



## As rotinas de recepção digital aos comentários esportivos da Rádio Gaúcha

Marcelo Bernardes Farina<sup>1</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

**Resumo:** O presente trabalho consiste em um recorte da dissertação de mestrado do referido autor, que concentrou-se na investigação dos significados da recepção aos comentários esportivos diários da Rádio Gaúcha. Para este estudo, é apresentada uma reflexão acerca das condições práticas contemporâneas de recepção no radiojornalismo, partindo das perspectivas comunicacionais da Era da Cultura Digital, de Santaella (2003), e do conceito de rádio expandido, de Kischinhevsky (2016). Para tanto, o percurso metodológico constituiu-se com a aplicação de entrevistas fechadas com ouvintes dos quatro comentaristas esportivos diários, de modo que estes receptores estivessem também conectados aos comentários a partir de interações nas redes sociais. O estudo identificou rotinas de recepção privadas, personalizadas, regulares e móveis.

**Palavras-chave:** comunicação; radiojornalismo; recepção; rádio expandido; Rádio Gaúcha.

### 1 Introdução

A dimensão dos processos comunicacionais e seus significados de interação detêm histórico paradigma de correlação com a cultura, delineando os modelos de acesso à informação e aos artefatos da arte e do entretenimento. A complexidade das relações e dos fenômenos socioculturais tange as mensagens e a moldagem dos recursos comuni-

---

<sup>1</sup> Estudante de Doutorado, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Mestre em Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. E-mail: [farinabmarcelo@gmail.com](mailto:farinabmarcelo@gmail.com). Trabalho orientado pela professora Dra. Ana Luíza Coiro Moraes.

cacionais expostos entre as esferas de produção e recepção. Em vista de compreender a complexidade dos fenômenos socialmente dispostos, Santaella (2003) propõe a delimitação do processo comunicacional em seis eras da cultura. São elas: era da cultura oral; era da cultura escrita; era da cultura impressa; era da cultura de massa; era da cultura das mídias e era da cultura digital.

A era da cultura digital compreende o ambiente sociocultural da contemporaneidade, em que as mídias convergem seus perfis e modelos comunicacionais, propiciando a construção de um imenso ambiente simbólico, alinhado e convergido pela rede mundial de computadores, em que as fronteiras ainda não estão bem definidas. Nesta condição, enquadra-se o radiojornalismo, com suas relações de produção e recepção.

Como fragmento da dissertação de mestrado deste mesmo autor, é proposta a investigação das principais rotinas de recepção às mensagens dos quatro principais comentaristas esportivos diários da Rádio Gaúcha, no ano de 2018 – Filipe Gamba, Cléber Grabauska, Maurício Saraiva e Pedro Ernesto Denardin. Para tal propósito, é desenvolvida a técnica de questionários com respostas de múltipla escolha, aplicados a ouvintes da emissora, conectados às mensagens por meio do ambiente digital do radiojornalismo esportivos, de modo que estes são encontrados nas redes sociais dos comentaristas e da própria Rádio Gaúcha. Para a análise são empregados conceitos teóricos do rádio expandido e da dimensão das práticas de recepção no radiojornalismo, na era da cultura digital.

## **2 O radiojornalismo: a dinâmica móvel de comunicação no Rio Grande do Sul**

O rádio instaurou-se no Brasil na década de 1920, com o amparo da descoberta da radiodifusão pelo padre Landell de Moura. A tecnologia permitiu a criação de um ambiente de comunicação sonora propiciado pela propagação de ondas de radiofrequência, caracterizando o processo estabelecido nos transmissores de som por meio de aparelhos específicos. Este avanço possibilitou a disseminação da comunicação, sendo reproduzida a grandes quantidades massivas e em caráter instantâneo, atendendo às demandas de uma sociedade urbana e que já incorporava um perfil globalizado (JUNG, 2011).

O jornalismo ainda levou certo tempo a se adaptar à plataforma, de modo que as primeiras versões do ofício no rádio consistiam em releitura de notícias do dia anterior,

publicadas em jornais impressos. Ou seja, ainda era necessária a consolidação produtiva de uma rotina própria para os recursos disponíveis no rádio. Assim, o rádio teve uma atuação inicial voltada para o entretenimento, na medida em que eram veiculadas rádios-novelas e outros programas de auditórios, que contagiavam a audiência por proporcionar uma alternativa de comunicação moderna e bastante dinâmica, se comparada a outras plataformas disponíveis no início do século XX (BARBOSA FILHO, 2003).

