

Construção de narrativas transmídia radiofônicas: aproximações ao debate¹

Luana VIANA²

Debora Cristina LOPEZ³

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG

Resumo

O presente artigo pretende promover uma aproximação entre duas áreas importantes para a construção do rádio em plataformas digitais: a narrativa transmídia e a convergência. Como se trata de uma aproximação, apoiamos-nos em uma revisão de literatura específica sobre transmídia, buscando reverberar suas características ao rádio expandido. Compreendemos neste texto não o transmídia como uma tendência do rádio e do radiojornalismo, mas como uma possibilidade que se avizinha e que possibilita, ainda como potencial e não como efetivação, a complexificação dos usos dos novos espaços que ocupa o meio.

Palavras-chave: rádio expandido; jornalismo; transmídia; convergência.

Introdução⁴

Diante de tantas mudanças no cenário comunicacional, transformado inclusive pela cultura da convergência, nos deparamos com a construção de novas linguagens para esses meios, 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 – que compõem os conteúdos informativos disponibilizados para um público heterogêneo – quanto na oferta dessas produções em diferentes plataformas para acesso por parte dos usuários.

Pensar a ecologia de mídias (SCOLARI, 2015) e todo seu ecossistema em complemento à midiamorfose (FIDLER, 1998) permite uma compreensão ampliada sobre a necessidade de reapropriação dos velhos meios aliada à introdução de novos elementos para

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Luana Viana é bacharel em jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Mestranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades pela Universidade Federal de Ouro Preto (PPGCOM/UFOP). Membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor) e Mediações e Interações Radiofônicas, vinculado ao PPGCOM/UFOP. Bolsista da UFOP. E-mail: lviana.s@hotmail.com

³ Debora Cristina Lopez é doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia e desenvolve estágio posdoutoral junto à Universidade do Estado do Rio de Janeiro. É professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. Coordena o grupo de pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Email: deboralopezfreire@gmail.com

⁴ Trabalho que conta com contribuições do artigo feito como requisito parcial para a aprovação na disciplina Tecnologias e Formas de Vinculação Social do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UFOP).

ocuparem um espaço nas plataformas digitais. Esse “meio ambiente” está em um constante processo de remediação (BOLTER E GRUSIN, 2000), o que ocorre quando uma mídia representa ou renova as formas de uma outra mídia, recebendo um outro propósito, assim como uma nova estrutura e um novo uso. Nesse contexto de constantes transformações, consideramos que o rádio também se modificou e que atualmente se apresenta como um meio expandido (KISCHINHEVSKY, 2014), pois está presente em diferentes espaços, e, para sobreviver, precisa diversificar sua linguagem buscando os variados perfis de consumo.

A convergência midiática permite um fluxo maior de informação através de diferentes mídias, possibilitando a composição de narrativas transmídia na construção de conteúdos noticiosos. Tendo isso em vista, lançamos mão de uma revisão de literatura com o objetivo de fazer conexões entre perspectivas teóricas que abarcam o tema transmídia e a narrativa radiofônica em plataformas digitais. Dessa forma, desenvolvemos um fio condutor que parte da diferença entre a definição de *crossmídia*, *multimídia* e *transmídia*, discorre sobre as características gerais desta narrativa, para, posteriormente, entrar em pontos mais específicos, como as projeções possíveis para o rádio.

Um dos conceitos mais completos de transmídia surge para se referir à indústria do entretenimento, entretanto, se difunde para outras áreas, como o jornalismo, por exemplo. As discussões apresentadas neste trabalho vão ainda mais além: englobam as narrativas radiofônicas transmídia. Assim, são desenvolvidos conceitos mais gerais até que se atinjam estes mais específicos, para que possamos refletir sobre a produção radiofônica amparada nas narrativas transmídia⁵.

Compreendendo as definições

De maneira equivocada, o termo transmídia tem sido frequentemente confundido com a ideia de convergência, pois é possível identificarmos uma generalização dessa definição. Não raro, o conceito é utilizado para caracterizar qualquer narrativa que flui de uma mídia para outra, sem que sejam consideradas as suas peculiaridades. Essa circulação sempre existiu – dos livros para o cinema, do cinema para os quadrinhos –, “portanto, não é esse trânsito entre as mídias que se refere à proposta da narrativa transmídia, mas ao

⁵ Os maiores desafios, acreditamos não residem necessariamente na apresentação conceitual e na aproximação entre as áreas, mas no exercício de compreender e discutir os potenciais de incorporação de algumas estratégias no rádio, ainda que, em um estudo exploratório amplo, não tenhamos encontrado uma produção específica que possa ser efetivamente caracterizada como narrativa transmídia radiofônica.

trânsito que resulta em expansão do conteúdo” (GONÇALVES, 2012, p. 20). Surgem, então, outras referências: multimídia e *crossmídia*.

