



Televisão e internet: os processos de interação nas transmissões de futebol americano no canal ESPN ¹

Pedro Paula de Oliveira VASCONCELOS ²
Riverson RIOS ³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de analisar como as transmissões de futebol americano no canal ESPN utilizam-se da internet para criar um canal de interação com os telespectadores. Para tanto, o trabalho revisita algumas concepções básicas sobre *interação* e *interatividade*. Também é objetivo do artigo esclarecer como essas concepções estão ligadas à televisão, especialmente em relação à convergência de mídias. Esse aporte teórico é necessário para uma melhor compreensão das estratégias interativas empreendidas pelo canal ESPN, as quais têm a finalidade de aproximar o telespectador da produção de conteúdo.

PALAVRAS-CHAVE: interação; internet; televisão; canal ESPN

Introdução

As partidas de futebol americano já se firmaram como uma marca do canal ESPN⁴. As transmissões, que são geralmente realizadas aos domingos e às segundas-feiras, registram uma intensa participação dos telespectadores, que utilizam a internet para mandar mensagens e interagir com o narrador e o comentarista.

O objetivo deste artigo é analisar os processos de interação que ocorrem durante essas transmissões, que são sempre feitas ao vivo. Através dessa análise, pretende-se avaliar de que maneira os telespectadores participam das partidas e as modificam em seu decorrer. Para tanto, será avaliada a transmissão do dia 8 de novembro de 2010.

Antes da análise desse caso, no entanto, é necessário um levantamento de alguns conceitos sobre interação e interatividade, para que a relação entre os agentes que constituem as transmissões do futebol americano no canal ESPN seja mais bem compreendida.

¹ Trabalho apresentado no IJ 05 – Comunicação Multimídia – do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Estudante do quinto semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: vasconcelos.pedo@gmail.com.

³ Orientador do trabalho e tutor do PET do Curso de Comunicação Social da UFC. E-mail: riversonlebon@gmail.com

⁴ A ESPN, na sua versão brasileira, é um canal de TV a cabo que está em atividade no Brasil desde 1989, constituindo-se, assim, no primeiro canal exclusivo de esportes no Brasil. É comandado pela mesma equipe da ESPN Brasil, que está no ar desde 1995. Juntos os dois canais transmitem competições como a UEFA Champions League, os Grand Slams de tênis, o Baseball e o Futebol Americano. Informações disponíveis no site <<http://espnbrasil.terra.com.br/quemsomos>>. Acesso em: 11 nov. 2010.



Além disso, é interessante entender de que modo as concepções de interatividade estiveram e estão relacionadas à televisão, notadamente em relação às novas possibilidades proporcionadas pela relação entre esse meio e a internet. Assim será mais fácil dimensionar os processos interativos presentes na transmissão analisada. Em suma, pretende-se avaliar como se dá a interação entre emissor e telespectador e de que modo os receptores – não mais entendidos como passivos – participam da transmissão e ajudam a construir conteúdos comunicativos.

1. Revisitando conceitos de interação e interatividade

Trabalhar com o conceito de interação e interatividade, por si só, representa um desafio devido ao extenso *corpus* teórico, com definições das mais variadas, que os termos adquiriram, especialmente com a intensificação do movimento das mídias digitais.

Sem se definir conceitos fechados e estanques, é necessário visitar algumas concepções desses termos. Não se pode cair, no entanto, em conceitos extremos, que polarizem a questão. Nesse quesito, o sociólogo e filósofo francês Jean Baudrillard, por exemplo, manteve uma das posições mais radicais contra a validade da interatividade nas novas tecnologias. Para ele, “Não há interatividade com as máquinas (tampouco entre os homens, de resto, e nisso consiste a ilusão da comunicação)” (BAUDRILLARD *apud* SILVA, 2000, p. 3).

No outro extremo, o estudioso Pierre Lèvy enxerga uma postura ativa do destinatário – termo utilizado por ele – em qualquer nível.

Mesmo sentado em frente a uma televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras, e sempre de forma diferente de seu vizinho (LÈVY, 1999, p. 79).

