

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO: JORNALISMO

MARINA PAGNO

**Os critérios de noticiabilidade na construção do programa Esporte & Cia, da  
Rádio Gaúcha**

PORTO ALEGRE  
2015

MARINA PAGNO

**Os critérios de noticiabilidade na construção do programa Esporte & Cia, da Rádio Gaúcha**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup> Sandra de Fatima Batista de Deus

PORTO ALEGRE  
2015

MARINA PAGNO

**Os critérios de noticiabilidade na construção do programa Esporte & Cia, da Rádio Gaúcha**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo

Aprovado em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2015.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sandra de Fatima Batista de Deus (orientadora)  
UFRGS

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sandra Maria Lucia Pereira Gonçalves  
UFRGS

---

Me. João Paulo Jobim Fontoura

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

**AUTORIZAÇÃO**

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado.....  
....., de autoria de....., estudante do curso de....., desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, ..... de ..... de 20.....

Assinatura:

Nome completo do orientador:

## AGRADECIMENTOS

Desde que entrei na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, eu esperei por esse momento. Não somente o de fazer e apresentar o Trabalho de Conclusão de Curso, mas principalmente o momento de agradecer.

Agradecer a todos que me ajudaram nesta jornada. Porque se há uma coisa que o jornalismo me ensinou é que nada se faz sozinho. Somos uma equipe, tanto no trabalho, como na vida. E é por todos que me ajudaram que eu estou aqui hoje, justamente coroados um processo que vai me levar ao futuro. Um futuro pelo qual eu também tanto esperei.

Primeiramente eu queria agradecer a Deus e aos amigos espirituais por terem me levantado quando eu não tinha mais forças. Vocês sabiam que eu tinha uma trajetória a ser seguida aqui embaixo e não podiam me deixar desistir. Obrigada por estarem do meu lado sempre.

Na mesma linha, está a minha família: minha mãe Teresinha, meu pai Hermes e minha irmã Yara. Sem vocês, eu não existiria, nem em sonho. Se hoje eu cheguei até aqui, foi totalmente por vocês. Obrigada por todo apoio e por contribuírem para meu processo de evolução na vida e no jornalismo. Obrigada pelo apoio financeiro e emocional. Obrigada. Obrigada. Mil vezes obrigada. Os três são meu porto seguro. O diploma será de vocês no fim do ano.

Quero agradecer também a duas pessoas que não estão mais aqui conosco. Digo presencialmente, porque espiritualmente me acompanharam sempre nesta jornada. Dois anjos – Gabriel e Alisson – que fizeram parte da minha vida e me mudaram como pessoa. Às vezes, nossa missão se esgota aqui na terra e temos que partir para continuar nossa jornada em outro lugar. E de lá, vocês me ajudaram muito. Obrigada por estarem do meu lado sempre. Obrigada por não me fazerem desistir devido à ausência de vocês.

Não posso deixar de agradecer à minha professora, mestre e orientadora Sandra de Deus. Muito mais que orientadora do meu TCC, você é uma das pessoas que me orienta no jornalismo, tanto como ouvinte quanto como especialista. Obrigada pela compreensão quando, devido à minha vida corrida, não conseguia entregar os capítulos em um prazo razoável. Tu realmente és “de Deus”. Nós conseguimos!

Agradeço também aos meus colegas de trabalho na Rádio Gaúcha, em especial aos meus chefes e ao Rafael Colling, apresentador do *Esporte & Cia*. Obrigada pela disponibilidade e por me deixarem contar e participar desta história. Vamos longe ainda.

Por fim, quero deixar meu agradecimento às minhas colegas na faculdade e amigas para a vida inteira Laura Xavier e Manuela Ramos. Obrigada por me ajudarem na administração de sete cadeiras e mais a elaboração do TCC, além, claro, de me auxiliarem nos dramas da vida acadêmica.

E para quem não foi citado nominalmente por aqui, mas sabe que, de uma forma ou de outra, me ajudou neste processo, também se sinta agradecido.

Jamais me esquecerei do dia 28 de junho de 2011, quando realizei minha primeira matrícula na UFRGS. Obrigada, Fabico, por contribuir para a realização física do meu dom, que é contar histórias, ajudar pessoas, relatar fatos. Enfim, ser repórter. Este é o meu valor como pessoa. Como jornalista. Como ser humano.

*“Um homem que tem algo a dizer e não encontra ouvintes está em má situação. Mas pior ainda estão os ouvintes que não encontram quem tenha algo a dizer-lhes.”*

Bertold Brecht

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo avaliar a construção do programa Esporte & Cia, da Rádio Gaúcha, do Grupo RBS. Para isso, utilizaremos como método a análise dos critérios de noticiabilidade usados para elencar o grau de importância das informações veiculadas no programa esportivo, desde sua produção até a veiculação. Através de bibliografias especializadas e entrevista com o apresentador do programa, buscamos os motivos que levam o Esporte & Cia a veicular tais informações, em que o ouvinte é o consumidor da notícia. O estudo em questão examina os programas veiculados entre os dias 7 e 11 de abril de 2015, na Rádio Gaúcha. A partir deles, propõe-se a análise da construção da notícia dentro do Esporte & Cia.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Jornalismo Esportivo. Critérios de Noticiabilidade. Rádio. Rádio Gaúcha.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>RÁDIO: O COMEÇO DE TUDO.....</b>	<b>12</b>
2.1	A INVENÇÃO DO RÁDIO .....	12
2.2	O RÁDIO NO BRASIL .....	14
2.3	O INÍCIO NO RIO GRANDE DO SUL E O NASCIMENTO DA RÁDIO SOCIEDADE GAÚCHA.....	17
<b>3</b>	<b>RÁDIO E FUTEBOL: UM CASAMENTO QUE DEU CERTO.....</b>	<b>21</b>
3.1	BRASIL: O SURGIMENTO DO JORNALISMO ESPORTIVO .....	21
3.2	O CASAMENTO ENTRE RÁDIO E FUTEBOL .....	22
3.3	O FUTEBOL NAS ONDAS DA RÁDIO GAÚCHA .....	24
<b>4</b>	<b>OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE .....</b>	<b>28</b>
4.1	OS VALORES-NOTÍCIA DE SELEÇÃO.....	29
<b>4.1.1</b>	<b>Critérios substantivos .....</b>	<b>29</b>
4.1.1.1	A morte .....	29
4.1.1.2	A notoriedade .....	29
4.1.1.3	A proximidade .....	30
4.1.1.4	A relevância .....	30
4.1.1.5	A novidade .....	30
4.1.1.6	O tempo .....	31
4.1.1.7	A notabilidade .....	31
4.1.1.8	O inesperado .....	32
4.1.1.9	O conflito .....	32
4.1.1.10	A infração .....	32
4.1.1.11	O escândalo .....	32
<b>4.1.2</b>	<b>Critérios contextuais .....</b>	<b>33</b>
4.1.2.1	A disponibilidade .....	33
4.1.2.2	O equilíbrio .....	33
4.1.2.3	A visualidade .....	33
4.1.2.4	A concorrência .....	34
4.1.2.5	O dia noticioso .....	34
4.2	OS VALORES-NOTÍCIA DE CONSTRUÇÃO .....	34
<b>4.2.1</b>	<b>A simplificação .....</b>	<b>34</b>
<b>4.2.2</b>	<b>A amplificação .....</b>	<b>35</b>
<b>4.2.3</b>	<b>A relevância .....</b>	<b>35</b>

4.2.4 A personalização.....	35
4.2.5 A dramatização .....	35
4.2.6 A consonância.....	36
<b>5 O ESPORTE &amp; CIA NAS MADRUGADAS DA GAÚCHA .....</b>	<b>37</b>
5.1 O PROGRAMA.....	37
5.1.1 Entrevistas .....	38
5.1.2 Os quadros e a companhia dos ouvintes .....	39
5.2 A NOTÍCIA NO ESPORTE & CIA .....	40
5.2.1 A notoriedade e a personalização nas entrevistas.....	40
5.2.2 A proximidade, a relevância, a notabilidade e o equilíbrio para Grêmio e Inter .....	41
5.2.3 O tempo e os aniversários .....	42
5.2.4 O conflito no Sala de Redação.....	43
5.2.5 A consonância na recuperação de informações .....	43
5.2.6 Esporte e jornalismo geral no dia noticioso .....	44
5.2.7 E os ouvintes? .....	44
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>46</b>
<b>7 REFERÊNCIAS.....</b>	<b>49</b>
<b>APÊNDICE A – Entrevista com Rafael Colling, apresentador do Esporte &amp; Cia.....</b>	<b>50</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O rádio é o único veículo no mundo que tem um alcance inimaginável. Qualquer pessoa, em qualquer lugar, pode se informar através das ondas do rádio. Digo isso com mais certeza do que o encanto que esse veículo me proporciona. Não há - e repito - não há meio de comunicação mais rápido que o rádio. Nem a internet conseguiu bater o bom e velho radinho. Aliás, o online e os dispositivos *mobile* acabaram contribuindo ainda mais para a disseminação das notícias radiofônicas. De rival, a internet passou a ser uma grande aliada das ondas hertzianas.

Quando se fala em rádio e futebol, a relação com o público se fortifica ainda mais. Desde o começo, na década de 1930, ainda no tempo em que o rádio ocupava a posição central das salas das residências, o meio se encaixou com o conteúdo. Sendo a televisão inexistente na época, o rádio se tornou referência para quem queria acompanhar uma partida de futebol, em qualquer canto do mundo. E aqui também começa a consolidação da figura do ouvinte como o fiel escudeiro do comunicador.

Mesmo com a popularização da televisão no Brasil, na década de 70, o rádio segue sendo importante no meio esportivo. Aos narradores de jogos, cabe o papel de descrever uma história: fulano que passa para cicrano, que marca um golaço. E essa relação, construída na cabeça de cada ouvinte, torna a emoção ainda maior. Cada um constrói a partida através de sensações – e o coração pulsa toda vez que há o grito de gol. É impossível imaginar uma transmissão radiofônica de uma partida de futebol sem emoção. Afinal, cada um constrói o seu próprio jogo através do som emitido das cordas vocais de narradores lendários do rádio brasileiro. Não há imagem televisiva que compense tais sentimentos.

Na atualidade, a transmissão de partidas de futebol segue sendo o carro-chefe de muitas rádios brasileiras, principalmente no Rio Grande do Sul. As jornadas esportivas continuam elevando os índices de audiência de emissoras como a Rádio Gaúcha, chegando a um pico de 140 mil ouvintes por minuto em AM e FM. Segundo a Pesquisa Ibope de abril de 2015<sup>1</sup> a Gaúcha é a rádio que mais alcança pessoas no Rio Grande do Sul, com mais de 1 milhão de pessoas diferentes ouvindo a rádio por mês. O recorde fez com que a emissora se tornasse líder em audiência entre todas as rádios presentes na pesquisa. O bom resultado é alavancado pela presença massiva de programas esportivos na programação da Rádio Gaúcha.

---

<sup>1</sup> Informação obtida através do Setor de Comunicação da Rádio Gaúcha, não disponível para divulgação.

De acordo com o Ibope, o programa *Sala de Redação*, veiculado de segunda à sexta, das 13h às 14h30, alcançou o número de 90.834 ouvintes por minuto em AM e FM durante o mês de abril. Outro programa de grande audiência é o *Esportes ao Meio Dia*, também de segunda à sexta, do meio dia às 12h50, com 75.821 ouvintes por minuto no mesmo período.

O programa a ser analisado neste trabalho é o mais recente na grade de programação esportiva da Rádio Gaúcha. O *Esporte & Cia* surgiu com a ideia de ampliar o debate sobre esporte, por um viés mais reflexivo e menos ao estilo *hard news*. A discussão e a reflexão sobre os temas que interessam ao público são mais convidativas no horário em que o programa é veiculado: da meia noite às 3h. Então, há mais entrevistas com análises aprofundadas, além da participação de ouvintes, do que informações e especulações sobre temas cotidianos da dupla Gre-Nal. Conforme a última Pesquisa Ibope, as três horas do programa *Esporte & Cia* somam 33.067 ouvintes por minuto.

Por isso, o presente trabalho tem como objetivo principal analisar quais são os critérios de noticiabilidade que impactam diretamente na escolha dos assuntos que serão veiculados no programa *Esporte & Cia*, na medida em que um fato somente vira notícia se ele é relevante para a sociedade. Minha paixão pelo rádio, totalmente explícita, e minha simpatia pelo futebol, totalmente vermelha, me convenceram de que esse deveria ser o viés desta monografia.

Para tal, utilizaremos de uma bibliografia especializada e de entrevista realizada com o apresentador do programa da Rádio Gaúcha. Além disso, faremos a observação dos programas de terça-feira a sábado, no período de 7 a 11 de abril de 2015. Com a pesquisa de campo, pretendemos traçar um quadro dos assuntos retratados no programa de acordo com os critérios de noticiabilidade usados para tal. Este trabalho irá contar com cinco capítulos, além da introdução e das considerações finais.

O capítulo de abertura desta monografia trata sobre o começo de tudo: a invenção e as origens do rádio, a instalação do veículo no Brasil, a chegada do rádio no Rio Grande do Sul e a formação da Rádio Sociedade Gaúcha. Utilizamos teóricos da história do rádio, como os trabalhos do professor Luiz Artur Ferraretto (2001).