Sobre multimídia, Gonçalves (2012, p. 20) defende que “os processos comunicacionais mulmidiáticos têm resultado em redundância de informação; a mensagem passa pelos diferentes meios, porém não se explora o que há de melhor em cada um deles”. Canavilhas (2013, p.56) vai um pouco mais além da redundância e fala também sobre multimedialidade por integração, em que existe uma complementaridade entre os conteúdos, funcionando como um todo coerente. Já com o olhar voltado para a narrativa multimídia, podemos afirmar que nela há a convergência de áudio, vídeo e imagens na composição da narrativa.

O conceito de *crossmídia* 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). A transmídia, de maneira geral, é uma narrativa dividida em várias histórias em diversas mídias e possui todas as suas partes integradas. Abaixo uma figura para ilustrar a diferença entre esses dois conceitos:

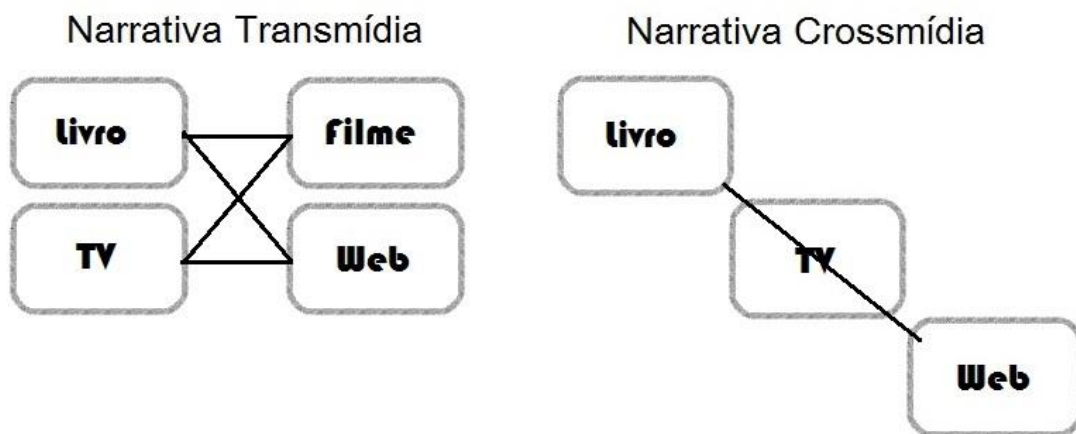


Figura 1 – Narrativas transmídia e crossmídia

Fonte: Ugartemendía (2012)

Transmídia é foco de estudo de diversos autores, portanto, não nos restringiremos apenas a uma definição. Primeiramente, precisamos ter em mente que esse tipo de narrativa é apenas uma das manifestações de um conceito ainda maior e que não pode ser utilizado

como sinônimo: a transmídiação, uma ação estratégica de comunicação que dela derivam várias outras, como

conteúdos transmídia, televisão transmídia, estratégias e práticas transmídia. Entendemos transmídiação como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelo ambiente de convergência (FECHINE et al., 2013, p. 26).

Vertente da transmídiação, o fenômeno transmídia geralmente se origina a partir de grandes conglomerados midiáticos. Foi a partir da indústria do entretenimento e da ficção que Jenkins desenvolve sua definição mais completa de narrativa transmídia. Para o autor,

na forma ideal da narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor, uma história pode ser iniciada por um filme, expandir-se através da televisão, livros e quadrinhos, e seu mundo pode ser explorado e vivenciado em um game. Cada entrada da franquia deve ser autossuficiente o bastante para permitir o fruir autônomo. Ou seja, você não precisa ter visto o filme para desfrutar do game e vice-versa⁶ (JENKINS, 2003).

Jenkins 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. O entendimento autônomo da história ao se consumir apenas um meio é a peça chave para essa narrativa, pois a percepção deve ser completa. Entretanto, ao se ter acesso a mais de uma mídia, a compreensão da narrativa ocorre de forma mais abrangente, clarificando pontos específicos os quais seu desconhecimento anterior não prejudicava a informação.