A Rádio Gaúcha foi a primeira emissora de rádio de Porto Alegre, sendo fundada em 1927, e comprada pela empresa hoje reconhecida como Grupo RBS, em 1957, da qual faz parte até os dias atuais. O perfil jornalístico foi se adaptando de acordo com a evolução do rádio e da comunicação de modo geral, estando em consonância com as demandas socioculturais, na medida em que foram se consolidando novas plataformas midiáticas, com distintas possibilidades de audiência.

Quando foi fundada a Gaúcha, não havia qualquer outra emissora em Porto Alegre. Em Pelotas havia a Rádio Pelotense fundada em 1925. A primeira emissora existente no Rio Grande do Sul foi a Rádio Rio-grandense, criada em 1924, por iniciativa de Juan Granzo Fernandes, mas teve vida efêmera (DILLEMBURG, 1990, p. 16).

Ainda que a Rádio Gaúcha e a Rádio Farroupilha tenham dividido o protagonismo da veiculação e da audiência de produtos jornalísticos e culturais em Porto Alegre, ao longo da segunda metade do século XX, a Rádio Gaúcha foi se afirmando como principal veículo do segmento radiofônico do estado. Na década de 1980, a própria Rádio Farroupilha também foi comprada pelo Grupo RBS e, assim, as duas deixaram de ser concorrentes. Enquanto a Gaúcha se direcionava ao jornalismo e ao esporte, a Farroupilha continuava priorizando o entretenimento cultural de Porto Alegre. Ainda no final da década de 1950, é inaugurada a Rádio Guaíba, de propriedade da família Caldas, que anos depois, passa a disputar com a Rádio Gaúcha os primeiros lugares da audiência no estado, com a linha editorial voltada à cobertura noticiosa (FERRARETTO, 2007).

Se intensifica a necessidade de reforçar o único recurso da emissão radiofônica que é a construção sonora, de modo que o texto se torne inteligível neste ambiente comunicacional, no intuito de que o ouvinte compreenda linguisticamente os discursos e

construa suas próprias versões imagéticas a partir das proposições sonoras. Assim, os discursos do rádio se convencionaram de uma forma direta, objetiva, coloquial e com uma locução dotada de boa entonação na voz (BARBEIRO; LIMA, 2013).

A intensidade da voz é, ao mesmo tempo, o grande recurso e a estratégia de emissão das emissoras de rádio. Tanto é verdade que, por muitos anos, a capacitação no rádio era protagonizada pelo timbre da voz e sua imposição. Além de ser uma maneira de superar a ausência de imagens no retrato jornalístico, a emissão sonora pautada pelo calibre das locuções se dava na medida de conectar o ouvinte por meio de uma relação afetiva e sensorial ao meio em que está inserido, de modo que a imaginação aguçada com a audiência sonora substitua a necessidade de imagens fisicamente concretas. Assim, as mensagens midiáticas do rádio dispõem de componentes simbólicos na prospecção da emergência da realidade sobre os ouvintes, na medida em que o sentido da audição desperta sensações que alinhem o público aos significados das mensagens e seus universos particulares. Menezes (2012) teoriza estes laços de comunicação sonora e suas decorrentes significações como elementos da cultura do ouvir (MENEZES, 2012, p. 33).

A possibilidade de alimentar realidades e a disseminação imaginativa dos fatos de acordo com os contatos sonoros é a grande dinâmica do rádio, circunscrita a diversas situações do cotidiano, na medida em que a recepção permite a mobilidade dos ouvintes em seus afazeres, reforçando o potencial sonoro que estabelece espaços abstratos de convivência e alinha os membros de uma sociedade.

Um breve exemplo é a descrição pela voz e interpretação dos comentaristas acerca dos desdobramentos dos jogos de futebol. Os ouvintes incorporam os significados destas mensagens produzindo imagens próprias a respeito dos fatos de campo narrados e, assim, são inseridos a este ambiente esportivo conforme o sentido simbólico que o esporte e seu clube despertam, estando, assim, conectados a outros semelhantes e à comunidade esportiva pela força demandada do instinto sonoro de proposição da realidade. A dinâmica relatada demonstra um dos modos como os discursos do rádio remetem suas audiências à realidade abstrata e de representação sonora dos acontecimentos abordados jornalisticamente.