Na parte seguinte, detalhamos o casamento entre o rádio e o futebol. Tratamos sobre o segmento do Jornalismo Esportivo na imprensa brasileira e como o futebol foi e é abordado nas rádios do Rio Grande do Sul, entre elas a Rádio Gaúcha, viés principal deste estudo. Já no quarto capítulo, utilizamos os estudos de Nelson Traquina (2013) para detalharmos os critérios de noticiabilidade no jornalismo, com o objetivo de esclarecer quais fatos têm o

poder de se tornarem notícias através das ideias do autor. Os valores-notícia estudados serão os de seleção e os de construção.

No quinto capítulo, explicamos detalhadamente o programa *Esporte & Cia*: desde sua criação, produção, apresentação, seleção dos assuntos, escolha das entrevistas chegando até a participação dos ouvintes na construção do programa. A seção também é responsável pela análise dos critérios de noticiabilidade utilizados para a construção do programa *Esporte & Cia*. Elencamos ponto a ponto os motivos e as circunstâncias dos assuntos tratados nos programas veiculados no período de 7 a 11 de abril de 2015.

Nas considerações finais, refletimos sobre o uso dos critérios de noticiabilidade no programa estudado e os motivos pelos quais eles são elencados como essenciais para a construção do programa esportivo.

## 2 RÁDIO: O COMEÇO DE TUDO

### 2.1 A INVENÇÃO DO RÁDIO

O veículo de comunicação chamado rádio, tal e qual conhecemos hoje, é fruto de uma série de invenções que se espalharam entre os séculos XVIII e XIX em várias partes do mundo. Podemos até arriscar a dizer que cada peça e modo de transmissão podem ter sido pensados por várias mentes. Afinal, na época, elaborar uma tecnologia que permitisse a transmissão de sons à distância, sem a utilização de fios, era mais que um desafio: era a vontade e a necessidade de ampliar os processos de comunicação.

Conforme Ferraretto (2001), os princípios físicos e os equipamentos usados no rádio são semelhantes ao da radiotelefonia. O que muda são apenas os objetivos da transmissão. Com isso, a tecnologia no rádio começou a ser desenvolvida através de pesquisas sobre a existência de ondas eletromagnéticas, juntamente com as tecnologias já desenvolvidas com o telégrafo e o telefone.

Através dos estudos de Benjamin Franklin, em 1753, pode-se perceber que a eletricidade poderia ser uma aliada na transmissão de mensagens à distância. Em 1820, o dinamarquês Hans Christian Oersted comprovou a relação entre eletricidade e magnetismo ao aproximar uma corrente elétrica, através de um condutor, em uma agulha de uma bússola, que começou a variar seu norte magnético. Uma década depois, o inglês Michael Faraday e o norte-americano Joseph Henry comprovariam as ideias de Oersted, através de estudos separados. (FERRARETTO, 2001).

Outro cientista que colaborou com o surgimento do rádio foi o norte-americano Samuel Morse. Entre os anos de 1832 e 1837, Morse criou um aparelho que intercalava impulsos elétricos, transmitindo mensagens à distância por meio de um código de traços e pontos, que posteriormente levariam seu nome. Com a invenção, Morse registrou a patente do telégrafo, que só começou a operar a partir de 1844 em uma linha experimental. Quarenta anos depois, a patente do telefone seria concedida a Alexander Graham Bell, por elaborar um aparelho que permitia a transmissão de voz e sons.

As pesquisas sobre eletricidade acabaram se desenvolvendo juntamente com o telégrafo e o telefone. Por meio de cálculos matemáticos, em 1863, o físico escocês James Clerk Maxwell entendeu que, quando eletricidade e magnetismo são combinados, criam um campo magnético que se propaga na velocidade da luz através de vibrações ondulatórias. A

teoria acabou comprovada com os experimentos do físico Heinrich Rudolf Hertz, batizando as ondas previstas pelos cálculos de Maxwell como ondas hertzianas.

Um dos passos cruciais para o desenvolvimento da radiotelegrafia foi o desenvolvimento do coesor, criado pelo francês Edouard Branly, em 1890. Segundo Ferraretto (2001), o coesor foi apresentado à Academia de Ciências em Paris como um tubo de vidro cheio de limalha de ferro que, na presença das ondas hertzianas, acaba permitindo a passagem de energia elétrica. A tecnologia acabou permitindo a transmissão e a recepção das ondas eletromagnéticas, comprovadas através da demonstração do britânico Oliver Lodge, no ano de 1894.

Boa parte das invenções e experimentos realizados no ramo da transmissão e da eletricidade foi usada pelo empresário italiano Guglielmo Marconi para conseguir a patente do telégrafo sem fio, em 1897. Através de demonstrações públicas de envio de mensagens à distância, Marconi confirmou a radiotelegrafia – principalmente quando, no ano de 1901, conseguiu enviar o primeiro sinal radiotelegráfico de um continente a outro, recebendo no Canadá a letra S em código Morse, enviada da cidade de Poldhu, na Grã-Bretanha. O italiano com mente de empresário acabou rebatizando sua empresa de Wireless Telegraph and Signal Company Limited para Marconi Company, onde construiria os primeiros equipamentos para a radiodifusão no início do século XX, expandidos para grandes polos industriais da época, como Grã-Bretanha e Estados Unidos.

Por conseguir unificar as invenções em um único aparelho que transmitia mensagens à distância, Marconi ficou conhecido mundialmente como o inventor do rádio. No entanto, ainda há divergências quanto à autoria do meio de comunicação. O motivo é que, enquanto as pesquisas em radiotelegrafia se desenvolviam na Europa e na América do Norte, o padre brasileiro Roberto Landell de Moura também estava tirando resultados positivos de seus experimentos de transmissão de voz humana. De acordo com Ferraretto (2001, p. 83), “[...] as suas primeiras experiências com transmissão de recepção de sons por meio de ondas eletromagnéticas teriam ocorrido entre 1893 e 1894.” Na tentativa de obter financiamentos para seus estudos, Landell de Moura chegou a apresentar ao governo britânico cinco aparelhos. Dois deles acabaram chamando a atenção: o anematofofo e o teletiton, tecnologias semelhantes ao telefone e ao telégrafo.

Citando Fernando Cauduro (1977), Ferrareto nos diz que o desconhecimento a respeito das pesquisas do padre gaúcho pode ter raízes políticas e econômicas.

A radiotelegrafia e a radiotelefonia eram um interesse militar estratégico por facilitarem as comunicações militares entre os navios de uma frota. A Grã-Bretanha ainda dominava os mares e era a principal potência mundial, embora os Estados Unidos já começassem a despontar no cenário internacional. Desde 1896, quando conheceram oficialmente a validade da telegrafia sem fio, concedendo o registro a Marconi, os britânicos analisavam as possibilidades militares e estratégicas dos, então, novos meios de comunicação. (FERRARETTO, 2001, p. 85)

A primeira patente obtida por Landell de Moura foi somente registrada no ano de 1901, no Brasil; e, três anos depois, nos Estados Unidos. Seu isolamento em relação aos polos comerciais da época e o atraso na comprovação de seus experimentos acabaram prejudicando o pioneirismo do brasileiro na invenção do rádio.

O ano de 1906 foi marcado pela estabilidade na transmissão da voz humana sem a utilização de fios. A façanha de melhorar a qualidade do sinal foi obtida pelo norte-americano Lee DeForest, por meio da invenção do triodo, que ampliava e estabilizava o sinal durante a transmissão. Esse passo, segundo Ferraretto (2001), é conhecido internacionalmente como definitivo para o surgimento da radiodifusão sonora.

No entanto, a primeira transmissão comprovada e eficiente ocorreu na noite de véspera de natal de 1906, quando o canadense Reginald A. Fessenden transmitiu o som de um violino, de trechos da Bíblia e de uma gravação fonográfica usando um alternador desenvolvido pelo sueco Ernest Alexanderson. A demonstração só foi possível porque Fessenden acabou desenvolvendo a estrutura básica para aplicar os conceitos de amplitude modulada nos processos de transmissão da voz humana.

Somente 14 anos depois, a indústria da radiodifusão como conhecemos hoje, com a transmissão e a produção de conteúdos, iria ser colocada em prática com a instalação da primeira emissora de rádio do mundo, a KDKA, nos Estados Unidos. Inaugurada em 1920, a KDKA foi uma aposta da empresa Westinghouse Electric após os experimentos do engenheiro Frank Conrad, que também se utilizou dos estudos do bielorrusso naturalizado americano David Sarnoff, desenvolvidos quatro anos antes da estreia da emissora.

## 1.1 O RÁDIO NO BRASIL

O rádio, como meio de comunicação de massa, chegou ao Brasil no ano de 1922, durante a Exposição Internacional do Centenário da Independência, realizada no Rio de Janeiro, então capital federal. No evento, a Westinghouse realizou a primeira demonstração pública de radiodifusão em terras guaranis.

É bem verdade que, nos primeiros anos do século XX, já havia associações de amadores que experimentavam as frequências radiofônicas, como a Rádio Clube de Pernambuco, em Recife, fundada em 1911. No entanto, a exposição acabou encantando Edgar Roquette-Pinto, professor e considerado o pai do rádio no Brasil. Em parceria com a Academia Brasileira de Ciências, Roquette-Pinto adquiriu uma estação montada pela Western Electric durante o evento e fundou, no dia 20 de abril de 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, considerada a primeira emissora de rádio brasileira.

O grupo liderado por Roquette-Pinto e [Henrique] Morize consegue, então, junto ao governo o empréstimo dos transmissores da Praia Vermelha durante uma hora por dia. Usando o tempo ocioso de um equipamento utilizado prioritariamente para radiotelegrafia, o Brasil entra, em definitivo, na era do rádio no dia 1º de maio daquele ano, quando eles começaram suas transmissões. (FERRARETTO, 2001, p. 96)

Apesar do esforço de Roquette-Pinto, a implantação do rádio no Brasil foi feita de uma forma muito precária. Em clima de improviso, a própria Rádio Sociedade do Rio de Janeiro começou a operar sem uma programação definida. Somente no final do ano de 1923, a emissora começou a formatar uma sequência de programas, que variavam de notícias jornalísticas a números infantis e musicais. O começo do radiojornalismo no Brasil ainda era muito voltado ao jornal impresso, tornando famoso o lápis vermelho que Roquette-Pinto usava para sublinhar as notícias no papel e que seriam lidas nos microfones do rádio.

Até o início da década de 1930, surgem diversas emissoras em vários estados do país. No entanto, o ano de 1932 foi um marco na história da radiodifusão brasileira, após a autorização do governo federal para a veiculação de publicidade nas emissoras. A regulamentação da medida acabou alavancando a proliferação de emissoras na época, quando o rádio acabou atingindo 10 estados brasileiros.

Muitos autores, como Neuberger (2012) consideram que a introdução dos anúncios comerciais na programação radiofônica desencadeou o começo do profissionalismo na radiodifusão brasileira. Um exemplo é a Rádio Clube do Brasil, primeira emissora do país a adotar a medida. Fundada por Elba Dias, em 1º de junho de 1924, a emissora começou a ceder espaço para os chamados programistas, pessoas que alugavam horários na programação e eram responsáveis pela produção, apresentação e inserções comerciais.

No entanto, a programação profissional no rádio brasileiro surgiu através da Rádio Record de São Paulo, que entendeu o rádio como um empreendimento comercial através da mente de César Ladeira. A emissora passou a ter um elenco contratado e remunerado, com o surgimento das primeiras transmissões feitas ao vivo com artistas consagrados no cenário

artístico e com grande presença de público nos auditórios inicialmente alugados pelas emissoras. Conforme Ferraretto (2001), a disputa entre as rádios para adquirir a exclusividade de artistas populares acabou dando origem à concorrência entre as emissoras. Neste cenário, surge a Rádio Mayrink Veiga, emissora carioca que passou a dominar a audiência no Rio de Janeiro, quando Ladeira acaba se transferindo para a emissora. Ferraretto (2001) nos detalha que a mais alta patente do rádio brasileiro fazia parte da emissora na época, com apresentações de grandes cantores como Carmem Miranda, Sílvia Caldas, Carlos Galhardo e Orlando Silva.

Em 1936, uma nova emissora surge no mercado radiofônico do país, munida de grande aparato técnico. Inaugurada pelo grupo que editava o jornal A Noite, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro surgiu com seis estúdios, um auditório com 500 lugares, cerca de 300 artistas e músicos, além do reforço na parte de radiojornalismo, com a contratação de 18 produtores, 13 repórteres, 24 redatores e 33 locutores – na época, uma estrutura considerada invejável pelas outras emissoras (NEUBERGER, 2012). Quatro anos após a inauguração, a Rádio Nacional é encampada pelo governo de Getúlio Vargas, tornando-se a principal emissora de propagação das ideias do regime do Estado Novo.

Mesmo tendo o controle do Estado, Ferraretto (2001, p. 113) relata que a Rádio Nacional continuou a ser uma empresa comercial, e os recursos provenientes da publicidade seguiam investidos na própria emissora, “garantindo uma programação atraente. Assim, a partir da encampação, a Nacional desenvolve uma forte estratégia de conquista de mercado”. Além dos programas de auditório, dois exemplos clássicos de sucesso da Rádio Nacional foram a veiculação das radionovelas e a criação do primeiro programa de radiojornalismo no Brasil. Em 1941, entrava no ar a primeira radionovela no país, batizada de *Em busca da felicidade*. A obra do cubano Leandro Blanco teve seu texto adaptado pelo autor Gilberto Martins. E, em meio à Segunda Guerra Mundial, surge, na programação da Nacional, o *Repórter Esso*, patrocinado pela petrolífera que dá o nome ao programa e motivado pela agência de publicidade norte-americana McCann-Erickson.

