



## **“Hoje nos Esportes” e a interatividade: reflexos da participação do público no conteúdo do programa<sup>1</sup>**

Roscéli KOCHHANN<sup>2</sup>  
Debora Cristina LOPEZ<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria- UFSM

### **RESUMO**

Pensando nas características essenciais do rádio é possível afirmar que a interatividade sempre esteve presente de forma significativa nesse veículo. Assim, o artigo aqui apresentado discute esse aspecto refletido nos conteúdos sonoros veiculados pelas emissoras. O trabalho inicia-se trazendo discussões sobre convergência utilizando autores como Henri Jenkins e Marcelo Kischinhevsky. Para discutir interatividade utilizam-se conceitos de Luciana Mielniczuk. Como estudo de caso, apresenta-se o programa “Hoje nos Esportes”, da Rádio Gaúcha, e busca-se encontrar nele marcas de interatividade através da realização de análise de conteúdo dos áudios veiculados entre os dias 27 de junho e 1º de julho de 2011.

**PALAVRAS-CHAVE:** Convergência; interatividade; Rádio Gaúcha; radiojornalismo

### **Introdução**

Para falar do atual momento do rádio é necessário considerar as tecnologias, sempre presentes na história do veículo. A potencialização dessas tecnologias, de forma especial a internet, e a possibilidade de migração dos conteúdos radiofônicos para o meio digital modificam a produção e a difusão de conteúdos sonoros. Além disso, intensifica várias características tradicionais do radiojornalismo, entre elas, a interatividade.

O rádio sempre foi um veículo interativo. Porém, as possibilidades de interação passaram por modificações ao longo dos anos. Se, há algum tempo, a maior parte do contato entre produção e ouvintes se dava através de cartas e telefonemas, hoje a internet facilita muito esse processo. Isso porque as cartas levavam semanas até chegar

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria e Bolsista Capes. Integra o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo. E-mail: rosceli.ko@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM e do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM – campus Frederico Westphalen. E-mail: deboralopezfreire@gmail.com



às redações e os telefonemas implicavam em custos para os ouvintes. Com a internet, possibilidades como *blog's*, *chat's*, redes sociais, *microblog's*, entre outras, facilitam a interação e permitem que ela aconteça de forma imediata.

Nesse contexto muitas emissoras de rádio disponibilizam canais de interatividade em seus *sites*. Entre elas podemos citar a Rádio Gaúcha AM/FM, emissora na qual o programa que se apresenta como estudo de caso deste artigo está inserido. Sabe-se que a interatividade modifica a produção e o consumo de conteúdos sonoros, porém, nem sempre as suas marcas podem ser percebidas no decorrer de alguns programas. Dessa forma o presente artigo tem por objetivo principal analisar o programa “Hoje nos Esportes”, da Rádio Gaúcha, procurando encontrar nele marcas de interatividade. A seleção do objeto se deu por ele se considerar um programa interativo quando utiliza a frase “Um mix de esporte, interatividade e música”, na página do programa.

Para atender à proposta realizou-se uma revisão bibliográfica sobre convergência e interatividade. Ainda se observou na página do programa, no portal da Rádio Gaúcha, as opções de interação disponíveis para os ouvintes. E, por fim, realizou-se a análise dos conteúdos veiculados entre os dias 27 de junho e 1º de julho de 2011. É importante dizer que os programas analisados são apenas aqueles disponíveis no site.

Este artigo faz parte do projeto “Jornalismo radiofônico multimídia no Rio Grande do Sul: novos gêneros, habilidades e formatos do rádio all news em ambiente de convergência”, desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor).

## **Convergência**

Assim como a sociedade passa por uma série de modificações causadas pela potencialização das tecnologias, a comunicação também se vê em constante evolução. Por exemplo, se há alguns anos para se comunicar os indivíduos precisavam de algum tipo de proximidade física, hoje isso não é mais necessário. A mediação dos meios contribuiu para a minimização dessa necessidade e o cenário da convergência, presente nos dias de hoje, intensificou ainda mais o processo de comunicação à distância e abriu novas possibilidades para a produção e difusão da imprensa.

