



A Narrativa Crossmídia e Interatividade nas Transmissões da Rede Esporte Interativo¹

Pryscila SILVA²

Jennyffer MESQUITA³

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Este artigo pretende identificar, através da observação, como a narrativa crossmídia e a interatividade, se apresentam e se relacionam dentro das transmissões esportivas do canal de televisão aberto Rede Esporte Interativo, para que este estabeleça uma relação interativa com o seu telespectador. A narrativa crossmidiática, originada na área marketing e publicidade, vem sendo apropriada há algum tempo em estudos na área do jornalismo e de maneira mais específica pelo webjornalismo, mas não se limitando a ele.

PALAVRAS-CHAVE: crossmídia; esporte; televisão; interatividade.

INTRODUÇÃO

Ao longo das décadas, desde sua invenção no início dos anos 1920, passando pela primeira transmissão no Brasil por volta dos anos 1950, chegando aos dias atuais, a televisão adquiriu a capacidade de agregar pessoas e informações de maneira rápida e acessível sendo o meio de comunicação de massa mais presente na vida dos brasileiros. Com o advento da internet acreditava-se que esta, por sua característica multimídia pudesse com o passar dos anos substituir outros suportes midiáticos como a televisão, no entanto, o que se viu foi que, com a internet e suas ferramentas de comunicação como chats, fóruns e as redes sociais surgiu uma gama de possibilidades nas quais os dois suportes poderiam se interligar e interagir.

Para esse estudo foi escolhida a Rede Esporte Interativo, fundada em 2007, que está sediada no Rio de Janeiro e, sendo a primeira rede de televisão aberta com sua programação inteiramente voltada para o esporte, e como já diz o próprio nome se propondo a estabelecer uma relação próxima e interativa com o telespectador. A rede é

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação 7º período do Curso de Jornalismo da UFPI, e-mail: pryga_show@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da UFPI, e-mail: jenmesquita@hotmail.com



conhecida por manter uma série de ferramentas de marketing interativas como perfis em redes sociais da Internet e uma loja virtual, características marcantes dentro da imagem da mesma.

Como referencial teórico, tomamos por base alguns conceitos de narrativa crossmidiática, como o de HASS (*apud* SOARES E MARTINS, 2011) para o qual “a narrativa direciona o receptor de uma mídia para outra”, de CORREIAS E FILGUEIRAS (2008) que entendem que a crossmídia é um cruzamento midiático que ocorre quando um veículo direciona o espectador a outro veículo midiático, permitindo assim que ele não somente consuma o conteúdo, mas interaja e intervenha neste. Também serve de suporte o conceito de interatividade que segundo LEMOS (2000), é um caso específico de interação, sendo compreendida como um tipo de relação tecnossocial, ou seja, como um diálogo entre homem e máquina, através de interfaces gráficas, em tempo real.

Partimos do pressuposto que estes conceitos mantem uma relação de cooperação e existência, a partir do momento que a interatividade ocorre, isto é, quando utilizamos uma mídia (no caso, a internet através das redes sociais) para “estabelecer um contato” com outra mídia (Televisão) a fim de produzir e/ou enviar conteúdo. Outra característica da narrativa crossmidiática é o fato de que parte de sua programação é veiculada em várias plataformas como: portal⁴, *facebook*⁵, *Ipad*, *Iphone*, entre outras, e não somente através de canais UHF, satélite e operadoras de TV, ou seja, um mesmo conteúdo é transmitido em mídias distintas e independentes umas das outras.

INTERATIVIDADE E A NARRATIVA CROSSMIDIÁTICA

A interatividade está presente em quase tudo que nos cerca hoje. As potencialidades interativas contidas nas novas tecnologias de comunicação são inúmeras e possibilitam a participação e intervenção do público no processo da comunicação coletiva.

O conceito de interatividade pode ser caracterizado pela interferência do espectador, nisso ele modifica e co-cria o conteúdo midiático ajudando a moldá-lo.

