cultura profissional do jornalista no ambiente da redação. Como nos mostra Traquina (2005) "O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas-de-fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo". (TRAQUINA, 2005, p.53). Com avanço tecnológico no campo de produção radiofônico, houve a necessidade de explorar novas plataformas midiáticas ao buscar novas narrativas de propagação do conteúdo noticioso, uma vez que, os consumidores da notícia estão presentes em diferentes plataformas digitais.

Dessa forma, cabe indagar: há emissoras radiofônicas que realmente fazem o uso destas narrativas ou apenas segue uma tendência de mercado? É desafiador identificar estratégias narrativas utilizadas pelas emissoras radiofônicas. Há veículos que conseguem trabalhar com os conceitos de transmídia e crossmedia, no entanto boa parte desses veículos não sabe o que fazer com as novas possibilidades pelas ferramentas

[11] Tratamos aqui Interação como a comunicação entre pessoas que convivem; diálogo; trato e contato. Já Interatividade a capacidade de um sistema de comunicação ou equipamento de possibilitar a interação, remetendo-nos à ideia de reciprocidade. E participação a ação ou o feito de participar. Facilita um contato e intercambio provisório entre os papeis de emissor e receptor e torna possível que, neste caso, os ouvintes intervenham no conteúdo das emissões.

convergentes, e acabam adotando a estratégia do mercado. A tendência dessas novas narrativas é de transformar em uma prática para atrair o público e garantir resultados.

3. Análise das Estratégias de Narrativa no Site da Radio Itatiaia

Diante de tantas mudanças no cenário comunicacional, transformado inclusive pela cultura da convergência (JENKINS, 2009), nos deparamos com a construção de novas linguagens para a produção radiofônica, além da ocupação de novos espaços para difusão da informação. As múltiplas possibilidades oferecidas pelas ferramentas em ambientes convergentes resultam tanto em novas estratégias narrativas, como as citadas neste artigo dentre as quais a transmídia e crossmedia. Tais possibilidades compõem os conteúdos informativos disponibilizados para um público heterogêneo, quanto na oferta dessas produções em diferentes plataformas para acesso por parte dos usuários.

Nesse sentido, buscamos neste estudo analisar as estratégias de narrativas utilizadas pela Radio Itatiaia. Para isso, como objetivo de análise, foram feitos três acessos consecutivos, entre os dias 27, 28 e 29 de janeiro de 2017. O período em questão foi escolhido pelo fato da pesquisa ter sido motivada durante as aulas das disciplinas de Ciebercultura e radiojornalismo II. Buscou-se observar as narrativas utilizadas pela emissora e como ela disponibiliza seu conteúdo no site, em específico as matérias publicadas ao fazer uso de podcasts, fotos, vídeos e texto. Foram analisadas 45 matérias das editorias de esportes, cidades, polícia e entretenimento. A observação do conteúdo permitiu a organização das temáticas conforme a tabela abaixo.

ACESSO ÀS MATÉRIAS DO SITE POR EDITORIAS (27/01/2017 a 29/01/2017)	**Narrativa transmídia**	**Narrativa crossmedia**
Esportes	0	0
Cidades	0	0
Política	1	0
Entretenimento	0	0
f Total	1	0

Tabela 1: organização da análise de conteúdo por editorias.

Figura 4: visão geral do site da Radio Itatiaia.

Ao analisarmos, de maneira geral, o layout do site, conforme a imagem acima, apresenta-se da seguinte forma: na parte superior, localizam-se as manchetes de destaque, logo abaixo, o restante das matérias. Já na parte inferior da página, aparecem linkados os acessos às redes sociais da Radio Itatiaia, além dos respectivos blogs dos colunistas da emissora. E, logo mais abaixo, uma sequência de podcasts, intitulados como "Central de áudio", onde o ouvinte/internauta (LOPEZ, 2009) tem acesso às principais reportagens, entrevistas, narração de gols, horóscopo e opiniões e de todo o conteúdo da programação que vai ao ar.

Figura 5 site da Radio Itatiaia na página de central de áudios.

Ao compor sua narrativa em seu site na web, neste acesso realizado no dia 27/01/17, às 22h05min, destacam-se várias mídias existentes, vídeo, imagens e textos. Percebe-se ainda, que os áudios é a mídia mais utilizada pela emissora, para disponibilizar o conteúdo. Na imagem acima, representa a central de áudios da radio Itatiaia, uma sequencia de podcasts, cujas informações abordam os mesmos assuntos pautados no radiojornal da emissora, e nas matérias publicadas neste dia, em que o acesso foi realizado.

Em outro acesso realizado no dia 29/01/2017, identificamos conteúdo com características transmídia, acompanhadas de texto, áudio e por fotografia, sendo utilizadas como uma integração. Isso funciona segundo destaca (LOPES e VIANA 2016, p.167) "observamos que para uma narrativa se configurar como transmídia radiofônica ela precisa partir de uma narrativa regente sonora, muitas vezes iniciada na transmissão de antena – ou, no caso de *webradios*, na transmissão original de um programa".

A narrativa transmidia identificada foi encontrada na matéria intitulada "*Vereador de BH Bim da ambulância é preso por pousar helicóptero em praia de Guarapari*".