Para García Ávilés (2007) é impossível compreender a comunicação sem considerar a presença da convergência. Isso porque esse processo está relacionado



diretamente com o aperfeiçoamento de diversas tecnologias e, ainda, com as novas opções oferecidas todos os dias. Jenkins (2006) conceitua convergência como um processo que se refere ao fluxo de conteúdos através de diferentes suportes midiáticos, a cooperação entre os mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam.

Essa nova postura do público pontuada por Jenkins acaba garantindo ao ouvinte a possibilidade de ser uma fonte de informação contínua. Nesse novo contexto, o “ouvinte – agora também ouvinte-internauta – busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar. Mais que nunca, o ouvinte participa” (LOPEZ, 2009, p.202). Dessa forma, é possível afirmar que o ouvinte é completamente diferente em relação àquele do rádio tradicional.

Ainda para Jenkins, a convergência “representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (2006, p.26). Quando o autor fala em transformação cultural, refere-se às inúmeras reconfigurações dos modos de vida que surgem pela potencialização das tecnologias. A partir do momento que nos é permitido “ir ao banco” sem sair de casa, por exemplo, nossa rotina é reconfigurada e somos afetados diretamente pela convergência. Não só nesse caso, mas inúmeras vezes, é preciso considerá-la como um processo presente nos nossos dias.

Todo esse cenário traz algumas consequências ao jornalismo como, por exemplo, a ampliação das possibilidades de acesso às informações e as ferramentas de transmissão e intercâmbio de dados. A partir desses reflexos é necessário repensar as práticas da produção dos conteúdos midiáticos.

Os meios atravessam um momento crítico - entendendo o termo crise em seu significado original de “mudança” - pois as estruturas e processos que caracterizaram a profissão jornalística durante o século XX parecem definitivamente condenados a dar lugar a novos hábitos e exigências informativas do público do século XXI. (SALAVERRÍA e NEGREDO, 2008, p. 21-31)<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> No original: “Los medios atraviesan un momento crítico- entendiendo el término crisis en su acepción original de ‘cambio’-, pues las estructuras y procesos que caracterizaron a la profesión periodística durante el siglo XX parecen definitivamente abocados a ceder el paso ante los nuevos hábitos y demandas informativas del público en el siglo XXI”. [tradução nossa]



Afirmar aqui que os meios atravessam um momento difícil diante do “novo” cenário significa dizer que é necessário pensar em alternativas para amenizar essa suposta crise evitando, assim, o fim dos meios massivos. As empresas buscam identificar essas novas possibilidades e, muitas delas, encontram na convergência uma maneira de fazer isso. No caso do rádio, hoje:

As emissoras têm sites na web que são acessíveis como qualquer outro, no qual se oferecem informação institucional e da programação mediante interfaces gráficas e também versões gravadas de fragmentos da programação, isto é, algumas emissoras agora podem ser conectadas por procedimentos audiovisuais e também, e isto é muito importante, facilitam a atividade pouco frequente de reprodução de seus conteúdos [...].( FERNÁNDEZ, 2009,p.106)<sup>5</sup>

Levar o rádio até a internet significa permitir que ele trabalhe com um número maior de possibilidades, como, por exemplo, a produção e o consumo de conteúdos multimídia. Atualmente é possível encontrar áudio, vídeos, fotos, textos, *slideshow's*, canais de interatividade em uma mesma página. Isso significa dizer que o rádio busca, na produção multimídia, alternativas para se manter vivo no contexto do século XXI.

Porém, nem todos os profissionais de imprensa consideram a convergência como uma boa alternativa e criticam o processo:

[...] as medidas da suposta renovação digital escondem na realidade uma estratégia de tintas *lampedusianas*: mudar tudo para que nada mude. [...] A convergência seria apenas uma manobra empresarial para suportar o meio dominante, movida exclusivamente pela finalidade de aumentar a produtividade dos jornalistas e reduzir custos. (SALAVERRÍA, 2010, p.28)<sup>6</sup>

Apesar dos diferentes pontos de vista, é necessário considerar sempre que o processo de convergência é uma tendência perceptível em vários campos e traz consigo alterações específicas e significativas para a produção, difusão e consumo dos conteúdos midiáticos.