Lèvy avalia que o receptor nunca terá um papel apenas passivo em relação à comunicação, mesmo que seja simplesmente decodificando a mensagem de uma maneira distinta do seu vizinho, por exemplo. Isso não significa, no entanto, que o telespectador apontado por Lèvy de fato *participe* ativamente do processo da comunicação midiática.

Corroborando ou rejeitando as visões de Baudrillard e Lèvy, ou mesmo empreendendo pesquisas alternativas a elas, muitos autores têm se detido no estudo da questão.

De acordo com Mattar (2008), o termo *interatividade* tem origem recente na história das línguas. Seu surgimento data das décadas de 1960 e 1970, especialmente com os críticos das mídias de massa. Desde o princípio, o campo associativo do termo *interatividade* esteve relacionado com a informática e, por conseguinte, com as mídias que surgiram a partir dela.

Paralelamente, o termo *interação*, que pertence ao mesmo campo semântico, tem origem mais remota e abrangente. Ainda segundo Mattar (2008), o termo *interaction* apareceu, pela primeira vez, no *Oxford English Dictionary*, em 1832. “A palavra interação é, portanto, utilizada há bem mais tempo que interatividade, e por diversas ciências” (MATTAR, 2008, p. 112).

Ocorre que os dois conceitos – *interação* e *interatividade* – vêm sendo utilizados como sinônimos por diversos autores.

A confusão conceitual está, então, armada. Alguns autores utilizam os dois termos indiscriminadamente, trocando um pelo outro sem diferenciar seus significados, enquanto outros procuram construir definições precisas e distintas para cada um dos conceitos. Alguns autores criticam inclusive o uso do termo interatividade, aceitando apenas o sentido de interação, enquanto, para outros, a interatividade é um dos fenômenos mais importantes da modernidade [...] (MATTAR, 2008, p. 112).

Neste trabalho, especificamente, o conceito de *interação* do pesquisador Alex Primo será utilizado. Em seus estudos, o autor propõe os conceitos de interação *mútua* e *reativa*. A princípio, a interação mútua é “caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, na qual cada interagente participa da construção inventiva da interação, afetando-se mutuamente” (PRIMO *apud* THURLER; GONÇALVES, 2006, p. 4). E mais: “a interação mútua é um processo *emergente*, isto é, ela vai sendo definida *durante* o processo” (PRIMO, 2000, p. 88).

Na dimensão oposta, Primo trabalha com a concepção de interação reativa, a qual é “limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta” (PRIMO *apud* THURLER; GONÇALVES, 2006, p. 4). O receptor participa do processo comunicativo, mas de maneira limitada, já que só há a possibilidade de escolha dentro de parâmetros pré-determinados. Um exemplo pertinente nesse caso são as enquetes. Ao ser

questionado sobre um tema, o internauta – ou telespectador, ouvinte, leitor – participa escolhendo entre A ou B, por exemplo. Há uma interação limitada, já que essa resposta fica condicionada a opções já determinadas pelo emissor.

É importante notar também que Alex Primo (2000) é um dos autores que vislumbram um novo modelo que se afaste do “antigo” paradigma da teoria da informação, consolidado por autores como Claude Shannon e Warren Weaver, que compreendia o processo comunicativo como um fluxo linear, de mão única. Com o desenrolar das teorias da comunicação, tem-se um modelo que enfatiza uma comunicação *interativa*.

Dessa forma, poderia se chegar a um novo estágio onde as figuras dos pólos emissor e receptor seriam substituídas pela “idéia mais estimulante” de *agentes intercomunicadores*. Tal termo nos chama a atenção para o fato de que os envolvidos na relação interativa são agentes, isto é, ativos enquanto se comunicam (PRIMO, 2000, p. 86).

Seguindo em uma linha semelhante, o professor Marco Silva (2000) aponta uma mudança no esquema básico de emissão-mensagem-recepção.

Mudança que ocorre com a emergência da modalidade interativa de comunicação que estaria tomando o centro da cena ocupado em todo o século XX pela modalidade comunicacional centrada na transmissão, na distribuição, que são os fundamentos dos *media* de massa: cinema, imprensa, rádio e tv (SILVA, 2000, p. 1).