Gosciola (2012, p. 9) define a narrativa transmídia em consonância com as ideias de Jenkins ao afirmar que “é basicamente uma história, mas o que a diferencia de outras histórias é que ela é dividida em partes que são veiculadas por diferentes meios de comunicação, cada qual definido pelo seu maior potencial de explorar aquela parte da história”. Para Scolari (2013, p.31), existem duas coordenadas que definem essas narrativas: 1) expansão do relato através de vários meios; 2) colaboração de usuários nesse processo expansivo. A participação dos usuários é um dos aspectos trabalhados, inclusive, por outros

⁶ No original: “In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics, and its world might be explored and experienced through game play. Each franchise entry needs to be self-contained enough to enable autonomous consumption. That is, you don’t need to have seen the film to enjoy the game and vice-versa.”

⁷ Grupo de pessoas que são fãs de determinada coisa em comum.

autores (FECHINE et al., 2013; PORTO E FLORES, 2012; RENÓ E RENÓ, 2013; RENÓ E RUIZ, 2012) e se torna uma das condições necessárias para o desenvolvimento desses projetos.

Já Fechine et al. (2013, p. 28-29) acreditam que, apesar dessa integração entre meios ser a base para o fenômeno transmídia, há sempre uma mídia regente na qual se desenvolve uma narrativa principal, enquanto o transbordamento para as outras se caracteriza como narrativas secundárias. Essa predominância de uma determinada mídia vai qualificar o tipo de conteúdo do projeto, como por exemplo narrativas radiofônicas transmídia, ou então televisivas transmídia. Podemos observar que a figura 1 não contempla a mídia regente, demonstrando que todas as mídias possuem uma relevância semelhante. Nesse sentido, o fluxograma proposto por Porto e Flores considera essa diferença:

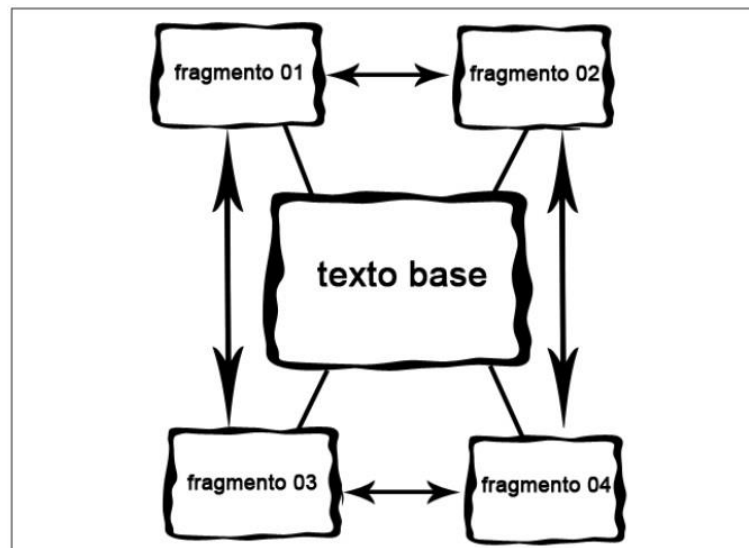


Figura 2 – Fluxograma de narrativas transmídia

Fonte: Porto e Flores (2012, p. 97)

Observa-se que, na imagem, os autores não trabalham com a representação de mídias, mas sim com texto e fragmentos. Todavia, na lógica da narrativa transmídia, diversas frações complementares estão espalhadas por diferentes meios. Na figura 2, percebemos que há uma diferença bem delimitada entre esses fragmentos e uma narrativa central, a qual rege toda a estrutura. O conteúdo da mídia regente é sempre - direta ou indiretamente – citado nas outras histórias, por isso ela "rege", conduz o eixo narrativo.

Entretanto, os outros fragmentos podem ser consumidos sem que se conheça a narrativa principal.

Além desse fenômeno no universo do entretenimento, é possível discutirmos sua existência no âmbito do jornalismo, uma derivação ainda mais específica dessa narrativa.

Jornalismo transmídia

A utilização do transmídia não se limita mais às ficções, seus produtos podem ser planejados para atingir outros campos. Para Scolari (2011, tradução nossa), é preciso pensar a narrativa transmídia além da perspectiva do entretenimento: “creio que tenha chegado o momento de expandir o olhar analítico e incorporar em nossos estudos transmidiáticos outras tipologias discursivas, desde o discurso publicitário até o jornalismo, passando pela política ou por documentários⁸”. Entretanto, devemos considerar que há certa dificuldade na transposição da definição de transmídia para o campo do jornalismo, o que ocorre, em partes, pela complexidade das atividades profissionais e pela existência de conceitos tão semelhantes (CANAVILHAS, 2013, p. 53) – como vimos no primeiro tópico deste *paper*.