---

<sup>5</sup> No original: “[...] las emisoras tienen sitios web a los que se puede acceder como a cualquier otro, en el que se ofrece información institucional o de programación mediante interfaces gráficas y también versiones grabadas de fragmentos de la programación, es decir que algunas emisoras ahora pueden ser contactadas por procedimientos audiovisuales y además, y esto es muy importante, facilitan la actividad poco frecuente de reproducción de sus contenidos[...]” [tradução nossa]

<sup>6</sup> No original: “[...] las medidas de supuesta renovación digital esconden en realidad una estrategia de tintes *lampedusianos*: cambiar todo para que nada cambie. (...) la convergencia sería apenas una manobra empresarial para apuntalar al medio dominante, movida exclusivamente por la finalidad de aumentar la productividad de los periodistas y reducir costes.” [tradução nossa]



É importante destacar que existem diferentes dimensões desse processo como a empresarial, de conteúdo, profissional e tecnológica. A convergência empresarial se refere à diversificação midiática ocorrida em empresas (SALAVERRIA; NEGREDO, 2008). Ocorre quando uma mesma empresa trabalha com diferentes veículos de comunicação. A de conteúdos trata da difusão dos mesmos informações através dos diferentes meios – sejam produtos midiáticos adaptados às múltiplas plataformas ou não. Pode-se identificá-la, por exemplo, quando um noticioso radiofônico ocupa-se de dados divulgados previamente em um jornal impresso.

Quando determinada empresa é responsável pela produção de diferentes veículos, conteúdos convergem e as tecnologias passam a fazer parte das rotinas das redações de maneira intensa, as características dos profissionais também tendem a sofrer alterações. Neste contexto, temos a convergência profissional. Para Kischinhevsky (2009), o comunicador é uma das mais destacadas vítimas do processo econômico, social, político e cultural que conhecemos por convergência. Assim, hoje se exige um profissional ágil e multimídia. Portanto, essa dimensão de convergência pode ser considerada como uma das consequências das outras dimensões.

No presente artigo trabalha-se, de forma especial, a convergência tecnológica. Trata-se da base da profissional, de conteúdos e empresarial. Corresponde à revolução instrumental que está tendo lugar, nos últimos anos, no processo de composição, produção e difusão da imprensa (SALAVERRIA; NEGREDO, 2008). Essa dimensão pode ainda ser tratada como a união de diferentes mídias em um mesmo suporte midiático. Dois exemplos são a internet e os celulares. A internet é capaz de difundir vídeos, áudios, textos. Quando acessamos o *site* da Rádio Gaúcha AM/FM, por exemplo, encontramos imagens, áudios, vídeos e informações em forma de texto. Em uma mesma página, é possível observar conteúdos de diferentes formas, caracterizando assim um processo de convergência. Além disso, é possível identificar a presença do processo de convergência ao se observar as diversas opções de interatividade oferecidas pelo portal de emissora.

## **Interatividade**

Quando se fala nas características fundamentais do rádio, encontramos a interatividade como sendo uma delas. Desde o início da sua história o veículo é



considerado interativo. Com a potencialização das tecnologias e o aparecimento de novas opções tecnológicas, essa característica passou a ser ainda mais visível.

Para Lopez (2009, p.48) os espaços de interação radiofônica variam entre a síncrona, *online*, por telefone ou *fax*, e a assíncrona, através de *emails* ou cartas. Considerando essa classificação é possível dizer que nos primeiros anos do rádio a interatividade se dava de maneira assíncrona, pois grande parte das contribuições dos ouvintes se dava via cartas. No rádio atual, é mais frequente a interação síncrona, via internet ou telefone. Ainda para a autora “a internet age, desta maneira, como uma potencialização da interação do rádio, abrindo novos canais para a participação” (LOPEZ, 2009, p.48).

A grande rede é, portanto, uma das possibilidades que destaca ainda mais a presença da interatividade. Essa, por sua vez exerce hoje um papel importante no webjornalismo, pois permite ao leitor/usuário estabelecer relação com o conteúdo disposto nos *sites* e até mesmo fazer parte do processo jornalístico de uma notícia (BARDOEL e DEUZE, 2000).

Essa interação entre o usuário e os conteúdos pode acontecer de diversas formas. Entre elas, pode-se dar destaque aos comentários de *blog's*, *chat's*, *e-mail*, redes sociais, *microblog's* e, ainda, comentários de leitores no final das matérias. Nesse último caso “os comentários somam-se aos artigos, formando um conjunto novo” (VITOL, 2008, p. 36).