### **3 O rádio expandido e a cultura digital**

Mesmo que a essência e o valor de recepção da plataforma rádio estejam alinhados à comunicação sonora, é possível afirmar que as transformações culturais, que permitiram a inserção da natureza digital nos processos de comunicações e suas práticas cotidianas, expandiram o alcance do rádio, mas, sobretudo, agregaram o potencial de outros recursos, além da interpretação auditiva, na assimilação das mensagens. O fenômeno descrito corresponde à adaptação do rádio ao contexto contemporâneo das comunicações imersas à internet, resultando na reestruturação da plataforma, na medida em que a natureza sonora do rádio passa a ser convergida à disseminação de outros sentidos humanos, permitindo maior diversidade de possibilidades de conexões com a realidade exposta. Na medida em que o radiojornalismo passa a ser veiculado ou, ao menos, reproduzido na internet, a inserção de símbolos audiovisuais nos discursos é viabilizada, admitindo, assim, a complementação da produção com recursos imagéticos concretos, que imergem os espectadores ao teor das mensagens propagadas.

Com a possibilidade de as emissoras transmitirem online suas programações, há os recursos de câmeras de vídeo dentro dos estúdios permitindo ao ouvinte-internauta acompanhar a transmissão do programa; com o rádio digital, outras informações além da voz já estão ao alcance deste interlocutor (ALBANO DA SILVA, 2012, p. 84).

Considerando o cenário da convergência e transcendência do ambiente comunicacional da plataforma aos vínculos sonoros, Kischinhevsky (2016) aborda o contexto operacional contemporâneo do meio a partir do conceito de rádio expandido, quando os recursos agregados não apenas ampliam a assimilação sonora, mas, acima de tudo, resultam em diversas formas de se interpretar as narrativas, complementando a essência auditiva das mensagens. É neste sentido que as emissoras de rádio valem-se dos recursos de vídeo, textos e fotos convergidos nos canais digitais viabilizados pela internet, sejam as redes sociais, sites ou aplicativos para dispositivos móveis.

O rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música. A escuta se dá em frequência modulada (FM), ondas médias (AM), cur-

tas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via streaming) ou sobre demanda (podcasting ou através da busca em arquivos ou diretórios). Se o transmissor já havia deslocado o rádio da sala de estar, empurrando-o para o quarto, a cozinha e as ruas, agora o rádio a pilha tem novos companheiros, que permitem não apenas a escuta em múltiplos ambientes e temporalidades, mas também a produção, a edição e a veiculação de áudios com agilidade crescente e muitas vezes sem fronteiras (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 14).

A perspectiva contemporânea do rádio expandido pode ser entendida na produção dos comentários esportivos da Rádio Gaúcha, de modo que as mensagens são reproduzidas nas páginas da emissora na rede social Facebook, acompanhadas de textos, imagens e vídeos, além de destinar espaço à interatividade entre ouvintes. Alguns programas, como o Gaúcha Hoje, apresentam também transmissão em vídeo ao vivo de todo o conteúdo veiculado. A dinâmica digital busca complementar as condições de recepção pelos ouvintes, na medida em que oferece outras condições de compreensão das mensagens, que podem ser utilizadas de acordo com a circunstância em que o receptor se encontra e conforme a própria preferência destes ouvintes, pois, se em determinado momento, estes receptores não estão disponíveis para a audição dos conteúdos, podem acompanhar a mensagem por meio da leitura ou da visualização de imagens, de acordo com o teor dos discursos emitidos.

Além de expandir o vínculo do ouvinte ao contato com o ambiente sonoro das transmissões do radiojornalismo esportivo, a perspectiva comunicacional contemporânea enriquece os laços com a realidade, na medida em que os sujeitos encontram-se habilitados a interpretar e a incorporar os significados das mensagens recebidas por meio de diferentes sentidos de leitura. Assim, o vínculo do rádio mediado pela abstração e percepção sonora se dissemina em outras aptidões sensoriais do indivíduo humano, que conduzem o contato e a relação subjetiva comunicacional com os objetos cotidianos retratados, como, por exemplo, o futebol e seus clubes (CARDOSO, 2012).