Figura 6: matéria publicada no site da radio Itatiaia

Nesta matéria, o texto traz os fatos principais da notícia, o *lead* propriamente dito, além da linguagem verbal e imagética, a matéria traz ainda, um vídeo e dois hiperlinks nos quais encaminham o leitor para outra notícia relacionada ao caso. Um desses *hiperlinks* refere-se à outra notícia presente na imagem acima. Essas diferentes

linguagens ao construírem as vertentes de uma mesma história enriquece a narrativa jornalística.

Durante o período no qual foi realizada a análise do site da Radio Itatiaia, não identificou matérias com característica crossmedia, como visto na tabela 1. A maior parte do conteúdo do site da emissora é multimídia. "A multimidialidade contexto do webjornalismo, trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico" (MIELNICZUK, 2001, p. 04).

Em suma, de maneira geral, a rádio Itatiaia em seu sitte traz notícias curtas, pouco texto e, geralmente, acompanhadas apenas de uma imagem. Os podcasts disponibilizados, são assuntos relacionados às notícias e matérias disponibilizadas. Dentre o período analisado não foi encontrado conteúdos com características crossmedia dentre as 45 matérias analisadas.

4. Considerações Finais

Este artigo procurou analisar as estratégias narrativas midiáticas utilizadas pela radio Itatiaia. Diante disso, percebeu-se a confusão da emissora em lidar com tais opções de linguagem (verbal, imagética, audiovisual). Dentre as 45 matérias do site analisadas, apenas uma apresentou características transmidia, e nenhuma matéria identificada com narrativa crossmedia.

Diante disso, deixa evidente que o conteúdo produzido pelo jornalista na redação radiofônica não é o mesmo, assim como destaca Lopez (2009) "São novas dinâmicas de produção e transmissão que apresentam uma relação entre a tecnologia tradicional da radiodifusão e a informatização dos processos radiofônicos". Dessa forma, o profissional ao pensar na pauta, deve ter em mente uma foto, um áudio, ou um vídeo para compor a narrativa jornalística.

As narrativas midiáticas como meio de propagação do conteúdo, como apresentado neste trabalho, é importante para que as emissoras de rádio, que estão convergindo para o ambiente digital, se aproximem do público, que está cada vez mais presentes nas mídias sociais. O jornalista hoje dispõe de potencialidades nas quais, veicula a mensagem noticiosa por diversas mídias onde uma complementa a outra (transmidia) ou, transmitir um conteúdo em diversas mídias sem sofrer alterações (crossmedia). Todas essas narrativas que foram desenvolvidas e pensadas para atender a necessidade do ouvinte por conteúdos mais completos em plataformas diversas.

As rádios vêm tentando adotar essas narrativas, ao fazer uso das novas ferramentas que o avanço tecnológico propiciou uma nova estrutura com complementação e ampliação das informações, com uso de imagens, *Giphys* ou *GIFs* (imagens em movimento), áudios e textos complementares, infografia e infografia-multimídia, exploração da hipertextualidade em links internos e externos, a adoção do jornalismo de fonte aberta, além de preocupações com navegabilidade dos sites e consumo de conteúdo em rádio no ambiente digital.

Este trabalho, como dito anteriormente, trata-se de uma aproximação inicial do conteúdo da emissora estudada. Por tal motivo, não pode ser considerado como uma pesquisa definitiva. A sequência do estudo deverá analisar outros acessos ao site da emissora e deve contemplar uma análise mais exaustiva do conteúdo, de forma que possibilite a compreensão do conceito das narrativas estudadas.

5. Referências Bibliográficas

CANAVILHAS, João. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In RENÓ, Denis. CAMPALANS, Carolina. RUIZ, Sandra. GOSCIOLA, Vicente. **Periodismo Transmedia**: miradas múltiples. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2013.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOCHHANN, Roscéli; FREIRE, Marcela; LOPEZ, D. C. **Rádio**: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos. VIII Encontro Nacional de História da Mídia, 2011.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação.** Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2009.

LOPEZ, C. Debora; VIANA, Luana. **Construção de Narrativas Transmídia Radiofônicas:** aproximações ao debate. Revista Mídia e Cotidiano Artigo Seção Livre, 2016.

MARTINS, Elaide. **Transmídia, crossmídia e intermídia na grande reportagem multimídia**. Um estudo das estratégias narrativas na série Tudo Sobre, da Folha de S. Paulo. 13° Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2015.

MARTÍNEZ-COSTA, Maria Del Pilar. **Um nuevo paradigma para la rádio**. 2006. Disponível em: http://www.saladeprensa.org/art199.html. Data de acesso: 24/1/2017

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**. Companhia Editora Nacional Editora da Universidade de São Paulo, 1972.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do Jornalismo na Web**. 2001.

PRATA, Nair. **Panorama do rádio em Belo Horizonte.** Encontro Nacional de História da Mídia, 2009.

PRATA, Nair. **Webradio**: Novos Gêneros, Novas Formas de Interação. Tese apresentada ao Programa de Pós Graduação em Estudos Lingüísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2008.

RENÓ, Denis. RENÓ, Luciana. Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia. In: Canavilhas, João. (Org.). **Notícias e Mobilidade** – O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis. Covilhã: Livros LabCom, 2013.

SITE OFICIAL DA Radio Itatiaia, disponível em http://www.itatiaia.com.br/

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. V.1. 2. ed. Florianópolis: Insular. 2005.