Dentro desse contexto considera-se como interatividade, como afirma Vittadini (apud MIELNICZUK, 1999, p. 4), “um tipo de comunicação possível graças às potencialidades específicas de particulares configurações tecnológicas<sup>7</sup>”. Pode-se dizer, então, que essa característica presente nos *sites*, inclusive em portais de emissoras de rádio, atua como um “canal” de ligação entre a produção e usuários/leitores/ouvinte, permitindo que estes critiquem, opinem, sugiram pautas, etc. A partir do momento que o contato entre audiência e produção é estabelecido, as rotinas dessa produção são alteradas, assim como os conteúdos veiculados. Para Mielniczuk (2000, p.1) “a interatividade é mais do que uma simples característica, podendo ser lida como um dispositivo: algo que marca, condiciona e determina processos que interferem na produção, no produto e na recepção dos *sites* jornalísticos desenvolvidos para a web”.

---

<sup>7</sup> No original: “un tipo de comunicación posible gracias a las potencialidades específicas de unas particulares configuraciones tecnológicas”. [tradução nossa]



Além da possibilidade de participação, essa característica permite que o usuário faça a sua própria notícia. É o que Foschini e Taddey (2007) denominam de jornalismo 2.0 ou cidadão. Segundo os autores o jornalismo cidadão rompe com os padrões vigentes nos meios de comunicação de massa ao permitir que os usuários tornem-se “*prosumers*”, ou seja, produtores e consumidores da informação. Com isso, no caso do rádio, o público passa a ampliar o seu papel. Se antes ele era “apenas” um ouvinte, agora ele já possui o poder de produzir conteúdos. Já Torres (2010, p.1) discorda da nomenclatura utilizada pelos autores acima citados. Para ele, esses cidadãos comuns são “colaboradores da imprensa”, pois “chamá-los de jornalistas-cidadãos seria expor exatamente o lado negativo desse “casamento” mídia e sociedade: a maioria das pessoas não possui a formação necessária, muito menos a educação e bagagem que os jornalistas profissionais possuem”. Dessa forma, não se invertem os papéis entre jornalistas e leitores, apenas se complementam as atividades, tendo em vista a maior contribuição dos usuários.

A interatividade pode ser identificada em diversos portais de emissoras de rádio. A audiência pode fazer uso da internet para enviar pautas, críticas, sugestões, conversar com os produtores e locutores, interagir com outros ouvintes buscando a troca de conhecimentos ou mesmo o entretenimento. No *site* da Rádio Gaúcha AM/FM, por exemplo, podem ser encontrados espaços como “Portal de Voz”, “Comunidade”, “Enquete”, “Mural”, “Fale Conosco”, “Chat”. Além disso, a emissora apresenta *link’s* de direcionamento para o *twitter* e o *facebook*.<sup>8</sup> O site apresenta ainda *link* que direciona o ouvinte-internauta para alguns *blog’s* de produtores ou de programas da emissora.

Considera-se que essa potencialização da interatividade está inserida no atual contexto da convergência. Portanto, ao se discutir o rádio de hoje é necessário levar em consideração esse novo cenário, onde o ouvinte não se conforma mais em ser apenas um espectador e deseja participar do processo de construção da informação. É importante ainda que a presença do rádio na plataforma digital contribua para a intensificação das características desse novo ouvinte, que sente a necessidade de estabelecer relação com os conteúdos que consome.

### **As ferramentas de interatividade no portal da Rádio Gaúcha**

---

<sup>8</sup> Sabe-se ainda que a emissora está presente no Orkut. Porém, não é possível encontrar no site qualquer referência a essa rede social.



Considerando esse novo perfil de público com características potencializadas pelo processo da convergência muitas emissoras de rádio passam a oferecer, em seus *sites*, canais de interatividade entre os ouvintes e a produção. No caso do portal da Rádio Gaúcha AM/FM muitas são as possibilidades de interação.