Observamos que o conceito de jornalismo transmídia de Porto e Flores (2012) segue uma lógica bem semelhante à definição proposta por Jenkins, que é relacionada ao universo ficcional, pois, para os autores, “o jornalismo transmídia vem a ser uma forma de linguagem jornalística que contempla, ao mesmo tempo, distintos meios, com várias linguagens e narrativas a partir de numerosos meios e para uma infinidade de usuários⁹” (2012, p. 82, tradução nossa). Consideramos, no entanto, que a compreensão de transmídia – seja ela aplicada ao jornalismo ou ao entretenimento – deve ir além disso, incorporando estratégias de ampliação da narrativa regente, de engajamento e envolvimento da audiência na composição e/ou na recirculação de narrativas secundárias. Mesmo no jornalismo, que se depara com o desafio de não poder efetivamente criar um universo, como ocorre no entretenimento, esse potencial imersivo é crucial para o desenvolvimento da narrativa transmídia. Do contrário, as narrativas secundárias podem se apresentar desconectadas e não revelarem, em sua estrutura, uma lógica transmidia, mas restringir-se à multiplataforma.

⁸ No original: “Creo que ha llegado el momento de expandir la mirada analítica e incorporar en nuestros estudios transmediáticos otras tipologías discursivas, desde el discurso publicitario hasta el periodístico, pasando por el político o el género documental.”

⁹ No original: “El Periodismo transmedia viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con varios lenguajes y narrativas a partir de numerosos medios y para una infinidad de usuarios.”

Ao compor uma história, as várias mídias existentes podem ser utilizadas para uma integração, explorando as potencialidades de cada uma, como áudio, texto, vídeo ou imagens. Essas diferentes linguagens, ao construírem as vertentes de uma mesma história, enriquecem a narrativa jornalística.

Com cada incorporação, os diferentes tipos de relato se vêm condenados a coexistirem, resultando, com o passar do tempo, nas inevitáveis influências mútuas. Esta evolução no sentido da narrativa transmídia, num contexto de ecologia web de complexidade crescente, tem potencial para ser um recurso de grande riqueza comunicacional (RAMOS et al., 2012, p. 220).

Para além dos conceitos, Canavilhas (2013) propõe um conjunto de características que devem estar presentes em uma narrativa transmídia voltada para o jornalismo, são elas: a) interatividade; b) hipertextualidade; c) multimídia integrada; d) contextualização.

A interatividade é característica do conteúdo ou da plataforma (CANAVILHAS, 2013, p. 58) que permite ao usuário construir uma relação com a narrativa. Com o transmídia

é possível aproveitar as possibilidades comunicacionais presentes na sociedade pós-moderna, na qual a mobilidade e a liquidez de estruturas, ou seja, a interatividade, assumem papéis importantes no campo da comunicação, como a de envolver e atrair o receptor para a interpretação participativa da mensagem¹⁰ (PORTO E FLORES, 2012, p.82, tradução nossa).

Já o hipertexto se refere à potencialidade que os consumidores têm para seguirem o caminho que desejam ao acessarem a informação. Dessa forma, a narrativa assume uma disposição multilinear, mesmo que haja uma mídia predominante. Na *web*, os *links* podem se referenciar a elementos fora ou dentro do próprio site e ligam entre si os blocos informativos. Canavilhas (2013, p. 59) também acredita na existência desses *links* fora do ambiente da informática ao afirmar que as menções para os conteúdos disponíveis em outras plataformas exercem o mesmo papel – por exemplo, uma chamada no rádio ou na televisão que informa sobre a expansão de conteúdo existente na *web*.

A utilização da multimídia integrada “significa que os conteúdos devem ser usados com um objetivo específico no contexto do trabalho, seja para confirmar, destacar ou simplesmente ilustrar uma determinada situação em que a imagem ou o som fazem a

¹⁰ No original: “La diferencia del Periodismo transmedia sobre las otras formas de narrativa periodística es que con la narrativa transmedia es posible aprovechar las posibilidades comunicacionales presentes en la sociedad post-moderna, donde la movilidad y la liquidez de estructuras, o sea, la interactividad, asumen papeles importantes en el campo de la comunicación, como la de involucrar y atraer al receptor para la interpretación participativa del mensaje.”

diferença” (CANAVILHAS, 2013, p. 60). Ou seja, essa multimídia vai potencializar as características de cada meio, se referenciando a frase de Jenkins (2003) – mencionada anteriormente – “cada meio faz o que faz de melhor”.