Diante do panorama explorado, a consonância da mensagem jornalística com o seu compromisso de aproximar os ouvintes do universo cotidiano parece mais bem correspondida a partir da transformação e da natureza digital incorporada ao radiojornalismo, ainda que se discuta academicamente acerca do dilema entre a perda da originalida-

de sonora na criação de vínculos em um ambiente específico e as possibilidades de enriquecimento da função jornalística, com a diversidade de recursos de produção e sentidos de recepção. Assim, as diferentes plataformas – como o rádio, a televisão e a mídia impressa – deixam de ser reconhecidas pelo vínculo de um processo sensorial singular que permite a comunicação massiva.

#### **4 A recepção no radiojornalismo: o ouvinte digital**

Considerando a configuração das eras da cultura na comunicação, de Santaella (2003), percebe-se que os atributos pessoais da sociedade disseminam a ordem cultural e, conseqüentemente, não apenas as experiências de recepção, mas, o processo de comunicação como um todo, incluindo as ações de produção.

Essa mesma lógica de pensamento pode ser amparada pelo diagrama do Circuito da Cultura, de Du Gay et al (1997), tendo em vista que os eixos culturais adeptos à formação social de um meio como representações, identidades e regulações vinculam-se e norteiam as etapas de produção e consumo – essas duas últimas responsáveis pelo processo de comunicação propriamente dito. Estando os eixos de produção e consumo suscetíveis aos valores dos outros três momentos do circuito, compreende-se a adequação do processo de comunicação, referido por Santaella (2003), às eras da cultura.

Contudo, entenda-se momento de consumo nesse campo de estudo como ambiente de recepção, pois, trata-se aqui, exclusivamente, de uma pesquisa de comunicação. Remetendo essa afirmação ao contexto do radiojornalismo, as mensagens produzidas por essa plataforma obedecem às demandas e rotinas dos ouvintes almejados. Nos formatos originais do radiojornalismo, conforme Jung (2011) e Barbosa Filho (2003), são idealizados produtos objetivos, de duração curta, com linguagem simples e texto redigido para ser falado, mas, especialmente, abordando temáticas muito próximas dos receptores.

A era da cultura digital transforma esse ambiente, mesmo que preservando o elemento fundamental desse meio de comunicação, o sentido da audição. O que mais evolui são as possibilidades de transmissão e, conseqüentemente, o perfil do ouvinte contemporâneo, considerando as rotinas e circunstância de acesso à plataforma sonora, admitindo características de recepção menos familiares e mais privadas. Boa parte desse

novo processo ocorre diante da popularização da internet, permitindo a convergência de mídias e a incorporação ao rádio de formatos de outras plataformas, trazendo novas alternativas sensoriais e discursivas aos ouvintes, de modo que os sentidos da visão e a prática de leitura passam a ser, por vezes, mesclados a emissões sonoras em emissoras tradicionais. Transmissões ao vivo com imagens e textos contextuais e mensagens gravadas são algumas das novidades, assim como a intensificação dos canais de interatividade (PAULA, 2012).

Em termos propriamente culturais e diante da possibilidade de seleção pessoal de elementos da audiência, é possível identificar a recepção radiojornalística da era digital afinada com os valores da pós-modernidade, tendo em vista o movimento de escassez das relações humanas nesse contexto histórico-social, conforme Martin Buber (2004). Em boa parte do século XX, o rádio como veículo de comunicação de massa era um agente imerso no contexto familiar, pois permanecia ligado nas residências e o ato de sua audiência consistia em uma experiência coletiva, na medida em que mais de um membro da família compartilhava esse momento. No entanto, o perfil segmentado da cultura das mídias, e da cultura digital propriamente dita, transformou o processo em uma prática individual, de modo que nos dias atuais cada sujeito personaliza sua experiência de recepção totalmente individual, valendo-se dos aplicativos móveis e do usufruto da internet. Ou seja, os indivíduos alcançam a responsabilidade de escolher os formatos, perfis e trechos de programas, assim como temáticas abordadas, de sua preferência, em seu ambiente digital – seja ele redes sociais, sites ou podcast – viabilizado pelos suportes tecnológicos, construído de forma totalmente independente e privada.