No *link* “Portal de Voz” o ouvinte-internauta é levado a um espaço onde é fornecido o número do portal e são indicadas algumas das opções da ferramenta<sup>9</sup>. Já a “Comunidade Gaúcha” é uma rede social própria do *site*, onde cada ouvinte-internauta tem o seu perfil, fotos, divulga seus interesses e troca mensagens com outros integrantes do público. Esse espaço conta atualmente com a presença de 14.294 pessoas<sup>10</sup>. Para participar da Comunidade é necessário que se faça um cadastro gratuito e rápido, fornecendo algumas informações. A partir daí, é possível trocar mensagens com outros ouvintes e também com a produção.

A emissora também convida o seu ouvinte-internauta a participar de enquetes. Algumas vezes as perguntas são referentes especificamente à programação, permitindo que ele opine em relação às decisões da Rádio Gaúcha. No *link* “Fale Conosco” o público é direcionado a uma página com uma série de possibilidades de contato com a produção. Entre elas, endereço, telefone, *fax*, *twitter*, etc.

Para participar do *chat*, o usuário deve escolher um apelido e a sala que deseja entrar. Entre elas podemos citar “Click RBS”, “Colírio”, “Colorados pelo Mundo”, “Esportes”, “Gremistas pelo Mundo”, “Diário de Santa Maria”, “Zero Hora”, “CBN Diário”, entre outras. São 24 opções de bate-papo. É importante citar que as salas disponíveis são as mesmas oferecidas por outras emissoras ou jornais do Grupo RBS.

O *twitter* oficial da Rádio Gaúcha tem 33.905 seguidores e segue 95 perfis<sup>11</sup>. No geral, a emissora utiliza o *microblog* para divulgar os *link's* com as atualizações do portal. Entre os perfis seguidos pela Gaúcha, pode-se dizer que grande parte deles é de outros veículos de comunicação. Aparentemente a rádio não utiliza o *twitter* para estabelecer interatividade entre produção e ouvintes. Já a página da emissora no *facebook* é utilizada basicamente para publicar links de notícias que foram ao ar na

---

<sup>9</sup> Ao clicar no link “Portal de Voz” o (ouvinte)internauta encontra o seguinte texto: O novo Portal de Voz a Rádio Gaúcha já está no ar. Para acessá-lo, basta discar 8401-0355 e escolher se deseja ouvir os gols da rodada e históricos, ou participar de promoções. As regiões de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul farão a ligação com o custo de uma ligação local para celular, não importando o DDD.

<sup>10</sup> Dado do dia 26 de junho de 2011.

<sup>11</sup> Dados do dia 26 de junho de 2011.



programação. A página foi curtida por 1.903 usuários<sup>12</sup>. Assim, é possível dizer que a Rádio Gaúcha não faz uso de todas as possibilidades das redes sociais, já que um dos propósitos destas é estabelecer interação entre duas partes.

Encontramos ainda o *link* “Ouvinte Repórter”. Ao clicar, o usuário é direcionado a uma janela onde é possível enviar mensagens para a produção da rádio Gaúcha. O *site* apresenta também um *link* que o encaminha a uma lista com dezenas de *blog’s*, tanto específicos de programas da emissora quanto de comunicadores<sup>13</sup>.

Ao observar o portal da Rádio Gaúcha pode-se dizer que no *site* é possível encontrar diversas maneiras de trocar informações com a produção e com outros ouvintes. É necessário lembrar que a potencialização da interatividade, traz mudanças no produto radiofônico e na maneira como se lida com a informação. Além disso, a relação estabelecida com os ouvintes pode alterar também as rotinas produtivas já que o ouvinte passa a ser, de uma forma ou de outra, mais uma voz dentro da redação.

### **A interatividade e o Programa “Hoje nos Esportes”**

“Hoje nos Esportes” vai ao ar de segunda a sexta-feira em horários que variam entre 17h30min e 18h. O apresentador é o jornalista e comentarista esportivo Nando Gross. Com o propósito de ser um programa que mistura esporte, interatividade e música, traz como marca registrada a frase: “Sua companhia na hora do rush”. As notícias da dupla Gre-Nal normalmente ocupam o maior tempo do programa e são produzidas por repórteres que se localizam no Estádio Beira-Rio ou Olímpico.

Levando em consideração um dos objetivos do programa, que se diz uma mistura de esporte, interatividade e música, apresenta-se neste artigo um estudo que busca a identificação de marcas de interatividade no conteúdo do programa. Para atender tal objetivo consideram-se as edições dos dias 27, 28, 29 e 30 de junho e 1º de julho de 2011.