Por fim, a contextualização aplicada ao jornalismo transmídia diz respeito principalmente ao espaço e condições de consumo, como por exemplo a individualidade e a mobilidade. Os níveis de contextualização adaptados a esta realidade permitem a personalização com o objetivo de chamar a atenção do consumidor para um conteúdo específico (CANAVILHAS, 2013, p. 60).

Ao final da apresentação sobre essas características, Canavilhas (2013, p. 61) afirma que a narrativa transmídia não se aplica a todos os gêneros jornalísticos e faz duas ressalvas ao defender aquelas que se encaixam ao fenômeno. Para o autor, os gêneros jornalísticos que verdadeiramente se adaptam ao transmídia são aqueles nativos do webjornalismo, ou então, a grande reportagem. Sobre a reportagem, Porto e Flores acreditam que

a linguagem da reportagem jornalística é a essência do gênero, assim como o seu conteúdo. Entretanto, a partir de modelos transmídia emergentes, tornou-se necessário encontrar uma linguagem que contemple este modelo de reportagem. Um formato que permite a navegabilidade a partir dos espaços intertextuais. Uma construção que proponha a interatividade pelo conteúdo, pela circulação e pela avaliação do texto¹¹ (PORTO E FLORES, 2012, p. 87, tradução nossa).

Fechine et al., (2013, p. 31) acreditam que os conteúdos transmídia resultam, entre outros, de ações estratégicas dos produtores interessados em promover o engajamento do consumidor com os produtos. “O público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia” (JENKINS et al., 2014, p. 24). Os grandes produtores de conteúdo têm essa consciência, portanto, já que as estratégias transmídia demandam necessariamente o envolvimento dos destinatários-consumidores, ao desenvolver um produto jornalístico que se enquadre nessa definição é necessário considerar esses pontos.

Essa participação está diretamente relacionada com a primeira característica – que de acordo com Canavilhas (2013) deve estar presente em produções jornalísticas transmídia – apresentada, a interatividade. Os consumidores podem se envolver com o produto através

¹¹ No original: “El lenguaje del reportaje periodístico es la esencia del género, así como su contenido. Pero, a partir de los emergentes modelos transmedia, pasó a ser necesaria la búsqueda de un lenguaje que contemplara este modelo de reporterismo. Un formato que posibilite la navegabilidad a partir de espacios intertextuales. Una construcción que proponga la interactividad por el contenido, por la circulación y evaluación del texto.”

de toda uma “arquitetura da interação”, que inclui botões de compartilhar, etiquetar, curtir, espaços para comentários (KISCHINHEVSKY E MODESTO, 2014, p. 19). Entretanto, a participação não se limita a esses aspectos apresentados, afinal, são os usuários que farão a informação circular.

O jornalista já não é o "dono" da notícia. Agora os cidadãos que têm acesso a ela, de alguma forma, são parceiros na autoria, pois o conteúdo está ganhando espaço nas redes sociais a partir desses atores sociais, frequentemente acompanhado por um comentário sobre o tema que reproduz algo pessoal do prosumer¹² (RENÓ E RUIZ, 2012, p. 57, tradução nossa).

As redes sociais na internet vão proporcionar maior interação entre os usuários e os conteúdos jornalísticos, assim, esse tipo de narrativa vai mais além do que apenas uma reconstrução da realidade. Além da interação por meio da *web*, cada meio de comunicação possui sua própria forma de dar voz a seu público. O rádio é uma mídia que desde o início de sua história estabelece essa relação com seu ouvinte, através de cartas, passando pelo uso de telefones fixos, até chegar na internet. As narrativas transmídia que têm esse meio como mídia regente podem, ainda, utilizar alguns desses métodos como forma interagir e expandir o seu conteúdo.

Potenciais para uma narrativa radiofônica transmídia

Sabemos que, atualmente, o rádio não se limita mais às ondas hertzianas, é um meio expandido que transborda para outras plataformas, como Tvs por assinatura, dispositivos móveis, *webrádios*, *podcasts*, rádios sociais, entre outros (KISCHINEVSKY, 2014, p. 148). Essa realidade se construiu de forma gradual a partir da midiamorfose – metamorfose dos meios antigos (FIDLER, 1998). No contexto do rádio, as transformações integram o que Prata (2009) denomina como um processo de radiomorfose.