Infere-se, portanto, que “nos termos da comunicação interativa reconhece-se o caráter múltiplo, complexo, sensorial, participativo do receptor [...]” (SILVA, 2000, p. 2). Em relação ao novo estatuto do receptor, Silva (2000, p. 1) avalia que “é preciso enfatizar que tal mudança supõe redefinição de estratégias de organização e funcionamento dos *media* de massa e de todos os agentes do processo de comunicação”.

Em suma, é importante ressaltar que as visões citadas até aqui, seja em termos de *interação* ou de *interatividade*, enxergam um processo que tem o potencial de redefinir a atuação do receptor na comunicação. É certo que os tempos de recepção passiva e comunicação linear estão superados, se é que existiram. O imperativo imposto pela comunicação interativa é a existência de um receptor ativo. Porém é prudente relativizar a questão.



Para as análises deste artigo, o pensamento de Martins (2007) também se mostra válido: “É pertinente a exposição da passagem de um receptor passivo a um **receptor interativo**⁵, termo mais apropriado que receptor ativo” (MARTINS, 2007, p. 3). Dessa maneira, procura-se sair do maniqueísmo de passividade/atividade e busca-se trabalhar com um receptor imerso “no contexto da superexposição às interatividades comunicacionais” (MARTINS, 2007, p. 3).

2. O processo de interatividade na televisão

Quando se pensa nos conceitos de interação e interatividade observa-se que essas concepções estão intimamente ligadas à emergência das mídias digitais, em especial da internet. Nesse sentido, existe interatividade na televisão – uma mídia analógica e tradicional?

A busca por uma resposta a essa pergunta aproxima-se do objetivo maior deste artigo: analisar os processos de interação nas transmissões do futebol americano no canal ESPN, em sua versão brasileira.

Para Natário e Wajnman (2006), a interação entre o telespectador e o produto televisivo sempre existiu. Nos primeiros anos de televisão, a baixa qualidade técnica demandava uma participação intensa do público no sentido de completar as lacunas deixadas pela imperfeição das imagens.

Desde aquele modo de interação mais primitivo, que se estabelece quando decodificamos imagens de baixa resolução, até aquele recurso mais sofisticado no qual compartilhamos informação multimídia diretamente com outras pessoas através da TV, notamos que desde sempre a TV é envolvente e estabelece interação em várias escalas. (NATÁRIO; WAJNMAN, 2006, p. 7).

Com a evolução dos dispositivos técnicos, os mecanismos de interação continuaram presentes no cotidiano da televisão. No caso brasileiro, não faltam exemplos. Natário e Wajnman (2006) atestam esse fato citando o programa *Justiça dos Homens*, mediado por Sílvio Santos na década de 1960. Na atração, um caso era apresentado e a platéia e os jurados participavam decidindo um desfecho para o episódio em questão.

Outros exemplos também são marcantes, como é o caso do programa policial *Linha Direta*, veiculado pela Rede Globo em 1990 e depois de 1999 até 2007. Nesse

⁵ O grifo é nosso.



caso, a audiência participava do programa passando pistas sobre casos reais, que eram reconstituídos por atores. Ainda na Rede Globo, o clássico *Você Decide*, que foi ao ar de 1992 a 2000, permitia ao público escolher, entre dois finais propostos pela emissora, o fim de uma história, com votos enviados por telefone. É importante ressaltar que neste caso percebe-se claramente que a interação promovida pelo programa *Você Decide* é um exemplo do que Alex Primo (2000) chama de *interação reativa*, já exposta anteriormente.

Ainda de acordo com Natário e Wajnman (2006), o grande símbolo de interatividade na televisão é próprio “Controle Remoto”, identificado não apenas como o objeto em si, mas como um totem da situação interativa. Nesse sentido, o mudar de canais encerra em si interatividade. “A acoplagem desse meio de comunicação à mão humana transformou e está transformando as maneiras de assistir à televisão e de pensar diante da tela” (NATÁRIO; WAJNMAN, 2006, p. 11).

Podemos concluir, então, que a visão de Natário e Wajnman (2006), de interação em vários níveis, aproxima-se, em certo grau, daquela perpetuada por Pierre Lévy (1999), também já vista anteriormente. Essa visão parte do princípio que “o simples fato de ser atingido pelos raios catódicos da TV já configura interação com o meio” (NATÁRIO; WAJNMAN, 2006, p. 7).