Não podemos falar do surgimento do radiojornalismo no Brasil sem falar do *Repórter Esso*. Afinal, a “testemunha ocular da história” introduziu no rádio brasileiro um modelo de texto linear, corrido e direto, apresentado em formato de um noticiário rápido e estruturado. Até hoje, muitos programas jornalísticos veiculados em rádios brasileiras seguem a formatação aplicada no Esso, apenas adaptando a uma dinâmica mais moderna e cotidiana. O *Repórter Esso* ficou conhecido também por seus famosos locutores, de vozes graves e impactantes, como a do gaúcho Heron Domingues. O programa acabou sendo transferido para

a Rádio Globo, em 1962. Após três décadas de informação, coube ao locutor Roberto Figueiredo o papel de narrar um dos momentos mais emocionantes da história do rádio brasileiro: no dia 31 de dezembro de 1968, Figueiredo anuncia, aos prantos, o fim das transmissões do Repórter Esso no rádio brasileiro.

O crescimento dos meios de comunicação do Brasil acabou esbarrando nas ideias do empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, fundador dos Diários e Emissoras Associados. Com a Rádio Tupi, localizada no Rio de Janeiro e em São Paulo, a empresa lança, em 1942, o *Grande Jornal Falado Tupi*, considerado o primeiro radiojornal brasileiro moderno.

No início, a identificação do noticiário como o cabeçalho de um periódico impresso. Depois, com a marcação da sonoplastia, as manchetes a reproduzir a capa de um jornal. Seguiam-se as notícias agrupadas em blocos – política, economia, esportes... – tal qual faziam os diários com suas editorias. (FERRARETTO, 2001, p. 131)

O período de dominância do rádio no Brasil foi encerrado justamente pelo espírito empreendedor de Chateaubriand. Em 1950, os Diários e Emissoras Associados inauguraram a primeira emissora de televisão brasileira, a Tupi, localizada em São Paulo. O novo meio de comunicação foi o grande fator para a decadência do chamado rádio espetáculo no país.

## 2.2 O INÍCIO NO RIO GRANDE DO SUL E O NASCIMENTO DA RÁDIO SOCIEDADE GAÚCHA

O novo meio de comunicação de massa inicia sua trajetória no Rio Grande do Sul no dia 7 de setembro de 1924 com a Rádio Sociedade Rio-Grandense, primeira emissora a realizar transmissões radiofônicas de forma organizada no Estado. Um dos principais fundadores da emissora foi Juan Ganzo Fernandez, empresário uruguaio que se aventurou no mundo da radiodifusão. As transmissões realizadas na Argentina e no Uruguai tiveram uma grande influência na proliferação do rádio em terras gaúchas.

De acordo com Ferraretto (2002), a breve existência da Rádio Sociedade Rio-Grandense foi marcada pela valorização do trabalho dos imigrantes que se instalaram no Rio Grande do Sul. Inclusive, sua mais importante transmissão foi a comemoração do centenário da imigração alemã, ocorrido em 1924. A inadimplência de seus quase 300 sócios e o aumento dos tributos por parte do governo ocasionaram sérios problemas financeiros à emissora, que encerrou suas transmissões antes da chegada do ano de 1925.

É exatamente neste ano que um grupo de amigos, empolgados pelo surgimento do rádio, começaram a elaborar a Sociedade Rádio Pelotense, que seria inaugurada no dia 6 de junho de 1925. No entanto, apesar da inauguração, os estudos de Ferraretto (2002) apontam que, até setembro de 1928, as transmissões da Sociedade Rádio Pelotense foram apenas experimentais.

É, portanto, na forma como a imprensa local trata a transferência para o Clube Comercial, o preferido da elite na época, que ganha força esta ideia de que somente após 1928 a Sociedade de Rádio Pelotense – como passa a ser grafada a sua denominação – começou efetivamente a transmitir. (FERRARETTO, 2002, p. 63).

A Sociedade Rádio Pelotense é a mais antiga emissora do interior do Rio Grande do Sul ainda em atividade no Estado.

O fim da Rádio Sociedade Rio-Grandense deixou os apaixonados pelo meio de comunicação órfãos do sistema, o que fez com que o número de amadores da radiotelegrafia caísse drasticamente. A carência dos adeptos só foi diluída após a realização de assembleias e encontros que iriam culminar na criação da Rádio Sociedade Gaúcha, em fevereiro de 1927. A primeira transmissão da nova emissora foi no dia 19 de novembro do mesmo ano, com programação às terças, às quintas, aos sábados e aos domingos.

A programação da emissora variava de conteúdo cultural a palestras de divulgação científica. Frequentemente, a rádio realizava transmissões direto do Theatro São Pedro e do Auditório Araújo Vianna, locais próximos a sua sede, situada no Grande Hotel, na Rua dos Andradas, região central de Porto Alegre.

Ao contrário de suas antecessoras, a Rádio Sociedade Gaúcha conseguiu manter uma programação consistente ao longo do seu primeiro ano de existência. A mudança de endereço de sua sede, que passou a funcionar na Praça José Montaury, no bairro Moinhos de Vento, contribuiu para a expansão da emissora na capital gaúcha na década de 1930. Além disso, uma torre de 50 metros com o dobro da potência permitiu que a emissora se tornasse referência na radiodifusão gaúcha.

A partir da Rádio Sociedade Gaúcha, foi transmitida pela primeira vez uma partida de futebol no Estado, ocorrida em 1931, em um jogo entre Grêmio e Seleção do Paraná, no Estádio da Baixada. Já, no ano seguinte, a emissora realizou, também pela primeira vez, a transmissão de um evento fora de Porto Alegre, durante a primeira edição da Festa da Uva, em Caxias do Sul, na Serra Gaúcha.

Já na década de 1940, a nomenclatura da emissora passou a ser somente Rádio Gaúcha, com uma programação voltada para o entretenimento e para as radionovelas, com a

produção e apresentação de 40 radialistas como Cândido Norberto Santos, Adroaldo Guerra e Walter Ferreira. Em 1957, a emissora foi adquirida por Arnaldo Ballvé, Frederico Arnaldo Ballvé, Maurício Sirotsky Sobrinho e Nestor Rizzo, sendo o começo da formação da empresa jornalística Rede Brasil Sul – o Grupo RBS.

Nesse mesmo ano, foi inaugurada no meio radiofônico a emissora que seria a principal concorrente da Gaúcha – a Rádio Guaíba. Idealizada por Breno Caldas, herdeiro da Companhia Jornalística Caldas Júnior, a Rádio Guaíba foi marcada por ser a precursora da Rede da Legalidade. Em 1961, o então governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola, encampou a emissora, fazendo transmissões radiofônicas direto dos porões do Palácio Piratini para defender a ascensão do vice-presidente João Goulart, que estava na China, ao cargo de Presidente da República após a renúncia de Jânio Quadros. É curioso que, mesmo concorrentes, a Gaúcha e a Farroupilha (também da RBS) aderiram à cadeia de rádios que fazia a transmissão do sinal da Guaíba por todo o país na defesa da legalidade.

Já o final da década de 70 e início dos anos 80 marcam uma nova era na programação da Rádio Gaúcha. Em meados de 1983, a emissora começou a executar um novo projeto de valorização do rádio falado. Além disso, passou a utilizar o slogan “A Fonte da Informação”, criado pelo jornalista Flávio Alcaraz Gomes. A implantação do programa *Gaúcha Repórter* é um dos sinais de que a emissora estava abandonando a programação musical em troca da informação. Esse foi o embrião para a consolidação do gênero conhecido como *talk and news*: as notícias são transmitidas de modo que o ouvinte entenda a informação, juntamente com comentários analisando os assuntos em espaços específicos – modelo que segue usado pelo radiojornalismo da emissora atualmente.

Na década de 80, uma crise financeira acabou culminando na falência da Companhia Jornalística Caldas Júnior, detentora dos direitos da Rádio Guaíba. A partir daí, a Rádio Gaúcha passa a liderar a audiência no dial gaúcho, através dos 600 KHz em amplitude modulada (AM). Em 1986, a emissora inaugura, na cidade de Guaíba, a maior antena de rádio do Brasil, com 230 metros de altura. Durante as transmissões da Copa do Mundo de 1994, a Rádio Gaúcha inaugura suas transmissões via satélite, formando a Rede Gaúcha Sat, com mais de 130 emissoras de rádio filiadas em nove estados do país.

Atualmente, segundo a última pesquisa Ibope, realizada em abril de 2015, a Rádio Gaúcha é líder de audiência no segmento jornalismo e esportes no Sul do país, podendo ser sintonizada na frequência 93,7 MHz em FM, e 600 KHz em AM. Além disso, a emissora possui três filiais no Rio Grande do Sul: Gaúcha Serra, em Caxias do Sul; Gaúcha Santa

Maria, em Santa Maria; e Gaúcha Zona Sul, em Pelotas e Rio Grande. A programação ao vivo da emissora também está presente através do site e em canais de televisão por assinatura.

### 3 RÁDIO E FUTEBOL: UM CASAMENTO QUE DEU CERTO

#### 3.1 BRASIL: O SURGIMENTO DO JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo surge no Brasil com a necessidade de segmentação de conteúdos por parte da imprensa. Na primeira metade do século XX, o jornalismo começa a se desmembrar em especialidades – política, economia, cultura, esportes, etc. O aumento da exigência de leitores e ouvintes, a massificação dos meios de comunicação e as atividades comerciais impulsionaram a criação de uma especialização da atividade jornalística em solo brasileiro, adquirindo características próprias àquilo que, antes, era tratado como um todo.

De acordo com Coelho (2004), os primórdios do jornalismo esportivo no Brasil se encontram entre o fim do século XIX e início do século XX, quando os jornais impressos publicavam notícias e tabelas com os resultados do turfe e do remo, esportes populares entre a elite social da época. A partir daí, começaram a surgir as primeiras publicações exclusivas em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Não é de se espantar que o início do jornalismo esportivo, tal e qual o conhecemos hoje, esbarra na história do desenvolvimento do futebol no país. Um exemplo é o jornal *Fanfulla*, que começou a publicar páginas de divulgação esportiva na década de 1910, justamente para atingir um público numeroso que invadia São Paulo na época: os italianos. Coelho (2004) nos conta que, das breves páginas do *Fanfulla*, nasceu um time de futebol.

Um aviso não muito pretensioso de uma das edições chamava-os a fundar um clube de futebol. Foi assim que nasceu o Palestra Itália, que se tornaria o Palmeiras décadas mais tarde, no meio da Segunda Guerra Mundial. Nesse tempo, as poucas páginas dedicadas a esporte nos diários paulistanos falavam sobre outra guerra. A travada entre são-paulinos, que sonhavam tomar à força o estádio Parque Antártica dos palestrinos. (COELHO, 2004, p. 8)

Bezerra (2008) relata que, no primeiro encontro interestadual do país, entre times de São Paulo e Rio de Janeiro, já havia um jornalista para fazer a divulgação e a organização da partida. Mário Cardin, repórter do jornal *O Estado de São Paulo*, enviou por telegrama as notícias do jogo para a divulgação do conteúdo em jornais do Rio de Janeiro. Esse não seria o único feito de Cardin para o segmento esportivo no país. Em 1915, o jornalista fundou a Federação Brasileira de Futebol (FBF) – que se tornaria, anos mais tarde, a atual Confederação Brasileira de Futebol (CBF) – e também a Associação dos Cronistas Esportivos, em 1917.

A partir de 1920, o futebol começa a se transformar em um esporte de massa no país, não apenas voltado às elites. E, na imprensa, não foi diferente: publicações especializadas em futebol nos jornais da época eram quase uma obrigação devido à popularização do esporte entre todas as classes sociais. De acordo com Bezerra (2008), a profissionalização do futebol, datada de 1933, fez com que a nova profissão de jornalista esportivo também passasse a fazer parte do dia-a-dia das redações.

Com a profissionalização do futebol nos campos e na imprensa, surgem as crônicas esportivas nas páginas dos jornais. As colunas que mais marcaram o segmento esportivo no Brasil saíram do departamento de esportes do jornal O Globo, com as ideias de Mário Filho e de seu irmão, Nelson Rodrigues. Práticas literárias como as utilizadas pelos cronistas citados foram perdendo força com o tempo, dando espaço para um modelo de jornalismo esportivo em formato de colunas de opinião, que ainda geram críticas entre a imprensa brasileira e a sociedade.

A imprecisão diminuiu bastante nas páginas dos anos 70 em diante, graças ao compromisso da imprensa de contar a verdade. O que exclui o mito. O resultado é, muitas vezes, uma crônica tão desprovida de paixão que é capaz de jogar na vala comum atletas que certamente já merecem lugar na história. Gente como Rivaldo, Ronaldo, Romário, Bebeto, Dunga. Gente que deu ao país o quarto e o quinto título mundial, e que jamais foi tratada com a reverência dedicada aos campeões de 1958, 1962 e 1970. (COELHO, 2004, p. 19)

Já popular em publicações impressas, não demorou muito para que o rádio, veículo em ascensão na primeira metade do século XX, começasse a explorar as possibilidades do jornalismo esportivo em suas transmissões. A união entre rádio e futebol deu início a um casamento duradouro e com raras brigas. E diria mais: em comunhão universal de bens.