Já que este meio está presente em diversas plataformas, com diferentes configurações, é possível que integre e desenvolva narrativas transmídia. A ocupação da internet por essa mídia permite a expansão de conteúdos com a incorporação de textos, vídeos e imagens que podem complementar uma narrativa principal veiculada por ondas hertzianas, por exemplo.

¹² No original: “El periodista ya no es “el dueño” de la noticia. Ahora los ciudadanos que tienen acceso a ella, de alguna manera, son socios de la autoría, pues el contenido gana espacio en las redes sociales a partir de estos actores sociales, a menudo acompañados de algún comentario sobre el tema que reproduce algo personal del prosumidor.”

O rádio pode se enquadrar tanto nas definições de narrativas transmídia relacionadas à ficção quanto ao jornalismo, pois possui programações mistas que envolvem tanto produções para entretenimento – como programas de terror, humor, novelas – quanto jornalísticas – que incluem produções especiais, reportagens em série, documentários, etc. Acreditamos que é na produção de aprofundamento o espaço para o potencial desenvolvimento da narrativa transmídia no rádio, já que como definição de gênero, ela permite maior dedicação do comunicador ao processo de apuração e conseqüentemente ao desenho narrativo e à organização da arquitetura da informação, permitindo uma complexificação que pode ser explorada a partir da caracterização do transmídia – embora, reafirmamos, não exclusivamente ou necessariamente por este caminho.

Neste sentido, 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 webrádios, na transmissão original de um dado programa (de consumo sob demanda ou não). A partir dela, novos espaços informativos e analíticos se desenham, em peças acústicas e em produções multimídia, espalháveis e interconectados, constituindo uma arquitetura mais ou menos intrincada, mas relacionada àquele eixo narrativo original.

Como visto, para Scolari (2013, p. 31), os produtos transmídia precisam se expandir por diversos meios e deve haver a colaboração dos usuários para isto. Dessa forma, o rádio é uma mídia que permite a construção dessas histórias, pois pode ser uma das plataformas envolvidas nesse processo de difusão do conteúdo – espalhado por seus ouvintes através da internet.

Canavilhas (2013) apresenta algumas características que definem uma produção transmídia, a saber: interação; hipertexto; personalização; contextualização. Observamos que a proposta do autor orienta-se fundamentalmente pelas relações com a audiência, atribuindo-lhe um protagonismo que marca o debate sobre transmídia independente de sua vinculação ao entretenimento, ao jornalismo ou a um determinado suporte onde se marque a narrativa regente. Esse vínculo estreito com a audiência, é importante lembrar, marca também a trajetória do rádio. Desta forma, para os comunicadores deste meio, a composição de uma narrativa deste perfil pode ser vista como natural e diretamente vinculada à essência de suas produções de aprofundamento. Assim, demarcamos aqui a possibilidade de, com uma narrativa regente originária de antena, haver uma potencialização e complexificação da expansão das narrativas sobre o acontecimento em

outros espaços e adotando estratégias distintas para atingir a públicos específicos e proporcionar experiências de fruição variadas.

A interação no rádio, por exemplo, não pode ser vista na composição de uma narrativa transmídia como meramente instrumental. Através dela, em uma instância mais simples, é possível ampliar a visibilidade e a ocupação de novos espaços pela narrativa mãe, aproximando-a da audiência e alocando-a em espaços compartilhados pelos sujeitos. Esta alocação, reforçada pelo caráter amigo e companheiro que ainda se mantém no rádio (ANTROPOMEDIA, 2015), pode redefinir o papel de uma produção na consolidação dos nós de uma dada narrativa. A interação se dá também com a própria narrativa.

Tomemos aqui como exemplo o programa *Gaúcha 2016*, que estruturalmente se expande para as plataformas digitais através de um site multimídia e um perfil no *twitter*. Tentaremos propor, neste momento, possibilidades de atendimento às características de uma narrativa transmídia em uma cobertura específica – a Liga Mundial de Vôlei – e assumindo como ponto de partida a vitória do Brasil sobre a França no dia 15 de julho de 2016. O site apresentou uma notícia em texto, acompanhada de fotografia como cobertura do jogo¹³. Mas como isso poderia ser desenvolvido se a proposta fosse caminhar para o transmídia? Façamos o exercício:

- a narrativa regente da cobertura hipotética apresentada neste artigo seria a transmissão ao vivo do jogo em áudio (antena, site e *app*), que remete, em seu conteúdo, à expansão para redes sociais e demais mídias digitais.