É prudente o questionamento sobre a validade dessa interação. O simples fato de ser atingido pelo meio televisivo, ou de portar controle remoto para escolher um canal dentre alguns já preestabelecidos, parece não ser suficiente para a configuração de um processo realmente interativo.

Contemporaneamente, um aspecto relevante no que tange à interação na televisão é a convergência das mídias. Dessa forma, a TV, mesmo aquela analógica e tradicional, pode se apropriar do potencial interativo da internet para criar maiores laços com os telespectadores.

Com tamanho potencial de interação, as novas mídias são utilizadas para esse fim pelos canais de TV, ainda que timidamente. Esse processo aponta para a inevitabilidade de um panorama de convergência de mídias. Nesse sentido, o norte-americano Henry Jenkins (2008) refere-se à convergência como o “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos [...]” (JENKINS, 2008, p. 27). O autor atesta ainda que “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” (JENKINS, 2008, p. 27-8).



Para este artigo, no entanto, a idéia mais profícua do norte-americano é a negativa em relação ao paradigma da revolução digital⁶.

Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de forma cada vez mais complexas (JENKINS, 2008, p. 30-31).

Assim, vislumbra-se a possibilidade de um meio tradicional, como a televisão, utilizar-se de outras mídias, especialmente da internet. É o caso do canal ESPN, objeto deste artigo, no qual desponta a relação entre a televisão e a internet. Nesse sentido,

O caminho da convergência de mídias ratifica o aperfeiçoamento da TV e consolida a união dela com o computador. Esse movimento aponta para uma situação na qual os espectadores têm um papel mais participativo do que aquele que desempenharam antes das convergências e do surgimento do Controle. Agora o espectador [...] vai além do envolvimento natural que o meio televisivo já estabelece; o espectador de fato participa do jogo interativo. (NATÁRIO; WAJNMAN, 2006, p. 13).

É interessante notar, por fim, que o caso apontado neste trabalho subverte a atual tendência de convergência de mídias. No atual panorama, a internet aparece como uma mídia com potencial de agregar outras, não as substituindo, mas transformando-as. O movimento que se percebe é o fluxo das mídias tradicionais para a internet. No entanto, há a possibilidade do caminho inverso. Assim, a televisão, mesmo a analógica, instrumentaliza a internet e a transforma em ferramenta de interação.

3. Análise das transmissões do futebol americano pelo canal ESPN

Após revisitar conceitos importantes sobre *interação* e *interatividade* e perceber como eles podem estar relacionados ao caso da televisão, parte-se agora para a análise das transmissões do futebol americano pelo canal ESPN, no Brasil. De acordo com Duarte (2006), o futebol americano surgiu nos Estados Unidos no começo do século XVII, quando colonizadores britânicos disputavam jogos violentos com bexigas de ar. Em 1880, a Universidade de Yale introduziu modificações básicas no esporte, como a redução do número de jogadores de 15 para 11 por equipe. Apesar das modificações, o

⁶ Para Jenkins (2008, p. 29-30), “nos anos 1990, a retórica da revolução digital continha uma suposição implícita, e às vezes explícita, de que os novos meios de comunicação eliminariam os antigos, que a internet substituiria a radiodifusão [...]”.

jogo continuou truculento. Por esse motivo, no final do século XIX, as principais universidades dos Estados Unidos reuniram-se para proibir as jogadas mais violentas. Logo em seguida foi disputada a primeira partida oficial do esporte, em 1895. A partir daí, o jogo se desenvolveu, tanto que, em 1922 foi criada a Liga Nacional – NFL.

Para uma melhor compreensão desta análise, é importante ressaltar que as transmissões do futebol americano já são tradicionais no canal ESPN. Em geral, dois jogos são televisionados durante a semana (no domingo e na segunda-feira) e têm a transmissão comandada, geralmente, pelo narrador Everaldo Marques e pelo comentarista Paulo Antunes.