Desse modo, confere-se o fenômeno de transformação da interação da audiência radiofônica – antes uma experiência familiar – para o ambiente virtual, com as discussões acerca do tema de interesse endereçadas nas comunidades de redes sociais de dada emissora (PAULA, 2012).

Seguindo na linha dos comportamentos do ato de recepção como experiência sociocultural, ao mesmo tempo em que se admite a individualização das ações, acrescenta-se a natureza de alternativas segmentadas da cultura digital e a hibridização dos formatos. Todo esse contexto movimenta-se em paralelo à prospecção do ambiente temático, em termos geográficos e temporais, pelo qual os ouvintes conectam seu cotidia-



no. Ou seja, enquanto o radiojornalismo da cultura de massa permitia ao público o fenômeno pessoal de pertencimento à comunidade local, a emissão radiofônica da cultura digital apresenta um potencial técnico-discursivo capaz de conectar os receptores à sociedade global. Esta dinâmica contemporânea é possibilitada pelos canais de interatividade construídos e pela abundância de fontes de informações oferecida pela própria rede mundial de computadores.

### **5 Análise das rotinas de recepção aos comentários esportivos da Rádio Gaúcha**

As dinâmicas culturais contemporâneas de recepção – abordadas no questionário e selecionadas para este trabalho, conforme a possibilidade de construir o perfil do ouvinte na era digital – correspondem ao suporte de audiência, frequência de audiência e formatos de comentários radiojornalísticos esportivos mais atrativos à recepção. Estas são as três categorias de análise construídas para a exploração dos primeiros resultados, subsidiados pela correlação e interpretação das entrevistas estruturadas em formato de questionário pré-concebido. Os ouvintes foram encontrados, por meio de convites para participar da pesquisa, divulgados pelo pesquisador em publicações nas páginas de redes sociais dos comentaristas esportivos – Filipe Gamba, Cléber Grabauska, Pedro Ernesto Denardin e Maurício Saraiva – ou da própria Rádio Gaúcha. Os interessados entraram em contato e receberam questionários a serem preenchidos. O *corpus* de análise deste estudo totalizou 19 ouvintes.

Algumas questões aplicadas admitem mais de uma resposta, considerando a natureza da pergunta, como, por exemplo, canal ou formato de audiência, em que os ouvintes podem usufruir de mais de um hábito de recepção. A seguir, os questionamentos são melhores explicados e complementados com os índices de respostas dos ouvintes, organizadas em tabelas, além da interpretação das tendências conforme as eras da cultura da comunicação de Santaella (2003) e, em especial, do cenário da cultura digital e do conceito de rádio expandido, na recepção radiojornalística esportiva.

O suporte de recepção indica os canais de audiência mais adotados pelos diferentes públicos ouvintes. Como possíveis respostas, foram disponibilizadas as seguintes opções: rádio do carro; dispositivos eletrônicos móveis (celular, tablets, etc); aparelho tradicional; rádio portátil. Estas alternativas distinguem e ilustram o ambiente cultural e

temporal em questão, tendo em vista que nas primeiras épocas do rádio, a única maneira possível de escuta era pelo aparelho fixo nas residências, tanto que na era da cultura das massas essa experiência, desfrutada de modo coletiva, tornou-se uma prática familiar, de acordo com Paula (2012).

Contudo, outras demandas da sociedade, impuseram-se, como a necessidade de mobilidade da recepção das mídias, que permitiu a audiência e consumo de conteúdo radiofônico no trânsito, em horários de deslocamentos diários, resultando em uma atualização mais constante. Em tempos mais recentes, a audiência pela internet em celulares tornou-se um novo canal de contato com os ouvintes, dinamizando e garantindo a possibilidade de recepção em diferentes circunstâncias diárias. Ao mesmo passo em que a segmentação e a prática individual de recepção radiofônica permitiram o movimento de diversificação e pessoalidade temática no enlace comunicacional do rádio, garantindo espaços distribuídos em programações diárias para maior número de correntes editoriais. Em linhas gerais, a abertura dos canais de distribuição do rádio e a inserção na internet consistiram em subsídios para direcionar a até então tradicional experiência de comunicação de massa a práticas também privadas, segmentadas, além de permitir maior regularidade de alcance em termos de frequência e períodos diários. Desse modo, é possível admitir que os suportes de audiência são resultados de uma ordem cultural e permitem a evolução de muitos valores culturais de recepção, como, por exemplo, a coletividade, nível de personalização temática e possibilidades de contato com a mesma. Relembrando que Santaella (2003) qualifica todos esses atributos como construções da vivência social e cultural, estando habilitadas ao estímulo das condições técnicas e tecnológicas. A tabela 1 indica a natureza móvel do rádio, ao mesmo tempo em que diária e privada, na preferência dos ouvintes contemporâneos pela audiência por meio dos dispositivos eletrônicos e pelos aparelhos dos carros.