- a interação, quando diretamente relacionada à personalização, pode se dar através da integração a um site ou sistema externo de apostas a serem feitas pela audiência, quase como um “bolão”, baseado em dados apresentados pela própria emissora e por fontes externas sobre o aproveitamento das equipes e que demanda do ouvinte-internauta tomadas de decisão e a publicização destas decisões em suas redes.

- ainda na cobertura, a emissora pode apresentar como conteúdo complementar em plataformas digitais uma produção infográfica interativa que explique a partir da biologia e da fisiologia as alterações ocorridas no corpo de um atleta padrão ao se submeter a processos de tensão emocional e física como os identificados na partida – uma vitória brasileira por 3 x 2 sets, depois de uma parcial de 0 x 2. As variáveis deste infográfico interativo poderiam ser alteradas pelo ouvinte-internauta, aumentando o potencial imersivo e propiciando uma dinâmica de fruição distinta da ofertada ao público exclusivamente de

¹³ Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/brasilolimpico/2016/07/15/de-virada-brasil-vence-eua-e-vai-encarar-a-franca-na-semifinal-da-liga-mundial-de-volei/?topo=52,1,1,171,e171>, acesso em: 15 de julho de 2016.

antena. A personalização também poderia ser alocada nesta produção ao permitir, através de um aplicativo para dispositivo móvel, que o sujeito compare seu os resultados de seu organismo com os dos atletas da seleção brasileira, por exemplo, através da alimentação individual de informações.

Esta estruturação narrativa hipotética apresentada aqui foi construída pensando na quarta e última característica proposta por Canavilhas (2013): a contextualização. Para o autor, ela está relacionada principalmente ao espaço e condições de consumo da audiência. A diversidade de dispositivos que hoje abrigam receptores radiofônicos e a sua integração a múltiplas funções fazem com que possamos elevar esta característica a uma das centrais na narrativa transmídia radiofônica, explorando potencialmente integração a jogos de realidade aumentada, integrando a produções especiais visuais através de infográficos e *slideshows* imersivos, utilizando áudios que possam ser recirculados, aprofundados ou ainda utilizar-se da estética acústica para propiciar à audiência um olhar distinto sobre o fenômeno, com uma nova angulação, com a inserção de pontos de vista diferentes sobre o acontecimento ou ainda ampliando os eixos narrativos de espaço e tempo (SOUZA, 2010).

Este olhar distinto sobre o acontecimento pode ser construído em uma via de mão dupla: nascendo da redação e da audiência. Na nossa proposta de organização transmídia radiofônica hipotética, pode ser reservado um espaço para análises e comentários sobre o jogo – esportivamente falando – compostos pela audiência ou ainda podem ser agrupadas pela emissora produções da audiência que façam *mashups* derivados de transmissões sonoras compostas a partir de ligas anteriores, ou unindo locuções da audiência de jogos cruciais na trajetória das ligas. Desta forma, haveria uma coordenação entre as propostas de Scolari (2013) de expansão do relato por vários meios e aproveitamento da colaboração dos usuários.

Este acionamento do ouvinte-internauta, conduzindo-o por caminhos distintos e diversos, definidos parcialmente pelas ofertas apresentadas pela emissora e em grande medida pelas ações e iniciativas do próprio usuário atendem ao que propõem Fachine et al (2013) ao destacar o papel – nada inocente e ampliadamente mercadológico, compreendemos – do engajamento na composição da narrativa transmídia.

Considerações finais

O rádio possui todas as ferramentas e características necessárias para desenvolver e veicular narrativas transmídia. Desde a emergência de emissoras radiofônicas na internet, a

possibilidade de desenvolver as narrativas transmídia se potencializou. Tal fato ocorre devido às novas formas de difusão e transmissão de conteúdos e, principalmente, ao novo canal de interação com seus ouvintes. Entretanto, ainda percebemos uma baixa produção desse tipo de conteúdo.

Como a construção de narrativas transmídia exigem um planejamento mais específico por parte de seus produtores, é mais comum que encontremos esse tipo de conteúdo em reportagens especiais radiofônicas, pois estas demandam um tempo maior de produção e, conseqüentemente, podem ser pensadas com essa finalidade. Talvez seja em decorrência dessa escassa produção voltada para o rádio que poucas pesquisas acadêmicas trabalham exclusivamente com os conteúdos radiofônicos transmídia.