### 3.2 O CASAMENTO ENTRE RÁDIO E FUTEBOL

Como vimos no primeiro capítulo deste trabalho, o jornalismo em rádio no Brasil se desenvolveu pareado aos jornais impressos. Os primeiros formatos de programas que simulavam noticiários eram lidos nos microfones diretamente das publicações em papel. Se no começo tínhamos a famosa caneta vermelha de Roquette-Pinto, o começo do jornalismo esportivo no rádio foi marcado pela “tesoura”, ou seja, “os locutores recortavam e liam na íntegra as notícias dos jornais.” (BEZERRA, 2008, p. 38).

Ainda sem saber como explorar as potencialidades do veículo, o radiojornalismo esportivo começou com amadorismo e improvisação, em meados de 1930. Em 1925, a Rádio Educadora de São Paulo, transmitiu os resultados de jogos de futebol da capital, do interior e

do estrangeiro. Não foi uma transmissão direta de jogos, mas somente a leitura do resultado dos jogos, que chegaram de telegrama até a redação da rádio.

No entanto, não demorou muito para que a data oficial do casamento entre rádio e futebol fosse marcada. No dia 19 de julho de 1931, o locutor Nicolau Tuma, da Rádio Educadora Paulista, fez a primeira narração de uma partida de futebol, entre times combinados dos estados de São Paulo e Paraná, válida pelo VIII Campeonato Brasileiro de Futebol. A partir daí, os grandes empresários donos de rádios no país começaram a perceber que a narração ao vivo era uma grande aliada para o desenvolvimento comercial e financeiro dos seus negócios radiofônicos.

A alavanca impulsionadora do futebol em rádio foi o decreto do governo federal que permitiu a veiculação da publicidade em rádio, em 1932. Bezerra (2008) conta que o próprio Nicolau Tuma, primeiro a realizar uma transmissão inteira no rádio, já era um grande negociador de anúncios.

Estava realizada uma parceria de sucesso: de um lado o rádio, que precisava se transformar em veículo de massa para conseguir anúncios de empresas, de outro o futebol, esporte de massa, com jogadores profissionais e clubes, que para sustentar os novos gastos, necessitavam de jogos com grandes públicos pagantes. (BEZERRA, 2008, p. 42).

O primeiro departamento de esportes do rádio brasileiro surgiu na Rádio Panamericana, após o empresário Paulo Machado de Carvalho, em 1946, comprar a emissora e incorporá-la à rede das Emissoras Unidas do Grupo Machado de Carvalho, formadas pelas rádios Record, Bandeirantes, São Paulo e Excelsior. Mas a maior dificuldade enfrentada pelos locutores esportivos foi com a falta de recursos técnicos. As limitações técnicas da época fizeram com que o rádio brasileiro passasse a incorporar inovações tecnológicas que surgiram mundialmente, para que as transmissões à distância fossem irradiadas na maior perfeição possível.

Com tecnologia e narradores mais midiáticos do que especializados, só faltava um público fanático – o qual não demorou muito a aparecer. Desde o início das transmissões, o que marca a narração esportiva em rádio é a emoção e a paixão que o locutor mostra em cada história contada. Pouco importa se a bola realmente não passou tirando tinta da trave. O que importa é que isso faz pulsar o coração do torcedor. Com essa receita, estava mais do que consolidada a união entre futebol e rádio no Brasil.

### 3.3 O FUTEBOL NAS ONDAS DA RÁDIO GAÚCHA

A Rádio Sociedade Gaúcha foi a responsável pela primeira transmissão radiofônica no Rio Grande do Sul de uma partida de futebol. Em 19 de novembro de 1931, a voz do narrador Ernani Ruschel ecoou pelas ondas do rádio com as informações do jogo entre Grêmio Football Porto-alegrense e a Seleção do Paraná, no antigo Estádio da Baixada, casa gremista até a inauguração do Estádio Olímpico, em 1954. De acordo com as pesquisas de Dalpiaz (2002), o dia foi histórico para a cidade de Porto Alegre, com ponto facultativo nas repartições públicas.

Tanto para a Rádio Sociedade Gaúcha, como para outras emissoras, o início das transmissões foi marcado pelo amadorismo e por dificuldades tecnológicas da época. Dalpiaz (2002) cita um recorte do jornal Correio do Povo, no qual Flávio Alcaraz Gomes descreve os bastidores da primeira transmissão de um jogo de futebol no rádio gaúcho. De acordo com ele, o próprio narrador Ernani Ruschel não tinha conhecimento das regras do futebol e mal sabia o nome dos jogadores.

A cobertura esportiva começou a ganhar um novo formato quando Breno Caldas, sócio-proprietário da Rádio Sociedade Gaúcha, contratou Oduvaldo Cozzi, responsável pela narração esportiva e a direção artística da Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

Este, por sua vez, revolucionou a narração de futebol no estado, tendo em vista que as transmissões de jogos até então se limitavam a informar o nome do jogador que conduzia a bola, com os intervalos preenchidos com música. Cozzi inaugurou a narração *lance por lance* na qual descrevia as jogadas que aconteciam em campo, além de ocupar o espaço entre um tempo e outro com comentários. (DALPIAZ, 2002, p. 58).

Aos poucos, a cobertura esportiva começou a se consolidar nas ondas da Rádio Sociedade Gaúcha. A partir da década de 1940, ocorreu a primeira transmissão de um jogo de futebol realizado fora do Rio Grande do Sul, narrada em Curitiba por Farid Germano. Apesar das dificuldades técnicas, as transmissões também se expandiram para São Paulo e Rio de Janeiro em meados de 1944. Não demoraria muito para que a primeira transmissão internacional ocorresse. Em 14 de maio de 1949, Cândido Norberto narrou o jogo entre Grêmio e Nacional, no Estádio Centenário, em Montevideu. A equipe gremista venceu por 3 a 1. A partir daí, a Rádio Gaúcha percorreu diversos países da América Latina para narrar jogos do Grêmio.

As décadas de 1950 e 1960 marcaram a estruturação total da transmissão de partidas de futebol nas ondas da Rádio Gaúcha. Um dos principais impulsionadores foi a implantação

da publicidade nas jornadas esportivas. A Cervejaria Brahma foi uma das empresas que estreitou as relações com a emissora nas décadas subsequentes. Além do aperfeiçoamento dos narradores, as redações também começaram a se transformar: com a consolidação de departamentos de esporte, surgem os repórteres na beira do campo, os comentaristas, responsáveis pela análise dos fatos narrados no jogo, e o plantão esportivo.

Dalpiaz (2002) destaca que os avanços tecnológicos da época contribuíram e muito para a evolução nas transmissões esportivas das rádios gaúchas. O transistor, os gravadores portáteis e o desenvolvimento da telefonia são alguns exemplos que demonstram a profissionalização das coberturas esportivas radiofônicas. Além disso, as transmissões passaram a ser mais ágeis e organizadas.

Se no início, um único profissional realizava diversas atividades, a nova organização passou a exigir mais especificidade e, assim, foram se formando equipes, com uma divisão especial mais definida dentro das emissoras. O narrador deixa de ser aquele que era, também, o locutor comercial, e passa a ser o narrador principal. E assim, os postos de trabalho se segmentam, conforme a própria estrutura do mercado. (DALPIAZ, 2002, p. 86-87)

A partir de 1957, Arnaldo Bellvé, Nestor Rizzo e Maurício Sirotsky Sobrinho compram a Rádio Gaúcha, gesto que impulsionou a emissora para o mercado, formando o embrião do Grupo RBS. Na grade de programação da emissora, começa a ficar mais clara a consistência de programas especializados no jornalismo e na crônica esportiva, principalmente para competir com a audiência de emissoras como as Rádios Guaíba, Difusora e Rede Pampa de Comunicação, também em ascensão na época. Um dos programas mais marcantes da Rádio Gaúcha foi o *Campeonato em Três Tempos*, produzido por Carlos Nobre e apresentado direto do Cinema Castelo, em Porto Alegre. Radioatores que representavam clubes de futebol gaúchos debatiam os resultados dos jogos da semana em um teatro lotado (DALPIAZ, 2002).

A primeira Copa do Mundo transmitida pela Rádio Gaúcha foi a de 1962, no Chile, com os narradores Antônio Carlos Resende e Willy Gonzer, e mais o comentarista Samuel Madureira Coelho. Em outras ocasiões, a Gaúcha transmitiu o maior evento esportivo do mundo do futebol em cadeia com as Rádios Itatiaia, em 1966, e com a Rádio Nacional, em 1970. O principal motivo era a falta de liberação para a transmissão radiofônica dentro dos estádios, que acabava restrita para algumas emissoras maiores da época.

Em um certo período, a Rádio Gaúcha viveu momentos difíceis com suas coberturas esportivas. Na década de 1970, a emissora decidiu fechar seu departamento de esportes, devido à ausência de um patrocinador que bancasse as jornadas esportivas da emissora. A

Central Gaúcha de Esportes foi dissolvida na última jornada que foi ao ar, datada de 30 de maio de 1971, com a transmissão do clássico entre Grêmio e Internacional (PÉRICO, 1999 *apud* DALPIAZ, 2002). Muito da decadência do radiojornalismo esportivo se deu com o surgimento e a popularização da televisão, que começava a tomar conta do espaço do aparelho de rádio nas salas brasileiras.

Foi exatamente nesta fase crítica da emissora que surgiu o programa de maior audiência da Rádio Gaúcha nos dias atuais: o *Sala de Redação*<sup>2</sup>. E, por ironia do destino, a criação do programa foi espelhada pelo programa de televisão de Cândido Norberto, que decidiu adaptar o formato ao rádio. Em entrevista à autora Jamile Gamba Dalpiaz (2002), Norberto relata que o *Sala de Redação* impulsionou o retorno das jornadas esportivas na programação da Rádio Gaúcha. “Não tardou muito e quem começou a participar do programa foi o Paulo Sant’Ana, com seu talento e gremismo extremado, muito contribuiu para que o noticiário e o debate esportivo se instaurassem no espaço, sempre após às 13h”. (DALPIAZ, 2002, p. 121).

Não demorou muito para que, tempos depois, as jornadas esportivas retornassem à programação da Rádio Gaúcha, com a consolidação de um departamento de esportes na emissora, já estando presente nas transmissões dos jogos da Copa do Mundo de 1974, realizada na Alemanha. De acordo com Dalpiaz (2002), a contratação de Ruy Carlos Ostermann, em março de 1978, para a chefia de esportes da Gaúcha e a instalação de um transmissor de 100 kilowatts que ampliara o alcance da emissora, foram determinantes para que a Gaúcha ultrapassasse a Rádio Guaíba, então líder na audiência no segmento esportivo.

Com a crise da Companhia Jornalística Caldas Júnior, muitos profissionais como Armindo Antônio Ranzolin, Lauro Quadros e Lasier Martins saíram da Guaíba e passaram a integrar o quadro da Gaúcha, qualificando as transmissões radiojornalísticas da emissora. A partir deles, iniciou um processo de inovação nas jornadas esportivas com a compra de equipamentos mais modernos e a implantação de uma estrutura técnica adequada para a transmissão das partidas. A transmissão da Copa do Mundo do México, no ano de 1986, é considerada um marco para a consolidação da liderança da Rádio Gaúcha no mercado radiofônico do Rio Grande do Sul.

Mas esse não é somente o único Campeonato Mundial de Futebol marcante na história da Rádio Gaúcha. Em 1994, nos Estados Unidos, a emissora inaugurou suas transmissões via

---

<sup>2</sup> Informação obtida através do Setor de Comunicação da Rádio Gaúcha, não disponível para divulgação.

satélite, formando a Rede Gaúcha Sat, com mais de 130 emissoras de rádio filiadas em nove estados do país.

Atualmente, a emissora passou a dar um maior espaço para a programação esportiva na sua grade. Em 2014, foi criado o *Esporte & Cia*, objeto deste estudo acadêmico, com foco na análise da crônica esportiva nas madrugadas da Rádio Gaúcha. O *Sala de Redação* também passou por mudanças, ganhando mais meia hora de duração, começando às 13h, com término às 14h30, e também novos integrantes. Além de Pedro Ernesto Denardin, Guerrinha e Wianey Carlet, o programa passa a contar também com os gremistas Cacalo e João de Almeida Neto, e os colorados Fernando Carvalho e Zé Victor Castiel.

#### 4 OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

O papel do jornalismo na sociedade contemporânea tem sido discutido na atualidade pela comunidade acadêmica e pela própria população consumidora de notícias. Discute-se, principalmente, se o que é noticiado nos meios de comunicação é relevante para a sociedade, e se a informação é digna de uma nota de rodapé ou de duas páginas centrais inteiras de um jornal.

Essas premissas partem do conceito de jornalismo e sobre a definição do que é notícia. Em uma explicação breve, jornalismo é o relato do que aconteceu ou está acontecendo no mundo, em seu país, estado, cidade ou até mesmo no seu bairro. São detalhes, minúcias, a análise dos fatos ocorridos no dia por jornalistas. Aliás, não há como pensar em jornalismo sem seus profissionais. É através do olhar do jornalista que os acontecimentos podem ser contados como histórias, como narrativas.

Mas como um fato vira relato, vira notícia? O esquema geral de notícias no jornalismo deve muito à existência dos chamados critérios de noticiabilidade, valores-notícia que determinam o tratamento jornalístico para os fatos que acontecem no dia a dia. Traquina (2013) mostra com clareza a definição dos critérios de noticiabilidade:

Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’. (TRAQUINA, 2013, p. 61).

Os jornalistas são os principais responsáveis por elencar os fatos de acordo com seus valores-notícia. É de se observar, porém, que dentro das redações isso já é uma situação intrínseca, ou seja, totalmente interna e automática no fazer jornalístico. Só olhando para um fato, o profissional já sabe se ele será notícia ou não. Muito dessa percepção vem através dos chamados “óculos particulares” dos jornalistas.