**Tabela 1: Suporte de audiência**

<b>Respostas</b>	<b>Frequência de ouvintes</b>
Rádio do carro	9
Dispositivos móveis (celular, etc)	9
Aparelho tradicional	3
Rádio portátil	5

Fonte: Questionário aplicado pelo autor

A pesquisa aponta que a maioria dos ouvintes acessa os comentários radiojornalísticos da Rádio Gaúcha por meio de dispositivos móveis ou pelos aparelhos de automóveis. Esses resultados ilustram a premissa de que na era da cultura digital, o rádio tornou-se um meio de comunicação mais individual, pelo consumo privado permitido via internet e aplicativos, mas, também, consolidou-se como um dos veículos midiáticos mais acessíveis em circunstâncias rotineiras de circulação e deslocamento da sociedade. A audiência por dispositivos pode ser viabilizada discretamente, em diversos ambientes, por meio de fones de ouvidos. Até fevereiro de 2016, mais de 600 mil downloads foram realizados pelos aplicativos da Rádio Gaúcha para dispositivos móveis. A audiência também é muito comum no trajeto de um lugar a outro, nos milhares de automóveis que circulam nas cidades (Rádio Gaúcha, 2018).

O cenário apontado implica na regularidade do padrão de audiência, e justifica o fato de os ouvintes escutarem rádio diariamente, diante dessas situações do cotidiano que contribuem para o consumo radiojornalístico, tendo em vista os deslocamentos e as atividades diárias que envolvem a recepção nessa plataforma. Isso também pode ser comprovado pelo fato de os comentaristas Filipe Gamba, Pedro Ernesto Denardin e Maurício Saraiva manterem seus quadros nos horários das faixas de 7h às 8h, 12h às 13h e 17 às 18h, respectivamente, e possuírem maiores audiências, conforme as respostas dos próprios ouvintes a essa pesquisa. Fato este que deve ser entendido justamente por estes quadros ocuparem períodos do dia em que mais pessoas encontram-se nos trânsitos de deslocamento das rotinas diárias urbanas de chegadas e saídas dos compromissos. A própria emissora destaca como pico de audiência o horário das 17h, com escuta de 76446 ouvintes por minuto no esporte. As rotinas contemporâneas apontadas como a escuta no trânsito e em diferentes locais por meio dos aparelhos no carro e de aplicativos disponíveis nos dispositivos parecem constituir as principais justificativas para que a maioria dos respondentes escute rádio todos os dias da semana ou em boa parte dela, conforme a tabela 2 (RÁDIO GAÚCHA, 2018).

**Tabela 2: Frequência da audiência**

<b>Respostas</b>	<b>Frequência de ouvintes</b>
Não ouve	0
Uma vez na semana	5
Duas vezes na semana	1

De três a cinco vezes na semana	4
Todos os dias	9

Fonte: Questionário aplicado pelo autor

Além de representar o envolvimento do público com a temática esportiva e sua significação sobre o cotidiano gaúcho, vale ressaltar o dimensionamento dessa rotina perante a cultura digital, seguindo os parâmetros de Santaella (2003), admitindo o radiojornalismo esportivo como um segmento imerso na internet, de modo que sua recepção encontra-se alinhada às demandas da sociedade atual e, seguindo os estudos de Paula (2012), mantém-se concomitantemente a outras atividades e compromissos habituais individuais da rotina nas grandes cidades. Nesse sentido, procede a premissa de que as relações comunicacionais e, no caso específico, o ato da recepção, pertencem a um universo cultural dominante, balizador dos fenômenos da vida humana, em sua complexidade como um todo.