Neste trabalho foi analisada uma transmissão em específico: a do dia 8 de novembro de 2010. O jogo analisado foi disputado entre os times Cincinnati Bengals e Pittsburgh Steelers, pela nona semana (rodada) da National Football League (NFL). A NFL é a maior liga de futebol americano do mundo e conta hoje com 32 times. A partida em questão foi realizada em Ohio, na casa do Cincinnati Bengals e terminou com vitória do Pittsburgh Steelers por 27 a 21. Para qualquer efeito, a partida escolhida representou um jogo padrão da temporada regular, de modo que não houve fatores especiais que diferenciasssem a transmissão do dia 8 de novembro de outras ao longo da temporada.

Para criar um meio de conexão com o *fã do esporte* – como é chamado o telespectador do canal ESPN – a equipe de transmissão disponibiliza um mural para comentários dentro do site do canal (www.espn.com.br/nfl). Esse mural constitui, portanto, o principal meio de interação entre o público e o narrador e comentarista. No espaço, os fãs de esporte mandam perguntas, sugestões, críticas e comentários sobre o jogo e a transmissão, os quais são lidos ao vivo durante o desenrolar da partida. Constitui-se, assim, uma forma de comunicação mediada por computador. O narrador e o comentarista “conversam” com o público através da internet de uma maneira que não seria possível sem a rede mundial de computadores. A página disponibilizada pela emissora está retratada na Figura 1:

ESPN Brasil ESPN 360 EXPN Twitter ESPN Revista ESPN Rádio Eldorado / ESPN

ESPN.COM.BR /nfl/post Ir

PROGRAMAÇÃO BLOGS TALENTOS DA CASA FÃ DO ESPORTE ÁUDIOS VÍDEOS

Sugestão da Redação: /estagio /surfe /formula1 /brasileiro

23h20 08Nov

Comente Bengals x Steelers, ao vivo na ESPN e na ESPN HD

por ESPN.com.br

Avalie este post 1065 comentários tamanho do texto -A +A

Mande sua mensagem e participe da transmissão de Cincinnati Bengals x Pittsburgh Steelers, pela NFL.

Figura 1: página do site dos canais ESPN que convida o telespectador a participar da transmissão através de comentários. Fonte: www.espn.com.br/nfl. Acesso em: 8 nov. 2010.

Além do mural no site, outro canal de comunicação é aberto através do *twitter*. Everaldo Marques e Paulo Antunes pedem aos fãs de esporte que mandem mensagens pelo microblog com a *hashtag* #nflnaespn. Dessa maneira, as mensagens sobre o jogo ou sobre a transmissão são agrupadas.

As duas ferramentas disponibilizadas pelo canal ESPN durante o jogo utilizam-se diretamente da internet e são responsáveis pela participação do telespectador na construção da transmissão da partida, que é feita ao vivo. É importante entender de que maneira a interação com público afeta o desenrolar da transmissão no momento em que esta acontece.

No dia 8 de novembro, antes mesmo do começo da partida, o narrador Everaldo Marques já chamava o fã de esporte para participar daquela transmissão: “participe com a gente pelo *espn.com.br/nfl*, deixe sua mensagem no twitter com a *hashtag* #nflnaespn, valendo para você dois exemplares do *Guia do Futebol Americano*”. Vale ressaltar que, na partida analisada, o canal ESPN utilizou-se de uma estratégia corriqueira nas transmissões: a entrega de brindes para os telespectadores, nesse caso o *Guia do Futebol Americano*. Essa medida intensifica a participação do público durante o jogo.



Vale observar que, antes mesmo do início da partida, o mural no site já contava com 120 comentários dos telespectadores. No final do primeiro tempo, após quase uma hora e meia de jogo, os comentários já totalizavam 1904.

Percebe-se, então, uma participação grande dos telespectadores através dos comentários no mural e no twitter. A contrapartida, nesse sentido, acontece. Everaldo Marques e Paulo Antunes, durante a transmissão, interagem com os telespectadores de duas maneiras. A primeira delas se dá através da citação nominal de fãs do esporte que postaram algum comentário no mural ou no twitter. Essa estratégia é utilizada por conta grande volume de mensagens, sendo impraticável, portanto, reproduzir os comentários de todos os telespectadores. No dia 8 de novembro, essa estratégia foi empregada pelo narrador: “deixa eu registrar aqui as primeiras mensagens pelo *espn.com.br*. Muito obrigado a Cris, de Petrópolis. Um abraço pro Lucas, pro Pacheco e pro Eriel, todos ligados na transmissão da ESPN. O Leandro Carlos de Madureira, no Rio de Janeiro, também acompanhando nossa transmissão”. Vale ressaltar que esse mecanismo é utilizado durante toda a partida tanto pelo narrador, quanto pelo comentarista.