Os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras, e veem de uma certa maneira as coisas que veem. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado. (BOURDIEU *apud* TRAQUINA, 2013, p. 75).

Alguns autores estudam os critérios de noticiabilidade na construção do fazer jornalístico. Os pesquisadores Peter Golding e Philip Elliott iniciaram os estudos em 1978 sobre a implantação dos valores-notícia na cultura jornalística. Podemos citar também a análise acadêmica dos valores-notícia feita pelos escritores Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge (1965/1993), e pelo trio de acadêmicos Richard Ericson, Patricia Baranek e Janet Chan

(1987). No entanto, este trabalho está focado nos critérios de noticiabilidade, segundo Nelson Traquina (2013), com base no trabalho do italiano Mauro Wolf (1987).

De acordo com Traquina (2013), os valores-notícia possuem uma divisão no processo de produção jornalística, entre o processo de seleção dos acontecimentos e o processo de construção da notícia. Nas próximas páginas, iremos esmiuçar os conceitos dos valores-notícia de seleção e dos valores-notícia de construção.

#### 4.1 OS VALORES-NOTÍCIA DE SELEÇÃO

Se fazendo valer dos trabalhos de Wolf (1987), Traquina (2013) define os valores-notícia de seleção como aqueles que elaboram os critérios que os jornalistas utilizam na decisão de escolher se um acontecimento se tornará, ou não, notícia. Aqui, ocorre a escolha do que vai virar notícia e do que vai ser esquecido.

Particularmente, os valores-notícia de seleção possuem duas subdivisões: os critérios substantivos, que competem à avaliação da importância ou interesse de um fato como notícia, e os critérios contextuais, que dizem respeito ao contexto da produção da notícia.

##### 4.1.1 Critérios substantivos

###### 4.1.1.1 A morte

Onde há morte, há jornalistas. Infelizmente, assassinatos, chacinas, tragédias e funerais sempre viram notícia. De acordo com Traquina (2013), a morte é uma das razões que explicam o negativismo do mundo jornalístico, e que está sempre presente nas páginas dos jornais, nos programas radiofônicos e nos canais de televisão. E quanto mais mortes um acontecimento gerar, mais há chance de o fato virar notícia.

Podemos citar o ataque terrorista ao World Trade Center, em Nova Iorque, e o incêndio na Boate Kiss, em Santa Maria, como fatos que estamparam a capa dos principais jornais do mundo inteiro pelo grande número de mortes.

###### 4.1.1.2 A notoriedade

Por que tudo que o presidente da República faz é noticiado? A resposta é simples: porque o presidente da República é importante. O ator principal do acontecimento é um dos

critérios para que um fato vire notícia. A notoriedade de personagens e sua importância hierárquica dos indivíduos tem valor como notícia. Segundo Traquina (2013), o nome e a posição da pessoa são importantes como fator de noticiabilidade.

Nota-se o critério da notoriedade em coberturas políticas, como as ações tomadas pelo presidente da República, ou até com a cobertura da vida de celebridades, com os famosos *paparazzi*<sup>3</sup>.

#### 4.1.1.3 A proximidade

Os critérios geográficos são determinantes para a veiculação das notícias na imprensa. Algo que está mais próximo tem mais chances de ser noticiado do que algo que acontece há quilômetros de distância. Trazendo para a realidade do Rio Grande do Sul, um acidente de trânsito que bloqueia duas faixas da Avenida Ipiranga em Porto Alegre vai ser notícia nas rádios da capital gaúcha – mas possivelmente não vai ser citado no boletim de trânsito de uma rádio do interior do estado.

#### 4.1.1.4 A relevância

Um fato que impacta diretamente na vida das pessoas certamente virará notícia. Esse é o valor-notícia da relevância que, segundo Traquina (2013), tem a ver com a capacidade de o acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas e sobre a nação. O aumento nos preços da cesta básica ou a falta de segurança nas ruas de Porto Alegre são fatos que são noticiados porque influenciam diretamente na vida pessoal e econômica da população. Afinal, hábitos simples como fazer compras no supermercado ou andar na rua no período da noite podem ser modificados se o preço da carne subir ou se o policiamento diminuir.

#### 4.1.1.5 A novidade

A primeira vez dos fatos é sempre de grande importância para o mundo jornalístico. De acordo com Traquina (2013), uma questão central é precisamente o que há de novo para os jornalistas. No entanto, uma das maiores dificuldades para os profissionais é tentar arrancar

---

<sup>3</sup> De acordo com o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, a palavra *paparazzi* é o plural da palavra italiana *paparazzo*, que serve para definir repórteres que perseguem celebridades e figuras públicas para obterem imagens inéditas. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/paparazzi>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

algo novo de um fato que já foi noticiado. É preciso ter alguma novidade para que o assunto volte a ser falado na imprensa.

#### 4.1.1.6 O tempo

O fator tempo é um dos valores-notícia que é usado de diversas formas no fazer jornalístico. A própria existência de um acontecimento na atualidade tem poder para virar notícia. O resgate desse assunto, com os chamados *ganchos*, também são elencados no tempo.

Conforme Nelson Traquina (2013), o jornalismo utiliza muito a efeméride, ou seja, o próprio tempo, a data do acontecimento, é utilizado como notícia. Um exemplo disso são datas de aniversário: há um ano, há dois anos, há dez anos, isso aconteceu e hoje o fato é resgatado justamente por isso.

Datas comemorativas ou históricas são utilizadas como *ganchos* ou *cabides* para serem noticiadas. A proliferação dos dias – Dia do Índio, Dia do Meio Ambiente, etc. – são justificativas para que o assunto seja falado ou retomado no meio jornalístico. Outro viés em que o fator tempo é noticiado é quando um assunto é tão relevante, crítico ou polêmico, que ele é falado no meio jornalístico de uma forma estendida. Todo e qualquer assunto relacionado a esse fato, e suas consequências, vai continuar a ser falado ao longo de vários dias.

#### 4.1.1.7 A notabilidade

A qualidade de ser visível e tangível é um dos critérios para que um fato vire notícia. De acordo com Traquina (2013), o valor-notícia da notabilidade nos alerta para a forma como o campo jornalístico está mais preocupado com a cobertura dos acontecimentos do que com suas problemáticas. O ritmo frenético do trabalho jornalístico é um dos fatores para que as causas e consequências de uma greve de trabalhadores sejam noticiadas, mas não se fale – ou se fale pouco – nos motivos que levaram esses trabalhadores a paralisarem.

Como notabilidade, podemos citar o contrário do normal, o insólito, a falha e o excesso ou a escassez como fatores que possivelmente vão virar notícia.

#### 4.1.1.8 O inesperado

Aquilo que surpreende as expectativas e algo que não se espera que aconteça são também critérios que fazem um fato virar notícia. O inesperado é importante na cultura jornalística porque trata de mega-acontecimentos, quebrando a rotina jornalística e fazendo com que a caos se instale das redações. Um acidente com um ônibus onde 20 pessoas morrem, por exemplo, é um fato inesperado que certamente vai ser noticiado pela comunidade jornalística.

#### 4.1.1.9 O conflito

Fatos que gerem conflitos, com violência física ou verbal, é um valor-notícia fundamental para o jornalismo. De acordo com Traquina (2013), esse é um critério de noticiabilidade que exemplifica a quebra do normal. O fato de deputados baterem boca no plenário na discussão de um projeto de lei importante para a população vai ser levado ao público pelos jornalistas pelo desvio da norma, pela ruptura na ordem social.

#### 4.1.1.10 A infração

Diretamente ligado ao valor-notícia do conflito e da violência, está o critério de noticiabilidade da infração. A violação e a transgressão das regras são de grande importância para a comunidade jornalística. Notícias de crimes, por exemplo, são notícias porque representam a violação de uma lei. Aqui, há uma crítica do autor em relação ao tratamento rotineiro do crime na imprensa. Conforme Traquina (2013), a cobertura mais pormenorizada de certas circunstâncias dramáticas de um crime resulta do pano de fundo desse tratamento rotinizado do crime. Ou seja, crimes só vão ter uma maior noticiabilidade se tiverem um maior número de vítimas ou se as vítimas forem pessoas consideradas mais frágeis, como crianças e idosos.

#### 4.1.1.11 O escândalo

O valor-notícia do escândalo está diretamente ligado à função do jornalista de ser o vigilante das instituições políticas e democráticas. Escândalos envolvendo políticos ou pessoas importantes viram notícia justamente pela infração que é cometida. Traquina (2013)

cita o caso “*Watergate*” como um dos acontecimentos que é fulcral para o jornalismo: o envolvimento de um político, nesse caso o presidente dos Estados Unidos, em um escândalo de corrupção no governo que, após, culminou na renúncia do cargo.

Também podemos citar o escândalo de corrupção na Petrobras, revelado pela Operação Lava Jato da Polícia Federal. As investigações apontaram o envolvimento de diversos políticos em desvio de verbas e lavagem de dinheiro na empresa estatal brasileira - altamente noticiado pela imprensa do país.

#### **4.1.2 Critérios contextuais**

##### 4.1.2.1 A disponibilidade

A disponibilidade está relacionada com a facilidade com que é possível fazer a cobertura jornalística de um acontecimento. O fato, por vezes, exige um deslocamento do jornalista e, devido a condições financeiras ou logísticas, o acontecimento precisa ser reavaliado como valor-notícia para decidir se o profissional precisa ser deslocado ou não. Como não é possível estar em todos os lugares, essa avaliação é feita pelos gestores e isso impacta diretamente na veiculação de tais notícias.

##### 4.1.2.2 O equilíbrio

De acordo com Traquina (2013), a noticiabilidade de um acontecimento pode estar relacionada com a quantidade de notícias veiculadas sobre esse acontecimento. Se o fato foi informado há pouco tempo, o fator do equilíbrio acaba bloqueando a veiculação do fato novamente. Ou seja, “não tem valor-notícia porque já demos isso há pouco tempo” (TRAQUINA, 2013, p. 86).

##### 4.1.2.3 A visualidade

Há imagens ou não? A visualidade impacta diretamente na veiculação de acontecimentos, principalmente na imprensa televisiva ou em sites de notícias que dependem de fotos e vídeos para elaborar a notícia. A ausência de elementos visuais pode fazer com que os jornalistas deixem de veicular uma notícia, porque sem eles a informação ficará

incompleta. O mesmo ocorre para a qualidade de tais imagens: uma foto ou vídeo em boa ou má resolução é um fator fundamental para a noticiabilidade dos acontecimentos.

#### 4.1.2.4 A concorrência

Possuir um “furo” ou uma matéria exclusiva dá um maior valor-notícia para um fato. A concorrência é o principal combustível das empresas de comunicação na busca pelas notícias. Segundo Traquina (2013), ter uma informação que o principal concorrente não tem é uma lógica que intensifica a concorrência jornalística entre as empresas.

#### 4.1.2.5 O dia noticioso

No jornalismo, há dias com mais notícias e dias com menos notícias. Períodos do ano como os meses de janeiro e fevereiro, quando a maioria das pessoas está em férias, são culturalmente menos noticiosos para a comunidade jornalística. No entanto, certas épocas do ano apresentam vários acontecimentos com alto valor-notícia. Um exemplo que podemos citar é o dia 15 de abril de 2015, quando tivemos paralisação de rodoviários em Porto Alegre e dos funcionários do Trensurb. Em meio ao caos de uma greve, a Polícia Federal estoura mais uma fase da Operação Lava Jato, onde João Vaccari Neto, na época tesoureiro do Partido dos Trabalhadores (PT), é preso por suspeita de participar do esquema de corrupção na Petrobras. Esse é apenas um recorte de um “dia daqueles” para o jornalismo.

## 4.2 OS VALORES-NOTÍCIA DE CONSTRUÇÃO

Diferentemente da seleção dos acontecimentos, os valores-notícia de construção se preocupam com a qualidade da construção dos fatos como notícia, sugerindo o que deve ser realçado, prioritário ou omitido na elaboração do material jornalístico. Os valores-notícia de construção são, por definição do autor, as chamadas linhas-guia para a apresentação das notícias, como explicaremos a seguir.

### 4.2.1 A simplificação

Uma notícia simples, facilmente compreensível, é preferível a uma notícia rebuscada, cheia de ambiguidades. Segundo Traquina (2013), os jornalistas têm a obrigação de escrever

de forma simples, com fácil compreensão do público. Uma notícia menos ambígua, portanto, terá prioridade na escolha da construção do leque de notícias de determinado veículo.

#### **4.2.2 A amplificação**

Expressões que são utilizadas para amplificar, engrandecer um acontecimento, possuem um grande valor-notícia. Esse é o critério de noticiabilidade da amplificação, ou seja, quanto mais amplificado o acontecimento, mais chances de a informação ser notada. O valor-notícia da amplificação é comumente utilizado em títulos, para chamar a atenção do público. Traquina (2013) nos cita dois exemplos: “Brasil chora a morte de Senna” e “América chora morte de Nixon”.

#### **4.2.3 A relevância**

Cabe ao jornalista o papel de mostrar para o público que determinado assunto é importante, tem significado e valor jornalístico. De acordo com Traquina (2013), o valor-notícia da relevância obedece a seguinte ordem: quanto mais “sentido” a notícia dá ao acontecimento, mais hipóteses a notícia tem de ser notada.