⁴ Endereço do portal do Esporte Interativo: <http://www.esporteinterativo.com.br/>

⁵ Endereço da página do Esporte Interativo no *facebook*: <https://www.facebook.com/esporteinterativo>

Fundamentalmente a interatividade é representada pela participação do receptor, a partir da qual é possível transformar um determinado conteúdo.

A adoção de recursos interativos tais como e-mails, chats e fóruns permitiu que a utilização da interatividade fosse ampliada nas publicações jornalísticas em redes digitais. Além de passar a interagir através do mesmo suporte, agora a troca entre o público sem a necessidade da atuação jornalística surge a partir de ferramentas de comunicação síncronas. Tem-se, então, um cenário em que a interatividade é potencializada. (MIELNICZUK E SILVEIRA, 2008)

MARTINS (2007) reflete a partir das ideias de Morin que o receptor da internet é um ser mundializado e que sua relação interativa com a rede permite a ele o acesso potencial ao todo, à rede em si, e a cada uma de suas partes e conteúdos.

Ainda sobre a interatividade, MIELNICZUK E SILVEIRA (2008) atestam que “nos suportes tradicionais já havia muitas possibilidades de participação do público interagindo com o meio [...]. Já a potencialização diz respeito à ampliação das possibilidades de participação do público.”. A questão da interatividade era percebida através da utilização de outros meios mais tradicionais, mas, foi com o advento da web e posteriormente com a sua relação com a televisão que ficou mais evidente que elas proporcionam ao telespectador uma interação mais clara e perceptível. CORREIA E FILGUEIRAS (*apud* MARTINS E SOARES, 2011) entendem que o interativo como indicação ou guia de um meio compartilhando esse conceito com a pesquisadora Monique Haas que afirma que na crossmídia “a narrativa direciona o receptor de uma mídia para a seguinte”

Foi dentro da publicidade e do marketing que surgiram os primeiros estudos sobre a narrativa crossmídia quando se percebeu que uma mesma campanha ou produto poderia usar mais de uma plataforma como forma de veiculação. Assim, mídias diferentes disseminariam um mesmo conteúdo independente uma da outra. Lúcia Filgueiras (*apud* SOARES E MARTINS, 2011) afirma que “crossmídia é o meio de suporte de múltipla colaboração utilizado para liberar uma simples história, ou tema, na qual a narrativa direciona o público de um meio para outro, utilizando a força de cada meio para dialogar”. A possibilidade das mídias se cruzarem, ou seja, uma mídia levar a outra e assim sucessivamente, às vezes pode ser confundido como convergência. Para Boumans:

A mídia cruzada surgiu no final dos anos noventa, com o lançamento do programa Big Brother na Holanda, causando um choque muito grande na indústria de difusão. [...] Era a primeira vez que um programa combinava TV Analógica, TV a cabo interativa, internet e telefonia móvel, sendo ainda apoiado por revistas e jornais. (apud CORREIA E FILGUEIRAS, 2008)

E mesmo não tendo surgido na área do jornalismo é possível perceber aspectos dessa narrativa dentro da produção jornalística feita no país.

MAINZ 05 X BAYERN DE MUNIQUE

Foi analisada a transmissão do jogo entre Mainz 05 e Bayern de Munique pela 14ª rodada do Campeonato Alemão. Esta transmissão foi iniciada às 14h20min (horário de Brasília) do dia 27/11/2011 com narração de Luiz Felipe Freitas e comentários de Vítor Sérgio Rodrigues. Entre as várias transmissões esportivas do canal eles revezam a rede social que é utilizada para a participação do público, nesta ocasião a rede social utilizada, onde poderiam ser enviadas mensagens para serem lidas durante a transmissão foi o *Twitter*, porém era possível enviar mensagens no mural da página do Esporte Interativo no *Facebook*.