A segunda estratégia constitui uma relação de interação de fato. Nesse caso, as mensagens dos fãs de esporte são lidas e seus pedidos atendidos: “O Gabriel Fonseca [está] pedindo um abraço aqui pra galera da Engenharia de Telecomunicações, ligada na NFL”. É importante notar que, além da interação vivaz com o telespectador, a utilização de uma linguagem leve, com tom de conversa, é outro recurso amplamente utilizado pelo narrador e pelo comentarista, que transmitem o jogo como se estivessem dialogando, de fato, com quem manda as mensagens.

Os comentários dos fãs de esporte sobre o jogo, a transmissão e mesmo a maneira como eles estão acompanhando a partida também são retratados. Por exemplo: “O Júnior, torcedor do Flamengo, de Fortaleza, chegou agora do trabalho e ‘tá ligado’ na NFL na ESPN”. Houve o caso de um telespectador que comentou que, “por culpa da NFL”, dormiria às 3 da manhã. O fã de esporte, que é estudante, acrescentou que a importância do futebol americano é maior que o interesse pelas aulas e por isso, compensaria a noite perdida por conta do jogo dormindo durante a aula de Artes, no dia seguinte. O comentário do telespectador suscitou as opiniões do narrador e do comentarista sobre o tema. Fica claro, portanto, que a mensagem enviada via internet pautou aquele momento da transmissão.

Durante a partida, várias perguntas também são respondidas. Na transmissão analisada, o telespectador Gustavo Glória, por exemplo, indagou se as regras do futebol



americano permitem que um jogador segure o outro pelos cabelos. O comentarista Paulo Antunes respondeu afirmativamente e, em seguida, lembrou o caso do jogador Troy Polamalu, do Pittsburgh Steelers, que contratou um serviço de seguro para proteger os cabelos durante os jogos da NFL. Esse exemplo mostra como uma dúvida de um telespectador pode ser responsável por levantar questões que, muitas vezes, vão além da própria pergunta inicialmente formulada. Além disso a sensação de tom coloquial e conversa entre amigos é corroborada.

Percebe-se que, durante toda a transmissão, a participação do telespectador é levada em conta em relação à produção do conteúdo. Esse processo de interação, de fato, caminha em uma via de mão dupla. A narração de Everaldo Marques e os comentários de Paulo Antunes, e a própria dinâmica do jogo e da transmissão, motivam as mensagens dos fãs de esporte. Analogamente, os comentários destes, em grande parte, são reproduzidos durante a partida, chegando, em certos casos, a pautar os assuntos levantados pelo narrador e pelo comentarista. A partir desse ponto de vista, vemos emissor e receptor participando da produção de conteúdo, mesmo que de maneira limitada e não equânime.

Nesse tocante, a relação entre emissor e receptor se dá em um nível que Alex Primo (2000) conceitua como interdependente, porquanto seja empreendida durante o processo comunicativo.

O receptor, então, tem seu papel modificado na produção da comunicação. De fato, como avalia o professor Marco Silva (2000), afasta-se do modelo de recepção clássica e parte-se para uma lógica de receptor interativo (MARTINS, 2007). No entanto, não se pode afirmar que o telespectador do futebol americano nos canais ESPN represente um pólo ativo no jogo comunicativo. Mesmo participando, e até modificando a transmissão no seu desenrolar, o telespectador não está em pé de igualdade com relação aos emissores. Basta constatar que a participação dos fãs de esporte é uma concessão do canal e pode ser limitada a bel prazer. Analogamente, não há como negar que a intensa participação dos fãs de esporte é uma estratégia de fidelização da audiência. Ou seja, o público participará quanto mais for estimulado a fazê-lo. De modo algum, no entanto, essa característica, que é inerente à busca por audiência, desmerece a intenção de transformar o telespectador em agente intercomunicador.