As rádios presentes na internet, assim como as webrádios, possuem grande potencial que resulta das características peculiares ao rádio tradicional, como a forma de interação com seus ouvintes, a capacidade de transmitir em tempo real as informações, encurtar as distâncias, entre outros. Tais características poderiam ser mais aproveitadas para intensificar as narrativas transmídia relacionadas a esse meio. Dessa forma, pudemos perceber que utilização de redes sociais pelas emissoras também favorece o desenvolvimento desse tipo de projeto. Assim, seus usuários têm acesso direto ao conteúdo e se transformam em peça fundamental na difusão dessas produções, fazendo com que as narrativas circulem para um grande número de pessoas.

Por fim, observamos que, além de ser possível que o fenômeno transmídia esteja presente em narrativas exclusivamente radiofônicas – com o fluxo da informação transitando entre conteúdos presentes na internet e na mídia tradicional através de ondas hertzianas – esse meio pode atuar como mídia secundária diante de uma outra mídia regente, não sendo necessariamente a portadora da narrativa principal, mas utilizando seus potenciais para fazer parte de uma narrativa ainda maior.

Para isso, no entanto, é preciso compreender que os desafios e caminhos possíveis vão além de um olhar simples para o acontecimento e preveem, antes de mais nada, que os comunicadores observem a importância da diversidade informacional e da crítica no jornalismo de rádio e considerem que há caminhos de inovação para que essa diversidade se estabeleça. O rádio, lembramos, tem entre seus compromissos centrais sua relação com a audiência. Para que esta relação se mantenha e até se fortaleça, a tendência, cremos, reside em compreender os hábitos e as preferências deste público. Desta forma, não queremos aqui – principalmente devido à dificuldade gerada por construir estas inferências com base em

uma revisão de literatura e uma proposição de um potencial de cobertura de um acontecimento – indicar que a narrativa transmídia seja necessariamente o futuro do rádio, mas sim que ela deve ser considerada como uma opção integrada e eficiente para chegar a uma audiência desejada pelo meio sem que haja perdas para a qualidade do conteúdo através de um espalhamento instrumental e superficial.

Referências

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.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis Comprender los nuevos medios**, Buenos Aires, Granica, 1998.

FECHINE, Yvana; GOUVEIA, Diego; ALMEIDA, Cecilia; COSTA, Marcela; ESTEVÃO, Flávia. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes. Da narratividade à narrativa transmídia: a evolução do processo comunicacional. In: CAMPALANS, Carolina. RENO, Denis. GOSCIOLA, Vicente (Org.). **Narrativas transmedia entre teorías y prácticas**. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2012.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. Transmedia Storytelling. In: **Technology Review**, 2003. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/> Acessado em: 18/03/2016

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Compartilhar, etiquetar: Interações no rádio social**. Comunicação Mídia e Consumo, [S.l.], v. 11, n. 30, p. 143-162, abr. 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo, MODESTO, Cláudia Figueiredo. **Interações e mediações, instâncias de apreensão da comunicação radiofônica**. Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação, v. 2, p. 12-20, 2014.

PORTO, Denis. FLORES, Jesús. **Periodismo transmedia**. Madrid: Editorial Fragua, 2012.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

RAMOS, Fernando. GARCÍA, Aurora. VAN HAANDEL, Johan. PIÑEIRO-OTERO, Teresa. Radiomorfose em contexto transmídia. In: CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis; GOSCIOLA, Vicente (Orgs.). **Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas**. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2012.

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.

RENÓ, Denis; RUIZ, Sandra. Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia. In: CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis; GOSCIOLA, Vicente (Orgs.). **Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas**. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2012.

SCOLARI, Carlos A. (Org). **Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015.

SCOLARI, Carlos A. **Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan**. Barcelona: Centro Libros PAPP, 2013.

SCOLARI, Carlos A. Transmedia storytelling: más allá de la ficción. In: **Hipermediaciones**, 2011. Disponível em: <http://hipermediaciones.com/2011/04/10/transmedia-storytelling-mas-alla-de-la-ficcion/> Acessado em: 07/07/2016

SOUZA, Marcelo Freire Pereira de. **Narrativa hipertextual multimídia: um modelo de análise**. Santa Maria (RS): FACOS, 2010.

UGARTEMENDÍA, José Ignacio Galán. Teorizando Transmedia: Crossmedia, Transmedia & Intermedia. In: **Notícias Transmedia**. Disponível em: <http://noticiatransmedia.com/2012/02/18/teorizando-transmedia-crossmedia-transmedia-intermedia/> Acessado em: 07/07/2016