Assim como muitos outros programas da Rádio Gaúcha, o “Hoje nos Esportes” possui uma página própria dentro do portal da emissora. Nela é possível encontrar um vídeo, explicando como é feito o programa, informações sobre o apresentador, *link* de disponibilização de conteúdos já veiculados e as opções de interatividade específicas. Entre as opções de interatividade cita-se o *twitter*, da emissora e do apresentador, “Blog

---

<sup>12</sup> Dado do dia 11 de julho de 2011.

<sup>13</sup> Encontra-se ainda o *link* “Mural”. Porém, este estava fora do ar no momento da pesquisa.



do Nando”, convite para envio de *e-mail*, convite para *chat* com o apresentador, nas terças-feiras às 16h30min, número de telefone para ligações durante o programa e convite para participar da comunidade do “Hoje nos Esportes”. Apresenta-se, a seguir, uma breve discussão sobre cada uma das possibilidades de interação oferecidas pela página do programa.

Quando se fala em *twitter* a página do programa disponibiliza dois *links*. Um deles direciona o ouvinte à página da emissora e o outro à página de Nando Gross. Porém, o interessante é que o *link* disponibilizado como sendo o *twitter* pessoal do apresentador leva o usuário a um perfil seguido por 150 pessoas, mas que não segue ninguém e jamais fez alguma postagem. Contudo ao se ouvir o programa o apresentador convida seus ouvintes a participar através de um outro perfil, diferente daquele anunciado na página. Esse outro perfil (@realnandogross) é seguido por 14.983 pessoas, segue 655 e já realizou 9.814 postagens. Durante os 5 dias de análise aconteceram 73 postagens, sendo grande parte delas representativas de diálogo entre o apresentador e outros usuários. Os conteúdos faziam referência tanto ao programa quanto a mensagens pessoais para o apresentador.

O “Blog do Nando” tem como objetivo ser um fórum de debates onde o assunto futebol é o mais mencionado. No período de observação foram realizadas 8 postagens, todas elas referentes a notícias da dupla Gre-Nal. Nesse período aconteceram 127 comentários de leitores do *blog*, demonstrando assim que esse espaço atende a seu objetivo de ser uma central de debates sobre assuntos esportivos, porém o nome do programa não aparece no *blog*.

A página oferece ainda a opção de envio de *e-mail*, mas o *link* remete o usuário à mesma janela de recados de todo o site da Rádio Gaúcha. Ainda, existe a possibilidade de participar de *chat* com Nando Gross nas tardes de terça-feira. E, na sequência, disponibiliza um número de telefone que permite participação dos ouvintes enquanto o programa está no ar.

Por fim, a página do programa apresenta um convite para que o usuário participe da Comunidade do “Hoje nos Esportes”, na Comunidade da Rádio Gaúcha. A página da conta com 1.255 ouvintes cadastrados e só permite os comentários de membros cadastrados. Durante o período de análise observou-se a presença de 37 comentários de leitores.

*O conteúdo do “Hoje nos Esportes”*



Quando se fala em conteúdo do programa, é possível afirmar que a maioria das notícias, manchetes, entrevistas e sonoras veiculadas são relacionadas a informações referentes à dupla Gre-Nal. Porém, não são exclusivas. Diariamente a produção conta com um repórter com notícias gerais sobre o mundo do futebol. Além disso, o locutor Nando Gross também faz comentários sobre outras modalidades esportivas como o vôlei e personagens da natação. No período de análise, identificou-se ainda a presença de comentários a respeito de outros programas da emissora como, por exemplo, o “Sala de Redação”.

Observou-se também que em todas as edições analisadas o locutor menciona os integrantes da produção do programa. É perceptível a presença de vários repórteres a cada edição. Na semana de análise normalmente apresentaram-se um repórter para dar informações da equipe do Grêmio, um para falar sobre o Internacional, um falando sobre a Seleção Brasileira e a Copa América e um para trazer notícias do esporte de modo geral. Porém na quarta-feira, dia de jogo do Grêmio, em Porto Alegre, vários repórteres foram ao estádio Olímpico para fazer a cobertura de diversos ambientes diferentes. Na quinta-feira, dia de jogo do Internacional, apenas um repórter fazia a cobertura, possivelmente pelo fato de a partida não ter sido no estádio Beira-Rio, na capital gaúcha.