Durante todo o decorrer da partida o telespectador era chamado a interagir e participar da transmissão mandando recados, opiniões, dúvidas. Para isso teriam que enviar *twettes* com @esp_interativo (perfil oficial do canal no *twitter*). Além disso, no *facebook* havia uma postagem sobre o jogo onde os telespectadores poderiam mandar seus comentários e manifestar sua opinião, contudo estas não eram lidas pelo comentarista da partida durante a transmissão.

Este jogo estava sendo transmitido pela televisão, pelo portal do Esporte Interativo (Figura 1) e ainda por outros suportes como *Ipad*, *Iphone* e etc através de um aplicativo que o canal desenvolveu para esse tipo de aparelho. Ao mesmo tempo, o perfil do canal no *twitter* era atualizado constantemente informando lances e gols. Essas atualizações, tanto do *facebook* como *twitter* também poderiam ser visualizadas na página inicial do portal (Figura 2).



Figura 1 - Transmissão pelo portal

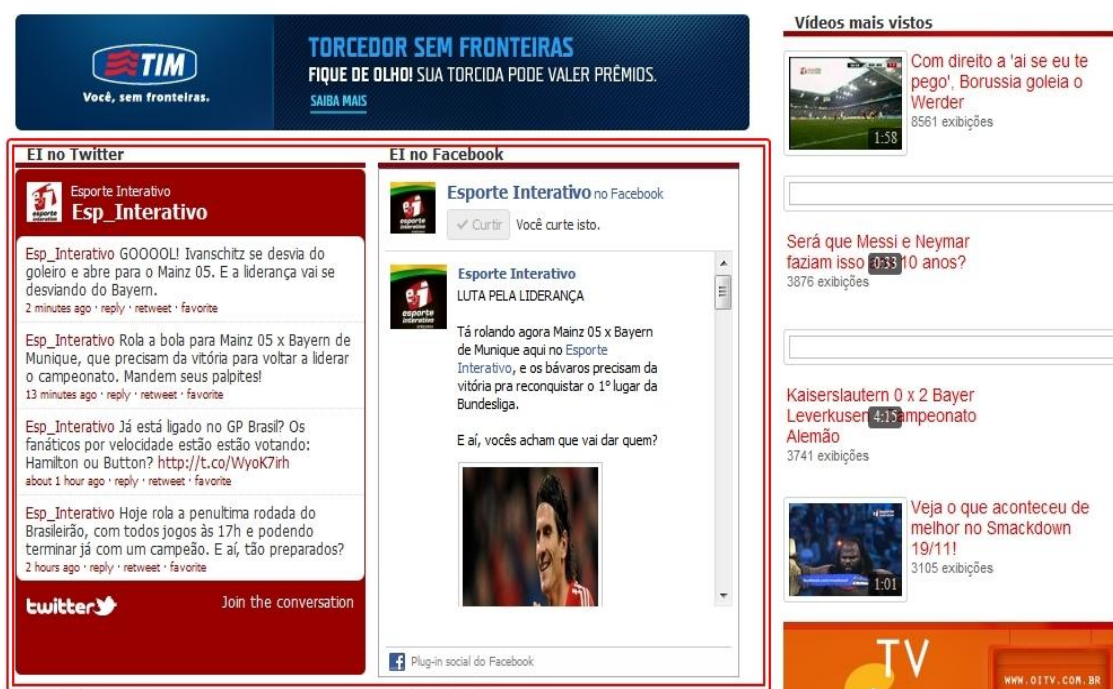


Figura 2 - Atualizações do Facebook e Twitter no portal

Durante a transmissão eram escolhidos momentos aleatórios para a leitura das mensagens dos telespectadores, geralmente momentos de faltas, cobranças de lateral,

etc ou de substituição de jogadores. Nesta partida elas aconteceram em oito momentos distintos como indica a tabela abaixo⁶:

1º tempo		2º tempo	
03:00 min	Bola na defesa	47:00 min	Bola na defesa
12:00 min	Logo após o primeiro gol do Mainz 05	51:00 min	Substituição: Sai Luiz Gustavo Entra I. Ólic
19:00 min	Bola na defesa	77:00 min	Substituição: Sai F. Schönheim Entra A. Ivanschitz.
27:00 min	Após falta cobrada pelo Bayern de Munique		

Nestes momentos dedicados à interatividade, eram lidas em média três mensagens ou apenas eram citados os nomes das pessoas que mandavam recados, mas sem ler os recados. A transmissão foi encerrada às 16h25min (horário de Brasília), sendo o placar final de Mainz 05 3 x 2 Bayern de Munique.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início do trabalho pressupomos que existe uma relação de cooperação e existência entre a narrativa crossmídia e a interatividade dentro das transmissões do canal de televisão aberto Rede Esporte Interativo. Durante a análise da partida podemos perceber diversos momentos em que as duas aparecem, especialmente quando o comentarista ou o narrador chamava o telespectador para participar o que levava esse sujeito a se deslocar a outra mídia para que este contato fosse estabelecido, ou seja, para efetivar sua participação e interagir com os mesmos. Já a narrativa crossmidiática se estabelece quando o conteúdo, ou seja, a transmissão da partida é disponibilizada em mídias diferentes, afim de que assim seja alcançado um maior número de pessoas.

Assim percebemos que quem assiste à TV (ou qualquer outra em que a transmissão esteja acontecendo) é levado à outra mídia, neste caso a internet, pra que através das redes sociais como *Twitter* e *Facebook*, ele estabeleça um contato e participe da transmissão como co-realizador dela.

Mesmo não sendo objeto específico desta análise também percebemos que estas características se empregam a boa parte da programação do canal. Programas como Jogando em casa, Fim de Papo, Quadro de Medalhas entre outros, também se utilizam desses tipos de ferramentas de marketing para estabelecer um contato com o

⁶ Os minutos do 2º tempo são acrescidos aos 45 minutos regulamentares do 1º tempo



espectador, dando assim à programação uma característica peculiar. Entretanto, esta não é uma prática feita unicamente pelo canal em questão, outros veículos como ESPN, BAND SPORTS, SPORTV, entre outros, também usam redes sociais ou fóruns em seus sites para que os telespectadores participem de programas e transmissões esportivas.

REFERÊNCIAS

CORREIA, D; FILGUEIRAS, L. Introdução à mídia cruzada. In: **Grupo de Estudos em interação do LTS**, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2008. Disponível em: <http://lts-i.pcs.usp.br/xgov/pub/TutorialMidiaCruzada.pdf> Acesso em 28 abr. 2012

LEMO, A. **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais.** Disponível: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemon/interac.html>. Acesso em 28 abr. 2012

MARTINS, A. V.; SOARES, T. As Narrativas Cross e Transmídia e as Características do Webjornalismo no Globo Esporte. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 34., 2011. Recife. **Anais eletrônicos...** Recife: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/busca.htm?query=as+narrativas+cross+e+transm%EDdia>> Acesso em 28 abr. 2012.

MARTINS, A. V. Experiências das Narrativas Cross e Transmídia no Webjornalismo. In: Estatuto da Cibercultura no Brasil. **Logos: Comunicação e Universidade**-Revista da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. Rio de Janeiro. Ano 18. n. 1. Vol. 34. 1º Semestre. 2011 p. 18 – 31

MARTINS, F. M. Cyberspace e os sujeitos da interatividade. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Porto Alegre. ano 4, vol 9. 2007. Disponível em: < <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/167/168>> Acesso em 28 abr. 2012.

MIELNICZUK, L.; SILVEIRA, S. C. Interação Mediada por Computadores e Jornalismo Participativo nas Redes Digitais. In: **Comunicação e Interações**. PRIMO, A. et al. (Orgs). Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 173-192.