O formato da mensagem recebida condiz com as circunstâncias cotidianas e experiências adequadas ao dia a dia, relembrando o diagrama do Circuito da Cultura. Desse modo, é importante que se compreendam algumas das faces da cultura digital que emergem sobre o radiojornalismo, além das inúmeras possibilidades de acesso e multiplicidade de canais, como visto anteriormente.

Atenção, percepção e assimilação do radiojornalismo dependem de uma série de atributos relacionados ao cotidiano dos receptores. Mais do que os valores culturais e adesões a visões de mundo, os modos práticos de vivência já direcionam os contatos e a capacidade de decodificação das mensagens. Na sociedade atual, é indispensável considerar fatores como a simultaneidade de atividades no momento da recepção, o pouco tempo disponível entre os afazeres da rotina diária, além da dificuldade de concentração a respeito do conteúdo emitido, pois a recepção ocorre concomitantemente a outros afazeres. Além disso, no ambiente de recepção contemporâneo, disponibiliza-se uma abundância, nem sempre confiável, de conteúdos e recursos tecnológicos na concepção de cada abordagem discursiva. Se bem explorados, esses fatores devem consistir em subsídio para melhor concepção da mensagem, em termos de profundidade de ideias e organização discursiva da mesma, amparadas pelo potencial de atratividade e compreensão, resultando em formatos de emissão radiojornalísticos acessíveis.

Nesta etapa do questionário, indagou-se quais os formatos de emissão dos comentários esportivos preferidos pelos ouvintes, com as seguintes opções: opinião de um profissional em tempo corrido; comentário interativo, com participação de repórteres e apresentador; diálogo entre apresentador e comentarista; opinião desenvolvida de acordo com questões enviadas por ouvintes como mensagens ou por whatsapp. Todas estas possibilidades de comentários acompanham o padrão de emissão sonora dessa mensagem do gênero opinativo, conforme Barbosa Filho (2003) e Lucht (2009). Nesta questão, consideram-se mais de uma resposta a serem escolhidas, conforme a tabela 3.

**Tabela 3: Formatos de recepção**

<b>Respostas</b>	<b>Frequência de ouvintes</b>
Opinião de um profissional em tempo corrido	4
Comentário interativo, com participação de repórteres e apresentador	10
Diálogo entre apresentador e comentarista	7
Opinião desenvolvida de acordo com questões enviadas por ouvintes como mensagens ou por whatsapp	2

Fonte: Questionário aplicado pelo autor

As respostas dos ouvintes indicam preferência por comentários dialogados entre distintos agentes emissores, como o próprio comentarista, assistido de repórteres e apresentadores. Esse fenômeno remete a uma característica do radiojornalismo, teorizada por Barbosa Filho (2003), que é a dinâmica de velocidade e agilidade nos discursos sonoros, resultando na diversidade de vozes e, com isso, mais atratividade na mensagem. Essa premissa se aplica muito ao contexto contemporâneo de múltiplas atividades – como direção de um carro, participação em aulas, palestras ou uso de computadores – em que um diálogo com diferentes composições sonoras tende a prender maior atenção ao significado que a mensagem falada está transmitindo. Tanto que outros pesquisadores de rádio como Lucht (2009) e Jung (2011) ressaltam que mensagens curtas são mais aptas a manter o ouvinte atento em maior proporção de tempo.

Mais do que a atratividade na recepção, a complementaridade dessas informações de repórteres, apresentador e comentarista pode ser a única alternativa a transmitir aos ouvintes abordagens originais e agregadoras no rádio, diante dos incontáveis grupos de conteúdo e versões mais completas, já publicados na rede de computadores.

Nesse sentido, a unificação de forma e conteúdo em formatos de comentários dotados de diálogo interativo entre os emissores parece ser a opção mais próxima a preencher as lacunas de reflexão necessárias ao ouvinte, pois, a relação de ideias e informações detalhadas ainda admite potencial para garantir versões originais e complementares, diante de um ambiente digital rico em quantidade, mas nem sempre em qualidade na correlação dos argumentos ao dia a dia cotidiano. Dado essas condições, o juízo de valor dialogado, relacionando as informações e não apenas divagando-as, apresenta maior propensão a contribuir para a sociedade, na medida das condições de escassez de tempo, simultaneidade de atividades e enfraquecimento das relações humanas. Se as vidas diárias da pós-modernidade, referida por Buber (2004), estão cada vez mais capitalistas e voltadas ao intuito comercial – até mesmo a recepção comunicacional da cultura digital ocorre em circunstâncias privadas, – mensagens mais humanizadas e dialogadas podem constituir um maior significado reflexivo às experiências cotidianas, coletivas e sociais.