#### **4.2.4 A personalização**

No valor-notícia da personalização, temos como destaque a valorização das pessoas envolvidas com o fato. Ou seja: quanto mais personalizado é o acontecimento, mais possibilidades da notícia ser notada e lida pelo público, tanto em casos negativos quanto positivos. Aqui, Nelson Traquina (2013) cita um ponto interessante no processo jornalístico: as pessoas se interessam pela vida de outras pessoas. Por isso, a personalização, contar a história de vida de outras pessoas acaba se transformando em estratégia para atrair leitores.

#### **4.2.5 A dramatização**

O reforço do lado emocional e o relato do conflito dos fatos é uma das marcas do valor-notícia da dramatização. Relatos dramáticos, puxando pelo conflito emocional das pessoas envolvidas, tendem a ser mais lidos pela população. Nesse ponto, podemos citar o jornalismo popular e o uso do sensacionalismo para a veiculação das notícias. Muitos veículos

de comunicação, principalmente programas de televisão policialescos, tendem a apelar para o lado emocional para atraírem mais espectadores.

#### **4.2.6 A consonância**

Outro valor-notícia de construção é a consonância. A notícia, quando interpretada em um contexto conhecido, passa a corresponder mais às expectativas do receptor. O desafio do jornalista, aqui, é inserir um fato novo em uma informação já conhecida pelo público, acrescentando uma novidade em uma estória velha. Segundo a definição de Traquina (2013), uma notícia inserida em um acontecimento com uma narrativa já estabelecida tem mais chances de ser notada pela população.

## 5 O ESPORTE & CIA NAS MADRUGADAS DA GAÚCHA

O objeto de estudo deste trabalho é o programa *Esporte & Cia*, sobre o qual se propõe a análise dos critérios de noticiabilidade que são empregados na construção do programa esportivo da Rádio Gaúcha, desde a seleção das entrevistas até o papel da participação dos ouvintes durante o programa.

Este capítulo se propõe, portanto, a explicar a trajetória do *Esporte & Cia* na Rádio Gaúcha, seu formato e o conteúdo apresentado durante o programa e também elencar quais são os critérios de noticiabilidade usados no *Esporte & Cia*, através da análise e do cruzamento de informações com base nos programas veiculados entre os dias 7 e 11 de abril de 2015 na Rádio Gaúcha.

### 5.1 O PROGRAMA

O programa *Esporte & Cia* surgiu com a proposta de levar futebol e esporte para a programação da madrugada da Rádio Gaúcha. A iniciativa foi inédita na rádio, já que seus programas após a meia-noite nunca trataram de futebol. Por mais de 20 anos, o jornalista e radialista Jayme Copstein comandou o horário com o programa *Gaúcha na Madrugada* que, mais tarde, foi renomeado para *Brasil na Madrugada* (PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL, [1997]). O próprio apresentador não admitia que se falasse de futebol dentro do seu programa. Quando os ouvintes cogitavam falar do assunto no ar, Copstein lançava o famoso “pato” – um elemento sonoro para tirar as pessoas do ar quando elas se tornavam inconvenientes, como conta o apresentador em entrevista ao Projeto Vozes do Rádio da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

Pato é um elemento, digamos que o elemento de rádio tem que ser sonoro, bem humorado, para tirar as pessoas do ar quando elas se tornam inconvenientes. Ou porque dizem palavrão, ou porque fazem ofensa de natureza pessoal, ou então porque falam em futebol, e futebol é uma coisa que se esgota a meia-noite. A emissora às 8h (20h) da noite entra a falar em futebol e não termina antes da meia-noite. Então eu sempre achei isso excessivo. (PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL, [1997]).

No dia 16 de setembro de 2014, o *Esporte & Cia* fez sua estreia na Rádio Gaúcha, com apresentação do jornalista Rafael Colling, que há 8 anos era responsável pela edição e apresentação das edições das 18h50 e 20h do Correspondente Ipiranga. O programa vai ao ar

de terça-feira a sábado, da meia-noite até às 3h da manhã. Colling afirma que a proposta inicial do novo programa é ampliar a interatividade na programação esportiva da rádio.

*A direção da rádio me pediu para elaborar um programa que contemplasse essa ideia. Aí eu pensei em um programa com entrevistas na primeira hora, e depois as outras duas horas com muito mais interatividade, que é a proposta principal do Esporte & Cia. Durante o dia, apesar de ter interatividade na rádio, tinha gente que estava ficando sem ser ouvida, e na madrugada é o momento das pessoas participarem muito mais. (APÊNDICE A).*

A interatividade, portanto, é o principal objetivo do *Esporte & Cia* nas madrugadas da Rádio Gaúcha. A participação dos ouvintes também foi pensada na elaboração do nome do novo programa: *Esporte*, pela proposta de levar os assuntos esportivos para o horário, e *Cia*, para atender a companhia dos ouvintes. Ouvintes que, neste horário da madrugada, possuem um perfil peculiar: em sua maioria, são homens, com idade acima de 30 anos, que estão trabalhando durante o horário do programa (porteiros, seguranças, taxistas, etc) ou que estão com insônia e têm o hábito de ligar o rádio para conseguir dormir novamente.

Outro ponto elaborado no programa é o dinamismo. Por ser um programa de longa duração – no total, três horas –, foram criados diversos quadros e espaços para entrevistas, com a ampliação da participação dos ouvintes e remetendo à análise do futebol brasileiro e, principalmente, da dupla Grenal, público-alvo do *Esporte & Cia*. É o que detalharemos a seguir nos próximos tópicos deste capítulo.

### **5.1.1 Entrevistas**

As principais entrevistas do *Esporte & Cia* são feitas na primeira hora do programa, da meia-noite à 1h da manhã. Na maioria das vezes, um convidado vai até o estúdio da Rádio Gaúcha para participar do programa. O critério de escolha é baseado na dupla Grenal: um dia, o entrevistado é relacionado ao Grêmio; no outro, ao Internacional. Aqui, entram atuais jogadores dos times, ex-jogadores, dirigentes e técnicos.

No entanto, como o foco das entrevistas é a análise do futebol gaúcho e brasileiro, algumas vezes os entrevistados são ex-jogadores do centro do país, ou técnicos fora do mercado. Neste período de Campeonato Gaúcho, o programa tem feito entrevistas com técnicos dos times do interior do Rio Grande do Sul que participam do Gauchão deste ano.

O apresentador Rafael Colling afirmou que o critério de seleção das entrevistas é baseado no factual de Grêmio e Inter, mas também prioriza mostrar as histórias de vida de jogadores e ex-jogadores de futebol.

*Nas entrevistas, eu procuro buscar esse pessoal que tem muita história pra contar, como a entrevista com o Perdigão, lendário ex-jogador do Inter. Essa é a hora da história, onde tem mais tempo para falar de futebol, não só do momento, mas também voltar no tempo e recuperar a história de ex-jogadores. (APÊNDICE A).*

Outro foco das entrevistas são jornalistas que fazem cobertura esportiva no Rio Grande do Sul e no Brasil. O *Esporte & Cia* já entrevistou profissionais como o repórter da TV Globo Mauro Naves, o comentarista da SporTV Maurício Noriega, entre outros.

### **5.1.2 Os quadros e a companhia dos ouvintes**

O *Esporte & Cia* possui seis quadros fixos em seu roteiro de programação. Eles estão distribuídos no horário do programa de forma aleatória, salvo alguns que possuem horário fixo de entrada. Na distribuição por assuntos, um dos quadros é de comentário esportivo; outros dois recuperam informações repassadas durante o dia; mais dois privilegiam a participação dos ouvintes e um deles faz uma retrospectiva histórica sobre determinado assunto.

O comentário esportivo vem no quadro “Bola na rede”, que marca a entrada do jornalista Cleber Grabauska para comentar sobre os assuntos ligados à dupla Grenal. Esse quadro possui horário fixo, e sempre entra no programa a 1h05, logo após o Notícia na Hora Certa.

Em seguida, vem o quadro “Pitacos do Sala”, em que os principais momentos do programa *Sala de Redação* são editados e colocados no ar. De acordo com Colling, esse quadro foi pensado porque, devido à correria do dia a dia, muitas pessoas não conseguem ouvir o *Sala de Redação*. E, na madrugada, as pessoas têm mais tempo para relaxar e ouvir os melhores momentos, tal e qual eles foram para o ar.

Outro quadro que recupera informações repassadas durante o dia é o “Abre Aspas”, em que o trecho de uma entrevista de um jogador, técnico ou dirigente da dupla Grenal é reprisado e comentado pelo apresentador e pelos ouvintes.

Já o quadro “Aniversariantes do dia” dá destaque para jogadores e personalidades do mundo esportivo que estão de aniversário no dia da veiculação do programa. Este quadro é feito pelo produtor do *Esporte & Cia*, que faz a pesquisa e escolhe os recursos sonoros que serão implantados. Geralmente, se um jogador faz aniversário no dia, a narração de um gol histórico feito pelo atleta será reprisada também.

Dois quadros do *Esporte & Cia* priorizam a participação e a interatividade dos ouvintes. O primeiro é o “Meu gol na Gaúcha”. Os ouvintes sugerem gols históricos de Grêmio e Internacional, que são colocados no ar novamente através de um trabalho de pesquisa do produtor do programa. Em um dia, o apresentador abre para as sugestões e, no dia seguinte, um gol narrado por comunicadores da Rádio Gaúcha é reprisado. Aqui, o critério é o mesmo das entrevistas: um dia é um gol do Grêmio, no outro, do Inter.

O outro quadro que prioriza a interatividade é chamado de “Arquibancada Gaúcha”, no qual os ouvintes entram no ar por telefone para participar do programa. Particularmente, este não é um quadro regular no roteiro do *Esporte & Cia* – a escolha aqui fica a critério do apresentador. No entanto, nos dias de jogos da dupla Grenal, o quadro praticamente domina o programa. Colling explica o porquê:

*Esse não é um quadro fixo, tem dias que eu não abro o telefone, tem dias que eu abro durante duas horas pra eles conversarem, principalmente depois das jornadas esportivas, onde a participação do ouvinte no programa já vira uma sequência da jornada. Nesses dias de jogos, raramente entra algum quadro no programa, e também não há entrevistas, porque a prioridade do dia é colocar o ouvinte no ar para comentar sobre o jogo e conversar comigo. E eles vêm com tudo: opinam, participam, e eu deixo eles falarem. (APÊNDICE A).*

A maioria dos ouvintes que participam do “Arquibancada Gaúcha” são do interior do estado. Um dos motivos é que muitos vêm para Porto Alegre ver os jogos da dupla Grenal e, no retorno para suas cidades, ficam ouvindo a continuação da jornada esportiva da Rádio Gaúcha – e aqui entra o *Esporte & Cia*. O espaço dá uma maior abertura para a interatividade, sendo esse o único programa da Rádio Gaúcha que permite a participação via telefone dos ouvintes – nos outros programas, a participação é feita somente via WhatsApp e SMS.

O *Esporte & Cia* também dá espaço para a música, com a escolha da trilha sonora do dia pelo apresentador do programa. Pode ser uma banda específica, ou um tipo de música, que é escolhida previamente pela equipe. Durante o programa, os ouvintes também vão participando da escolha da trilha sonora pelos canais de interatividade.

## 5.2 A NOTÍCIA NO ESPORTE & CIA

### 5.2.1 A notoriedade e a personalização nas entrevistas

Nos cinco dias de programas analisados neste estudo, foram feitas nove entrevistas, a maioria delas voltada para o desenrolar do Campeonato Gaúcho deste ano. Nos dias 7 e 8 de

abril, o apresentador Rafael Colling entrevistou seis técnicos de futebol dos times do interior do Estado que estavam classificados para as quartas de final do campeonato.

Nesses dois dias, foram entrevistados os técnicos do Novo Hamburgo, Juventude, Lajeadense, Brasil de Pelotas, Ypiranga de Erechim e Cruzeiro de Porto Alegre. Todas as entrevistas foram gravadas e os conteúdos foram voltados para uma análise do desenvolvimento dos times no campeonato e a projeção para os próximos jogos.

O programa também conversou, neste período, com o vice-diretor de futebol do Brasil de Pelotas, Cláudio Montanelli, sobre as discussões do local do jogo entre o time do Sul do Estado e o Internacional, também no Campeonato Gaúcho. Outra entrevista voltada para a competição foi a de Bruno Grassi, goleiro do Cruzeiro de Porto Alegre e contratado pelo Grêmio.

Ao contrário das outras, que priorizaram o factual, a entrevista com Loivo, o ex-ponteiro esquerdo do Grêmio e do Novo Hamburgo na década de 1970, foi a que mais deu prioridade para as histórias. Durante a entrevista, veiculada no dia 10 de abril, falou-se sobre o estilo de jogo da época, a trajetória do jogador desde o início da carreira e as técnicas de jogo utilizadas por ele.

Nota-se, portanto, que a notoriedade e a personalização são critérios utilizados constantemente para a escolha das entrevistas que serão veiculadas no programa. Notoriedade porque o nome e a posição que os entrevistados ocupam são importantes como valor-notícia, o que é diretamente ligado à personalização, quando as pessoas envolvidas são valorizadas com as histórias de vida e seu histórico no futebol gaúcho e brasileiro.

### **5.2.2 A proximidade, a relevância, a notabilidade e o equilíbrio para Grêmio e Inter**

A maior parte das informações veiculadas no programa *Esporte & Cia* é voltada para Grêmio e Internacional. Por isso, os assuntos relacionados à dupla Grenal reúnem quatro critérios de noticiabilidade: proximidade, relevância, notabilidade e equilíbrio.