Durante a semana de observação percebeu-se, por vezes, a existência de convites do locutor para a participação do público, conforme mostra a tabela a seguir:

Tabela 01: Convites à participação do público no “Hoje nos Esportes”

<b>Data</b>	<b>Twitter</b>	<b>Blog</b>	<b>Telefone/enquete</b>	<b>TOTAL</b>
<b>27-06-2011</b>	<b>02</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>04</b>
<b>28-06-2011</b>	<b>01</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>01</b>
<b>29-06-2011</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>
<b>30-06-2011</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>04</b>	<b>04</b>
<b>01-07-2011</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>00</b>	<b>02</b>
<b>TOTAL</b>	<b>04</b>	<b>02</b>	<b>05</b>	<b>11</b>



Com base nesses dados é possível afirmar que, em 5 edições do programa, foram apenas 11 convites para a participação do público. Esses convites foram divididos em diferentes tipos de participação: *twitter* (@realnandogross), com um total de quatro convites durante a semana; *blog* (Blog do Nando), totalizando duas chamadas; e telefone/ enquete, aparecendo em cinco dos onze anúncios do programa.

É importante reforçar aqui que o perfil do *twitter* anunciado durante a programação não é o mesmo endereço anunciado na página do programa, no site da Rádio Gaúcha AM/FM. Enquanto o perfil anunciado era o @realnandogross, a página disponibilizava o contato com o @nandogross. Ainda, dos dois momentos onde o locutor convida o ouvinte a acessar o *blog*, em apenas um deles ele menciona a possibilidade de interação através desse canal. Sobre o telefone, um dos convites anunciava o número com o seguinte discurso: “O mais rápido fala na Gaúcha”. Assim, o primeiro ouvinte que fizesse a ligação poderia ir ao ar para fazer algum comentário. Os quatro convites restantes para participação via telefone foram registrados no dia 30 de junho e faziam referência a uma enquete que perguntava: “Você concorda que a saída de Renato é o melhor para o Grêmio?”. Essa pergunta foi reforçada várias vezes durante a edição do dia 30 e os resultados parciais foram anunciados quatro vezes durante aquela edição.

Sobre a participação dos ouvintes levadas ao ar os dados são os seguintes:

Tabela 02: Participação do público no “Hoje nos Esportes”

<b>Data</b>	<b>Twitter</b>	<b>Blog</b>	<b>Telefone/enquete</b>	<b>Não identificada</b>	<b>TOTAL</b>
<b>27-06-2011</b>	<b>04</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>00</b>	<b>05</b>
<b>28-06-2011</b>	<b>04</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>05</b>
<b>29-06-2011</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>00</b>	<b>01</b>
<b>30-06-2011</b>	<b>03</b>	<b>00</b>	<b>04</b>	<b>00</b>	<b>07</b>
<b>01-07-2011</b>	<b>04</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>04</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>00</b>	<b>06</b>	<b>01</b>	<b>22</b>

Baseando-se nesses dados pode-se afirmar que, no período de observação, o programa anunciou a participação dos ouvintes por 22 momentos. As participações mais



citadas foram as realizadas via *twitter*. Essas participações referiam-se a comentários sobre o conteúdo do programa, dúvidas para o apresentador e elogios ao programa. Um dado importante refere-se às participações via *twitter*, que tiveram por objetivo fazer perguntas ao locutor. Foram cinco desse tipo, porém o locutor só respondeu três. A participação via telefone aparece quando o comunicador atende um ouvinte no ar e quando manda um abraço outro, que telefonou elogiando o conteúdo do programa. Ainda as participações foram anunciadas ao serem informadas as parciais da enquete, que totalizou 2.787 ligações no decorrer do programa. Quando a tabela aponta para uma participação por ferramenta não identificada refere-se a uma participação em que o apresentador manda um abraço a um ouvinte que contactou, mas ele não deixa claro qual a ferramenta de interação utilizada.

Assim, pode-se dizer que o programa não faz uso de todas as ferramentas de interatividade que disponibiliza em sua página no *site* da emissora. Durante a semana de observação não foi possível encontrar nenhum reflexo aparente de comentário do público realizado através da Comunidade do “Hoje nos Esportes”. Também não foi percebido nenhum reflexo de possíveis comentários do “Blog do Nando” ou do *chat* que é anunciado na página do programa. E, por fim, não é possível de se perceber qualquer participação colaborativa do público como sugestão de pauta ou produção de conteúdos.