Em suma, conclui-se que há sim interação durante as transmissões do futebol americano no canal ESPN. O público ganha um status próprio, que não é visto na maioria das transmissões esportivas. Isso acontece de modo eficiente devido,



eminentemente, ao uso da internet como veículo de interlocução. O potencial interativo dessa mídia é utilizado para promover interação franca entre agentes intercomunicadores. Ademais, não se pode falar ainda em receptor ativo. No entanto, o telespectador dos canais ESPN também não se identifica com um receptor passivo. Conclui-se, então, que essa relação se encerra na configuração de um *receptor interativo*, nos termos de Martins (2007).

Considerações finais

Com o advento da internet, intensificou-se o uso de expressões como *interação* e *interatividade*, muito pelo potencial que essa mídia tem mostrado de reconfigurar a relação entre emissor e receptor e de subverter modelos clássicos de comunicação. Por esse motivo, o *corpus* teórico relacionado a esses termos é bastante extenso. Daí a necessidade de se revisitar algumas concepções relativas à *interação* e *interatividade*.

Esse aporte teórico foi necessário para compreender melhor os processos comunicativos presentes nas transmissões do futebol americano dos canais ESPN – objetivo deste artigo. A intenção foi analisar especificamente uma partida, transmitida no dia 8 de novembro de 2010, a fim de concluir que houve um vínculo interativo na transmissão em questão. Para promover essa relação, o canal disponibilizou um mural no site da emissora para que os fãs de esporte comentassem durante a partida. Além disso, o narrador e o comentarista estimularam a participação dos telespectadores também via *twitter*. Antes mesmo de a partida começar, o mural de comentários já possuía 120 postagens. Ao final do jogo, esse número chegou a 2 604 contribuições, atestando a participação do fã de esporte.

Essa relação de proximidade entre os agentes intercomunicadores seria muito dificultada se não fosse mediada por computadores. Em outras palavras, a internet é atributo essencial para a consolidação desse processo de interação, não apenas na partida analisada, mas nas transmissões do futebol americano de um modo geral.

Muitos estudos apontam para as potencialidades de interação entre sujeitos pertencentes ao ciberespaço. No entanto, é válido analisar também como a rede mundial de computadores pode ser útil para promover aproximação entre emissor e telespectador. Esse foi, portanto, o objetivo deste trabalho: indicar como um meio analógico e tradicional, como a televisão (exemplificado pelo canal ESPN), pode utilizar-se da internet como ferramenta de interação. Essa relação fica ainda mais clara através da análise de transmissões ao vivo. Durante as transmissões do futebol



americano no canal ESPN, a utilização da rede mundial de computadores reconfigurou a função do destinatário, transformando-o de telespectador a fã de esporte e de receptor clássico a receptor interativo.

Referências Bibliográficas

DUARTE, Marcelo. **O Guia dos Curiosos: Esportes**. 3ª Ed. Atualizada. São Paulo: Panda Books, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LÈVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTINS, Francisco Menezes. Cyberspace e os sujeitos da interatividade. **e-Compós**, Brasília, ago. 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/167/168>>. Acesso em: 8 nov. 2010.

MATTAR, João. Interatividade e aprendizagem. In: LITTO, Fredric Michael; FORMIGA, Manuel Carlos (Org.). **Educação à distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008. p. 112-120.

NATÁRIO, Eduardo S; WAJNMAN Solange. O controle remoto e a interatividade na televisão. **e-Compós**, Brasília, abril 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/60/60>>. Acesso em: 7 nov. 2010.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: Comunicação, Cibercultura, Cognição**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

_____. Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 12, p.81-92, jun. 2000. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3068/2346>>. Acesso em: 7 nov. 2010.

SILVA, Marco. Interatividade: Uma mudança fundamental do esquema clássico da comunicação. In: COMPÓS, 9., 2000, Porto Alegre. **Anais...** . Porto Alegre: Compós, 2000. CD-ROM.

THURLER, Larriza; GONÇALVES, Márcio Souza. A Interatividade em Ação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. Anais eletrônicos. Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/20247/1/M%C3%A1rcio+Souza+Gon%C3%A7alves-Larriza+Thurler.pdf>>. Acesso em: 8 nov. 2010.