A proximidade e a relevância são vistas em variados pontos dentro do programa. Apesar das cidades do interior do Estado ter times desenvolvidos, sabe-se que a grande maioria dos gaúchos torce pelos dois grandes times do Rio Grande do Sul: ou é Grêmio ou é Inter. Portanto, a prioridade do *Esporte & Cia* é os dois clubes que mais possuem torcedores e que eles, como ouvintes, querem escutar as notícias do seu time e também do rival. Pela proximidade, portanto, dá-se a relevância necessária para a construção dos assuntos relacionados à dupla Grenal.

Com a notabilidade, tem-se o desenvolvimento, no programa, da falha, do excesso e da escassez, e do insólito. No primeiro programa analisado, do dia 7 de abril, discutiu-se muito a atitude do jogador Fabrício, ex-lateral do Internacional que, durante um jogo, teve uma atitude drástica ao jogar a camisa do clube no chão e ofender a torcida com palavrões e gestos obscenos. Pelo feito, Fabrício foi afastado pela direção do time, o que gerou muitos comentários do apresentador, dos produtores e também dos ouvintes, por ser um fato insólito.

Um dos grandes desafios do programa, de acordo com o apresentador Rafael Colling, é agradar a todos os ouvintes, tanto de Grêmio como de Inter. Em virtude disso, os assuntos relacionados à dupla Grenal têm que ser equilibrados, para não dar mais valor para um do que para outro clube. E o detalhe é que os ouvintes cobram e reclamam na chamada “grenalização”, utilizando o jargão do jornalismo esportivo para falar sobre a imparcialidade nas coberturas esportivas.

O equilíbrio entra aqui, então, para amenizar e agradar aos colorados e aos gremistas. Um exemplo é o quadro “Meu Gol na Gaúcha”, onde há a reprise de gols históricos de Inter e Grêmio. No período analisado, foram veiculados três gols no Internacional, dois gols do Grêmio e um do Novo Hamburgo. Neste caso, houve a veiculação de um gol colorado a mais devido ao gol do time do Vale dos Sinos, que tirou o espaço para mais um gol gremista. Sem essa exceção, nota-se que o programa reprisa os gols de forma intercalada entre Grêmio e Inter durante a semana.

### **5.2.3 O tempo e os aniversários**

No quadro “Aniversariantes do dia”, tem-se o fator tempo como destaque no programa. Aqui, se dá destaque para jogadores e personalidades do mundo esportivo que estão de aniversário no dia da veiculação do programa.

O produtor do *Esporte & Cia* faz a pesquisa e, geralmente, se um jogador faz aniversário, a narração de um gol histórico feito pelo atleta será reprisada também. No período analisado por este trabalho, foram divulgados os aniversários de 19 personalidades do esporte brasileiro e mundial, entre jogadores, técnicos e ex-técnicos de futebol.

O quadro que gerou maior repercussão na semana foi o veiculado no dia 7 de abril, quando o destaque foi o aniversário de Cláudio Millar, ex-jogador e ídolo do Brasil de Pelotas, que morreu em um acidente de ônibus em 2009. O gol de Millar de número 100 com a camisa do clube foi reprisado dentro do quadro. Isto gerou uma série de comentários de ouvintes, que, ao relembra-rem, se comoveram com o fato.

Este exemplo mostra como o tempo ainda é um recurso utilizado no jornalismo esportivo, e que dá certo como valor-notícia. Algo que já aconteceu se torna novo pelo próprio tempo que, segundo Traquina (2013), é utilizado como gancho para justificar falar de novo sobre o assunto. Além disso, as pessoas gostam de saber o que se passou no dia, pois isso atinge o fator emocional e também cultural dos ouvintes. Os recursos sonoros utilizados com a reprise dos gols e de momentos marcantes também são um fator a mais para o desenvolvimento do critério de noticiabilidade do tempo no programa *Esporte & Cia*.

#### **5.2.4 O conflito no Sala de Redação**

O conflito é bastante explorado no quadro “Pitacos do Sala”, que reprisa os principais momentos do programa *Sala de Redação* dentro do *Esporte & Cia*. Como afirma o apresentador Rafael Colling, os melhores momentos do *Sala* são reprisados novamente tal e qual foram para o ar no dia – e isso inclui as brigas e discussões entre os apresentadores do programa.

Nos cinco programas que foram tomados por objeto deste estudo, 17 trechos do *Sala de Redação* foram colocados no ar pelo *Esporte & Cia*. Sete deles foram de pontos onde houve brigas entre os apresentadores, principalmente entre o Cacalo e o Wianey Carlet. No dia 11 de abril, por exemplo, as discussões verbais entre os dois participantes do *Sala* foi tão grande que o apresentador Pedro Ernesto Denardin teve que chamar o intervalo para conter ambos.

Sabe-se que, por ser um programa de debates, uma das características do *Sala de Redação* é justamente quando os apresentadores entram em conflito. E isso é explorado constantemente dentro do *Esporte & Cia*, que faz a reprise dos trechos. Traquina (2013) mostra que a violência física ou verbal é considerada valor-notícia porque representa a importância da quebra do normal no jornalismo. O desvio da norma nos leva a uma ruptura que, em termos de noticiabilidade, é fundamental que seja noticiada.

#### **5.2.5 A consonância na recuperação de informações**

A consonância pode ser vista dentro do *Esporte & Cia* quando há a recuperação de informações, como é o caso do quadro “Abre aspas”. A notícia veiculada tem mais chances de ser notada pelos ouvintes se ela é inserida dentro de uma narrativa já estabelecida dentro do programa. Por isso, o quadro geralmente vai ao ar na última parte do programa, entre 2h e 3h

da manhã, quando os assuntos já foram amplamente discutidos e analisados pelo apresentador, pelo produtor e pelos ouvintes.

Dezesseis trechos de entrevistas coletivas de jogadores e técnicos da dupla Grenal foram transmitidos novamente dentro do programa, no período analisado para este trabalho. No dia 7 de abril, foi reprisada dentro do quadro uma parte da fala do presidente do Internacional, Vitorio Píffero, sobre o desligamento do lateral Fabrício, após a confusão instalada dentro de campo no final de semana. No programa do dia seguinte, dois trechos da entrevista de Jorge Henrique, também jogador do Inter, que tratavam sobre o caso do Fabrício, também foram colocadas no ar novamente no *Esporte & Cia*. O tema voltou à tona no quadro “Abre aspas” no dia 10 de abril, quando o próprio Fabrício, em sua apresentação no Cruzeiro de Belo Horizonte, pediu desculpas ao torcedor do Inter pelo ocorrido.

Nos três casos, o assunto Fabrício foi comentado por jogadores e dirigentes, e reprisado no programa em forma de trechos. Nota-se, portanto, uma continuidade e a agregação do tema dentro de um contexto já conhecido pelos ouvintes. Como relata Traquina (2013), é um “novo” acontecimento inserido dentro de uma “velha” história.

### **5.2.6 Esporte e jornalismo geral no dia noticioso**

Dentro do *Esporte & Cia*, há o espaço para inserções do jornalismo geral, principalmente se for um dia considerado noticioso. O responsável pelo plantão da madrugada na Rádio Gaúcha tem espaço aberto no programa para entrar com informações, principalmente da ronda policial. Notícias de polícia são as que predominam neste horário em uma rádio.

Durante os cinco programas, houve três inserções do plantão no programa. No dia 7 de abril, por exemplo, eu, que estava no plantão da madrugada, fiz uma interrupção para entrar com informações ao vivo sobre um assalto com reféns em Montenegro. Além disso, um boletim gravado do repórter Eduardo Matos também foi veiculado no mesmo dia, com informações sobre o sumiço do ex-jogador do Grêmio e agora deputado estadual Jardel.

Nesse último caso, o esporte e o jornalismo geral se misturam em um dia que foi marcado pela confusão dentro do gabinete de Jardel, onde a maioria das pessoas foi demitida e o deputado pediu licença de suas funções para realizar um tratamento médico.

### **5.2.7 E os ouvintes?**

Em um programa em que as prioridades são o dinamismo e a valorização dos ouvintes na análise esportiva, não há como elencar somente um valor-notícia para a construção e elaboração do programa no contexto da participação dos ouvintes.

Neste caso, pode-se arriscar que, de fato, a maior parte dos critérios de noticiabilidade proposto por Traquina (2013), entre seleção e construção, está presente na participação dos ouvintes. Isto porque não há um assunto que não seja levado em consideração pelas pessoas que ouvem e contribuem para a elaboração do *Esporte & Cia*.

Pelo menos 2/3 do programa são tomados pela participação dos ouvintes, nas três horas de duração. Ao todo, 25 inserções do produtor para destacar a participação dos ouvintes foram registradas no período analisado para este trabalho. Não há a possibilidade de contar, numeralmente, quantas pessoas mandaram mensagens e participaram dos programas devido ao grande número registrado, pois cada quadro que é veiculado, cada entrevista que é feita e cada inserção que é reprisada, há um ouvinte comentando através de mensagens instantâneas pelo celular, pelo e-mail do próprio apresentador e pelas redes sociais da Rádio Gaúcha.

Além disso, há o quadro “Arquibancada Gaúcha”, no qual os ouvintes podem entrar no ar para comentar sobre os jogos e o seu time do coração. Logo após a jornada esportiva do dia 9 de abril, seis ouvintes participaram do *Esporte & Cia* por telefone. E eles falaram sobre os escândalos no jogo, sobre as infrações, sobre o inesperado, sobre o conflito e o equilíbrio. Além disso, há a simplificação e a amplificação dos assuntos pelo apresentador e pelo produtor, que utilizam os valores-notícia da proximidade e da relevância para destacar ou não os temas levantados pelos ouvintes.

Ao analisar o papel das pessoas na seleção e na construção das notícias, pode-se notar que, atualmente, as pessoas não são mais somente ouvintes de uma rádio, mas também são produtores de conteúdo e contribuem para a elaboração e para o destaque das notícias que são veiculadas no programa. Esta ideia será mais bem desenvolvida na conclusão deste estudo.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os dados levantados na análise presente neste estudo, fica claro que a veiculação das notícias no programa *Esporte & Cia*, da Rádio Gaúcha, obedece aos critérios de noticiabilidade da proximidade e do equilíbrio. Cerca de 80% das informações divulgadas no programa são voltadas para os times Grêmio e Internacional. E o motivo fica claro: os dois são os maiores clubes de futebol do Rio Grande do Sul e acumulam o maior número de torcedores no Estado.

Por isso, a proximidade com os dois clubes é levada em conta na produção do conteúdo que será apresentado aos ouvintes do *Esporte & Cia*. Particularmente, os programas que foram o objeto de estudo deste trabalho tiveram foco, também, em outros clubes que estavam competindo o Campeonato Gaúcho de 2015. No entanto, nota-se que os próprios ouvintes, através de uma participação ativa, fazem com que a todo momento se fale na dupla Grenal.

Junto com isso, entra o equilíbrio, que vem para ministrar a quantidade de vezes que se fala em Grêmio e Inter no *Esporte & Cia*. De longe, sabe-se que a torcida tricolor e a colorada são duas das mais fanáticas do país – e isso acaba acirrando ainda mais a rivalidade entre os clubes. Os próprios torcedores alimentam e cobram dos veículos de comunicação um equilíbrio na divulgação das notícias dos clubes, sob pena de serem chamados de “imprensa vermelha” ou “imprensa azul”, utilizando o jargão muito conhecido entre os jornalistas esportivos.

Portanto, respeitar esse equilíbrio entre os clubes é crucial para que os ouvintes sigam acompanhando o programa. No *Esporte & Cia*, se é noticiado “x” sobre Inter, vai ser noticiado “x” sobre Grêmio – e não “2x”. E este equilíbrio pode ser visto no programa até na leitura das mensagens instantâneas de texto que os ouvintes mandam durante a participação no programa: o produtor sempre lê uma referente ao Inter e outra ao Grêmio, na tentativa de intercalar as informações sobre os dois clubes dentro do programa.

Em um programa radiofônico, é quase impossível contar quantas vezes a proximidade e o equilíbrio apareceram na divulgação das notícias. Nosso esquema de medição teria que ser em minutos ou segundos, o que seria inviável para este trabalho. Essa percepção, contudo, passa por um ouvido treinado e uma análise de conteúdo aprofundada através dos estudos de Nelson Traquina (2013).

Além de chegarmos à elucidação do objetivo deste estudo, que era a verificação dos critérios de noticiabilidade utilizados no programa *Esporte & Cia*, este trabalho também mostrou uma mudança no papel dos ouvintes na construção de um programa de rádio. Sabe-se que o rádio, como veículo de comunicação, nunca foi unilateral. Desde sua origem, o meio leva a informação de um lugar para outro, existindo, portanto, uma comunicação entre dois pontos.

Com o passar do tempo, as práticas de comunicação com os ouvintes acabaram evoluindo e se estreitando cada vez mais. No início da Era de Ouro do rádio, nas décadas de 1930 e 1940, os programas de auditório com a participação das pessoas em teatros modificados em estúdios afinaram a relação rádio e ouvintes. Nos últimos anos, entretanto, a disseminação da internet, com as redes sociais e uma comunicação rápida e efetiva, os ouvintes passaram a ter outro papel no rádio. Hoje, além de ouvir, as pessoas também contribuem para a produção e a construção da notícia.