### **Considerações Finais**

O ambiente digital traz consigo uma série de novas possibilidades para o radiojornalismo. Isso pode ser afirmado quando se fala em produção, difusão e consumo de informação. Traz ainda a potencialização de algumas características específicas do rádio, como a interatividade. A partir da internet é possível se estabelecer uma relação entre produção e ouvinte de maneira muito mais simples em relação ao período anterior.

Ao levar em consideração o programa “Hoje nos Esportes” pode-se afirmar que muitas são as opções de contato entre os público e a produção. Entre elas, podemos citar a Comunidade do programa, o telefone, o *blog* do locutor, o *chat* semanal com o locutor, o *twitter*, além das ferramentas oferecidas pelo portal da Rádio Gaúcha AM/FM. Quando observa-se o conteúdo veiculado no programa, pode-se dizer que é possível identificar a participação do ouvinte. Porém, deve-se dizer que essa participação ainda não é explorada da maneira que poderia ser.



Se for considerado o número de participações da semana, acreditamos que ele é satisfatório. Mas, é importante destacar aqui que 15 das 22 participações foram leituras de postagens no *twitter*, sem aprofundamento algum. Nenhuma das participações parece ter se refletido diretamente no conteúdo veiculado no programa. Poucas participações foram comentadas, e mesmo assim de maneira breve. Não houve sugestão de pautas aparentes, talvez pelo fato de o ouvinte não ser estimulado a tal atitude durante a semana de programação.

Destaca-se, por fim, a comprovação parcial da hipótese inicial, que indicava o programa “Hoje nos Esportes” como uma produção altamente interativa. Porém, chega-se à consideração de que, apesar de possuir marcas de interatividade em seu conteúdo, ele não aproveita todas as possibilidades que o contexto da convergência lhe oferece, uma vez que as participações dos ouvintes parecem não afetar de forma direta o fazer jornalístico da produção.

### Referencias Bibliográficas

BARDOEL, J; DEUZE, M. **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals.** Disponível em: <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf>. Acesso em: 10 de julho de 2011.

CARLÓN,M.; SCOLARI,C.A. **El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate.** [S.l.]: La Crujía, 2009.

FOSCHINI, A. C; TADDEY, R. R. **Jornalismo Cidadão: você faz a notícia.** Disponível em [http://pt.globalvoicesonline.org/wp-content/uploads/2007/08/conquiste\\_a\\_rede\\_jornalismo\\_cidadao.pdf](http://pt.globalvoicesonline.org/wp-content/uploads/2007/08/conquiste_a_rede_jornalismo_cidadao.pdf). Acesso em: 14 de julho, 2011

GARCÍA AVILÉS, J. A. et al. Métodos De Investigación Sobre Convergencia Periodística. In: **Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha.** FACOM/UFBA - 3 a 7 de dezembro de 2007.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2006.

KISCHINHEVSKY, M. Convergência nas redações - Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, C. (org) **Jornalismo On-Line: modos de fazer.** Rio de Janeiro: PUCRIO: Ed. Sulina, 2009.



LOPEZ, D.C. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio *all news* brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**, 2009. 301 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2009.

MIELNICZUK, L. **Interatividade no jornalismo online: o caso do NetEstado**. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999\\_mielniczuk\\_netestado.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999_mielniczuk_netestado.pdf) Acesso em: 10 de julho de 2011.

\_\_\_\_\_. **Interatividade como dispositivo do jornalismo online**. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000\\_mielniczuk\\_interatividadedispositivo.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_mielniczuk_interatividadedispositivo.pdf). Acesso em: 14 de julho de 2011.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado: convergência de médios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol 90, 2008.

SALAVERRÍA, R. Estructura de La Convergencia. In: GARCÍA, X.L.; FARIÑA, X.P. (orgs). **Convergencia Digital: reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: USC, 2010, p. 27-40.

VITOL, C. Z. **Jornalismo Cidadão e Web 2.0: realidades de um mundo virtual**. (Trabalho Monográfico) Uni-BH, Belo Horizonte, 2008.