## **6 Conclusões**

O presente trabalho referenciou os principais modelos de recepção aos comentários esportivos na contemporaneidade, mas, principalmente, apontou as práticas cotidianas mais próximas na relação dos receptores com as dinâmicas do radiojornalismo e os respectivos aparatos que incidem no processo de comunicação.

Em acordo com a metodologia adotada e com a posterior interpretação das entrevistas realizadas, perceberam-se práticas de recepção voltadas à natureza móvel da comunicação radiojornalística, de acordo com o dinamismo proporcionado nos distintos canais de audiência. Isto também evidenciou comportamentos receptores totalmente privados e personalizados, de acordo com as escolhas próprias dos públicos, mas, que enfatizam a regularidade de contato dos públicos com as mensagens de comentários esportivos, em vista das possibilidades desbravadas pelos recursos contemporâneos e com a afirmação dos significados da audiência esportiva.

A simultaneidade e a sobreposição de afazeres na sociedade contemporânea justificam a preferência dos ouvintes por formatos de recepção que priorizem formatos interativos, com mais de um emissor, que elevem os níveis de atenção e captação da

mensagem, diante da dinamicidade das rotinas da pós-modernidade. Ao mesmo tempo, estes formatos enriquecem a credibilidade e a função social alusiva à credibilidade e à universalidade do jornalismo, de modo que os ouvintes estejam aptos a se conectarem com maior profundidade de elementos à realidade adjacente ao universo contemplado, como, no caso, o esportivo.

As condições contemporâneas e as demandas comunicacionais dos receptores, diante das ordens socioculturais preponderantes na contemporaneidade, consistem nos requisitos principais para a busca de novos recursos e a maior abrangência da plataforma, em vista da extensão do canal de comunicacional, correspondendo à premissa de Santaella (2003), de que as transformações culturais consistem no principal amparo para a evolução e propagação de aparatos e de ambientes tecnológicos.

### **Referências**

- ALBANO DA SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira. A oralidade mediatizada revisitada sob o teor de Michel Serres. In: MENEZES, José Eugenio de O; CARDOSO, Marcelo. **Comunicação e cultura do ouvir**. São Paulo: Plêiade, 2012.
- BARBEIRO, Heródito; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: Os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BUBER, Martin. **Eu e tu**. São Paulo: Centauro, 2004.
- CARDOSO, Marcelo. O jornalismo radiofônico e as narrativas míticas. In: MENEZES, José Eugenio de O; CARDOSO, Marcelo. **Comunicação e cultura do ouvir**. São Paulo: Plêiade, 2012.
- DILLENBURG, Sérgio Roberto. **Os anos dourados do Rádio em Porto Alegre**. Porto Alegre: Corag, 1990.
- DU GAY, P. et al. **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman**. Londres: Sage, 1997.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **As emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20**. Canoas: Editora da Ulbra, 2007.
- JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2011.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais:** Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LUCHT, Janine Marques Passini. **Gêneros Radiojornalísticos:** Análise da Rádio Eldorado de São Paulo. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2009.

MENEZES, José Eugenio de O. Cultura do ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade. In: MENEZES, José Eugenio de O; CARDOSO, Marcelo. **Comunicação e cultura do ouvir.** São Paulo: Plêiade, 2012.

PAULA, Julio de. No ar – Online: reflexões sobre o rádio em tempos de convergência de mídias. In: MENEZES, José Eugenio de O; CARDOSO, Marcelo. **Comunicação e cultura do ouvir.** São Paulo: Plêiade, 2012.

RÁDIO GAÚCHA. **Gaúcha:** A Fonte da Informação. Disponível em: <http://comercial.gruporbs.com.br/veiculos/gaucha/>. Acesso em: 10. Jul. 2018.

RÁDIO GAÚCHA. **Programação.** Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/programacao/>. Acesso em: 30. Abr. 2018.

SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós- humano. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre: nº 22, dezembro/2003. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/.../article/view/3229/2493>. Acesso em: 6. Jun. 2017.