No *Esporte & Cia*, que é o objeto deste estudo, a participação dos ouvintes é explorada amplamente porque é justamente isso que faz com que o programa seja dinâmico em plena madrugada. E, para segurar o ouvinte, sua participação é ampliada para a construção do programa. Isto acontece nas mensagens de texto que são enviadas ao programa, com ouvintes formadores de opinião e que querem debater sobre o seu time do coração dentro do *Esporte & Cia*; também podemos notar na escolha dos gols históricos que serão veiculados durante o programa, e que é deixada totalmente na mão dos ouvintes; e até na escolha das entrevistas que são feitas pelo apresentador, entre outros pontos.

Como abordado no capítulo anterior, não há como elencar um critério de noticiabilidade para analisar a participação dos ouvintes no programa, no entanto o que se nota é que há uma valorização dos ouvintes dentro da programação da rádio, em que eles, hoje, são também participantes e contribuintes da informação. Para isso, eles mandam mensagens, fotos, vídeos, mensagens de voz, tudo isso para contribuir com as notícias que são veiculadas na rádio.

É claro que tudo tem que ter um limite e neste caso não é diferente. Jornalistas são pessoas especializadas e preparadas para produzir e veicular uma notícia. Sabemos, só pelo cheiro, o que é ou não é notícia. Muitos ouvintes, entretanto, não tem essa percepção – e às vezes acabam até atrapalhando na construção da informação. O fato é que há de se considerar que os ouvintes, hoje, possuem um papel diferenciado no meio radiofônico. No entanto, melhores conclusões sobre esse assunto poderiam ser discutidas e analisadas em outro trabalho.

Espera-se que este trabalho possa ter contribuído para os estudos dos valores-notícia não somente para o jornalismo esportivo, como também para todas as áreas do jornalismo. Fazer um aprofundamento e uma análise dos critérios de noticiabilidade é importante para os estudos acadêmicos, mas ainda mais para o exercício do jornalismo no dia a dia.

## 7 REFERÊNCIAS

- BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático**: uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos. 2008. 151 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação na Contemporaneidade) – Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/02/04-O-futebol-midiatico.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2015.
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- DALPIAZ, Jamile Gamba. **O Futebol no Rádio de Porto Alegre**: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade). 2002. 192 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2002.
- ERICSON, Richard V.; BARANEK, Patricia M.; CHAN, Janet B. L. *Visualizing Deviance: A Study of News Organizations*. Toronto: University of Toronto Press, 1987.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40)**: dos pioneiros às emissoras comerciais. Canoas: Ulbra, 2002.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. 2. ed. Porto Alegre: Editora Sagra Luzatto, 2001.
- GALTUNG, Johan; RUGE, Marie Holmboe. **The Structure of Foreign News**. *Journal Of International Peace Research*, Vol. 1, 1965/1993.
- GOLDING, Peter; ELLIOT, Philip. **Making the News**. Londres: Longman, 1978.
- NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias**. Cruz das Almas: Editora UFRB, 2012.
- PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL. Faculdade de Comunicação Social. **Projeto Vozes do Rádio**: Jayme Copstein. [1997]. Disponível em: <<http://eusoufamecos.uni5.net/vozesdoradio/entrevista-completa-39/>>. Acesso em: 30 mar. 2015.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 3. ed., rev. Florianópolis: Insular, 2013. v. 2.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editora Presença, 1987.

## **APÊNDICE A – ENTREVISTA COM RAFAEL COLLING, APRESENTADOR DO ESPORTE & CIA.**

**Entrevista concedida pessoalmente à autora em 7 de abril de 2015.**

### **Como surgiu o Esporte & Cia nas madrugadas da Rádio Gaúcha?**

A proposta da Rádio Gaúcha foi fazer as madrugadas, pelo menos da meia noite até às 3h, virarem madrugadas esportivas – coisa que nunca teve na Gaúcha. Foram quase 20 anos de Jayme Copstein, que interrompia os ouvintes quando eles começavam a falar de futebol. E, depois disso, veio o Brasil na Madrugada, em que pouco se falava de futebol, porque a proposta do programa era prestação de serviço, fazendo entrevistas com médicos, advogados, onde os ouvintes tiravam dúvidas.

Foi assim até o final de 2014, quando a proposta foi fazer esporte nas madrugadas da Gaúcha. A direção da rádio me pediu para elaborar um programa que contemplasse essa ideia. Aí eu pensei em um programa com entrevistas na primeira hora, e depois as outras duas horas com muito mais interatividade, que é a proposta principal do Esporte & Cia. Durante o dia, apesar de ter interatividade na rádio, tinha gente que estava ficando sem ser ouvida, e na madrugada é o momento das pessoas participarem muito mais.

Até o nome do Esporte & Cia, quando ele foi criado, a gente pensou na interatividade. Como a madrugada requer que a gente seja um companheiro da pessoa, o nome foi pensando nessa forma: Esporte, que foi a proposta da Rádio Gaúcha, e Cia, pra atender a companhia dos ouvintes e que remete a interatividade.

E foi isso que me pediram: um programa com muita interatividade e, apesar de ser longo, deixar um programa dinâmico, porque o meu principal desafio é com o sono das pessoas, é não deixar as pessoas dormirem. Então eu tomei algumas iniciativas pra segurar o ouvinte nessas três horas - ou o máximo possível -, sendo bem realista que a cada minuto eu estou perdendo ouvintes para o sono natural das pessoas, que tem que ser respeitado.

### **Qual é o teu critério de escolha das entrevistas da primeira hora do programa?**

A gente recebe muita pressão de torcedores, na tal da “grenalização”. Tem cara que fica cuidando a semana inteira pra ver quantos tem de Inter e quantos tem de Grêmio. No convidado, o critério é esse: é um dia Inter, outro Grêmio. Mas também pra não ficar só na dupla Grenal, tem dias que trago ao programa técnicos de times do Interior do Estado, com Juventude, Caxias, Novo Hamburgo, aí a gente distribui melhor os dias do programa, não ficando só na dupla Grenal.

Muitas vezes também colocamos convidados de fora, como ex-jogadores do centro do país, simplesmente por ser um bate-papo interessante sobre futebol, por exemplo, o Zico, que a gente está tentando. Já fizemos também várias entrevistas com técnicos fora do mercado e do centro do país, como o Celso Roth e o Tite.

Nas entrevistas, eu procuro buscar esse pessoal que tem muita história pra contar, como a entrevista com o Perdigão, lendário ex-jogador do Inter. Essa é a hora da história, onde tem mais tempo para falar de futebol, não só do momento, mas também voltar no tempo e recuperar a história de ex-jogadores.

Jornalistas também são convidados para participar do programa, já falei com o Mauro Naves, com o Maurício Noriega, com o Carlos Cereto, e mais alguns. O critério para a seleção das entrevistas é o bom papo e, principalmente, o factual de dupla Grenal.

### **Quais são os quadros que entram no programa?**

Depois do Notícia na Hora Certa da 1h, tem sempre o comentário do Cleber Grabauska, com o quadro “Bola na Rede”. O Cleber tem esse horário fixo, à 1h05, e comenta os assuntos ligados à dupla Grenal. Após isso, tem sempre outras entrevistas pra prender a atenção do ouvinte. Nesse começo de ano, estamos aproveitando muito o Campeonato Gaúcho, conversando com os técnicos dos times do interior.

Aí tem o quadro “Pitacos do Sala”, que foi pensado da seguinte forma: devido à correria do dia a dia, tem muita gente que não consegue ouvir o Sala de Redação. E lá na madrugada, quando o pessoal está mais relaxado ouvindo o programa, eles vão poder ouvir os principais momentos do Sala, que a gente edita e põe no ar. E vai tudo pro ar, o que aconteceu vai pro ar: brigas, discussões, piadas, palavrões que eles falaram também entram no programa, exatamente do jeito que eles fazem a gente põe no ar para a pessoa não perder nada que alguém pode comentar sobre o programa no dia.

Tem também o quadro “Abre Aspas”, que é pra ouvir os jogadores, dirigentes, técnicos, não só da dupla Grenal, mas o que for assunto do dia no futebol. As pessoas gostam de ouvir trechos depois.

O momento em que a gente reproduz um gol histórico do Inter ou do Grêmio é no quadro “Meu Gol na Gaúcha”. Uma ideia simples, mas que quando eu peço para os ouvintes sugerirem gols, chovem mensagens com as solicitações. Virou uma febre na madrugada. Na hora, eu abro para o pessoal pedir e aí o gol é reproduzido no dia seguinte.

Tem o quadro “Aniversariante do Dia”, onde o produtor do programa faz uma lista de quem está de aniversário naquele dia, com jogadores, ex-jogadores importantes, e ilustra uma matéria bem bacana, com narração de gols. Ele não só cita que a pessoa está de aniversário, mas também ilustra com muitos sons, narração e tudo mais. É mais um momento que o programa segue dinâmico, com ilustração e narração de gols, onde é mais um momento em que o cara tende a não desligar o rádio.

Aí tem o quadro “Arquibancada Gaúcha”, que é o momento onde realmente eu libero o telefone para os ouvintes entrar no ar. Esse não é um quadro fixo, tem dias que eu não abro o telefone, tem dias que eu abro durante duas horas pra eles conversarem, principalmente depois das jornadas esportivas, onde a participação do ouvinte no programa já vira uma sequência da jornada. Nesses dias de jogos, raramente entra algum quadro no programa, e também não há entrevistas, porque a prioridade do dia é colocar o ouvinte no ar para comentar sobre o jogo e conversar comigo. E eles vem com tudo: opinam, participam, e eu deixo eles falarem. Tem sido muito bacana, porque eu penso da seguinte forma: o cara que foi na Arena ou no Beira-Rio, que é de cidades do interior do Estado, vai terminar o jogo a meia noite, mas ele vai chegar em casa às 4h, 6h da manhã. Então ele vai ouvindo a sequência da jornada esportiva, vai ouvindo o Esporte & Cia, e a qualquer momento ele pode parar o carro e participar ou o amigo que está do lado ligar e conversar comigo. Tá virando uma febre isso, principalmente com as pessoas do interior, no momento em que estão voltando para casa, poderem opinar também dentro da jornada, que antes não acontecia, somente via Whatsapp. O Esporte & Cia dá uma boa oportunidade para o pessoal participar, aumenta e muito a interatividade.

Ah, e claro, tem também a trilha sonora do programa, onde eu escolho uma banda ou um tipo de música, e no decorrer do programa a gente vai colocando as músicas e o pessoal vai opinando também e sugerindo as trilhas para os outros dias.

**Acho que esse é o principal programa da Gaúcha que dá tanto espaço para a interatividade...**

Eu acho que é. Acho que, em jornalismo e esporte, é o programa que mais tem interatividade, justamente por ser o objetivo principal do Esporte & Cia. Só que também devido ao meu perfil e ao dos produtores, eu não quis fazer um programa totalmente voltado para a interatividade. Tem muito jornalismo esportivo dentro do programa, porque não adianta nada só abrir o telefone se não der argumentos e notícias para os caras comentarem.

**Tem alguma coisa que você planejou para o programa e depois viu que não deu certo?**

Graças a Deus, tudo que foi planejado para o programa deu certo. Talvez mais coisas possam ser feitas que ainda não surgiram na minha cabeça ou na dos produtores. Mas é uma coisa natural, que foi criada há pouco tempo, em que o principal já foi feito que são essas medidas com os quadros e as entrevistas. Mas isso não proíbe a gente de criar mais coisas, até fazendo programas fora do estúdio, ouvindo o pessoal em bares depois dos jogos. Essa é uma ideia que já está amadurecendo, porque prioriza a interatividade, em um local ao vivo com a participação das pessoas falando direto no microfone ao vivo, e não só por mensagens.

Também penso em ampliar a participação do jornalismo no ar, com o plantonista que fica nas madrugadas da rádio, dando de meia em meia hora um espaço para as principais notícias que estão acontecendo no momento dentro do programa.

Mas essa primeira hora de programa deu muito certo, com um entrevistado avaliando a dupla Grenal, a Seleção Brasileira, tudo que for relacionado ao esporte, e também a vida dele, porque muita gente gosta de ouvir histórias de vida e o que os ex-jogadores tem pra contar, a dificuldade pra chegar ao profissionalismo e tudo mais.

**O que você acha dessa ampliação do jornalismo esportivo no rádio do Rio Grande do Sul?**

O público está cada vez mais querendo um momento de descontração, tem tanta notícia ruim no Brasil que de repente as pessoas tão querendo um pouco mais de lazer, para curtir mais e se distrair, relaxar, ouvindo coisas do seu time. O público acaba aceitando muito esse tipo de proposta, tanto é que a audiência da madrugada subiu de 7 mil para 18 mil ouvintes por minuto depois do Esporte & Cia. Com certeza, as novidades que foram criadas no programa ajudaram nesses números, mas só o fato de mudar de jornalismo para esporte, só o fato de mudar de assunto, acho que já tem uma grande parcela de gente que começou a ouvir ao natural.

A minha opinião é que tudo isso precisa ter limites. Para que a gente tenha uma sociedade legal, inteligente, crítica, que cobre, eu acho o jornalismo geral fundamental. Não se pode valer pelo critério da audiência, e de que as pessoas querem mais entretenimento, e simplesmente colocar uma programação 24 horas desse tipo. Acho que tem que ter critério e ter limites pra poder realmente desenvolver o que é o principal na vida das pessoas, que são as coisas do jornalismo geral, que deixam as pessoas informadas sobre o que realmente influencia no dia a dia delas, que é política, saúde, segurança, trânsito, educação, economia. Isso aí é infinitamente maior do que o momento de lazer, que no meu caso é o esporte que eu faço para as pessoas.