

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

ROGER DE MENDONÇA CRUZ

JORNALISMO ESPORTIVO EM FM NO RIO GRANDE DO SUL

Artigo acadêmico apresentado como requisito para a obtenção do título de Especialista em Jornalismo Esportivo, pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, durante o semestre de 2012/1.

Orientadora: Professora Dr^a. Sandra de Deus.

PORTO ALEGRE

2012

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

JORNALISMO ESPORTIVO EM FM NO RIO GRANDE DO SUL¹

Roger de Mendonça Cruz²

RESUMO: A linguagem radiofônica é formada por elementos verbais e não verbais que são usados juntos ou separadamente. A linguagem verbal busca atingir o consciente do ouvinte e, por isso, precisa ser adequada ao estilo e proposta do programa em que será utilizada. Quando se trata do jornalismo esportivo, a linguagem apresenta uma diferença em relação ao jornalismo geral, essa diferenciação é maior no rádio do que em outros veículos e o esporte tem essa peculiaridade por ser também uma forma de entretenimento. “*Jornalismo Esportivo em FM no Rio grande do Sul*” aborda as técnicas de produção e programação do segmento em AM e as compara com o FM, tendo como objetivos principais registrar e relatar o surgimento deste nicho de mercado que é o esporte no FM, bem como identificar as principais diferenças no desenvolvimento da produção do radiojornalismo esportivo no Rio Grande do Sul dos dois lados do dial, se é que elas existem, analisando o discurso e a linguagem verbal. Busca também ampliar o conhecimento em produção de rádio, avaliar e comparar como se dá esse processo, partindo desde o início da tabelinha rádio/esporte no Rio Grande do Sul.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio AM e FM. Radiojornalismo Esportivo. Programação. Produção.

ABSTRACT: The radio language consists of verbal and nonverbal elements that are used together or separately. The verbal language seeks to achieve consciousness of a listener and therefore must be appropriate to the style and proposed program will be used. When it comes to sports journalism, language has a difference in relation to journalism generally, this differentiation is greater in radio than other media, and the sport had his peculiarity because it is also a form of entertainment. “*Sports journalism FM in Rio Grande do Sul*” discusses the technics of production and programming of the segment on AM and FM compared with, having as main objectives to record and report the emergence of this niche market that is the sport in FM, and identify key differences in the development of the production of Brazilian state Rio Grande do Sul sports radio journalism both sides of the dial, if they exist, analyzing the speech and verbal language. It also seeks to expand knowledge in radio production, evaluate and compare how this process takes place, staring from the beginning of the double radio/sports in Rio Grande do Sul

KEYWORDS: *AM and FM Radio. Sports Radio Journalism. Programmin. Production.*

¹ Artigo acadêmico apresentado como requisito para a obtenção do título de Especialista em Jornalismo Esportivo, pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, durante o semestre de 2012/1, orientado pela Professora Dr^a.Sandra de Deus.

² Bacharel em Comunicação Social – jornalismo (Universidade Luterana do Brasil - ULBRA): rogerbellbass@gmail.com

A partir da implantação da Rádio Guaíba AM, em 1957, e, por consequência, da estruturação do seu departamento de esportes, em 1958, por ocasião da transmissão da Copa do Mundo de Futebol, o rádio esportivo ganhou impulso e organização (DALPIAZ, 2002). De lá pra cá, é necessário compreender as estratégias de programação de emissoras como a rádio *Pop Rock FM*, por exemplo, no que se refere ao seu pioneirismo ao investir em radiojornalismo esportivo em frequência modulada do Rio Grande do Sul, inserindo o plantão esportivo diário na sua programação, durante o programa Cafezinho, maior audiência do FM no horário, para isso, contratando um profissional da rádio *Guaíba AM* especialmente para desempenhar essa função.

A importância de refletir sobre a história da programação e do radiojornalismo esportivo em FM no sul do Brasil é assegurada pelo fato de que o segmento que antes era exclusividade de emissoras que operam em amplitude modulada, começou a ganhar esse espaço, fazendo com que ainda mais ouvintes possam ter acesso a esse tipo de programa feito especialmente para o perfil das rádios FM, e não somente retransmitindo a programação esportiva da rádio AM.

O estudo da produção de programas esportivos para o formato FM também é importante para que se possa registrar as transformações ocorridas e auxiliar futuros profissionais a alcançar um melhor desempenho em sua prática. A análise do aspecto verbal de um determinado programa que obteve sucesso em sua proposta de programação e comercialização fornece argumentos de como realizar e gerir este tipo de produto.

O presente artigo referencia-se em estudos sobre rádio, com ênfase em produção e é embasado em estudos de Rodrigo Koch (2012), que defende a ideia de que “as emissoras em FM teriam, pelo menos inicialmente, mais potencial para o entretenimento e as emissoras em AM para informação”, Luiz A. Ferraretto, que pesquisa a história do rádio no Rio Grande do Sul, Ramiro Ruschel, um dos pioneiros do jornalismo esportivo no FM no estado, Jamile G. Dalpiaz, cujo mapeamento histórico do esporte, especificamente futebol, no rádio de Porto Alegre, desde os anos 1930, entre outros.

Para que se pudesse chegar as primeiras experiências em radiojornalismo esportivo em FM³, foi necessário identificar quais emissoras produziam esse tipo de material. Boletins das ondas e informações sobre surf, em programas FM inteiramente ligados ao esporte, em rádios como a Ipanema FM, por exemplo, são, de certa forma, comuns em 2012, mas o boletim esportivo do programa Cafezinho da rádio *Pop Rock FM* é tido como pioneiro no setor.

³ É considerado, nesse trabalho, como *radiojornalismo esportivo em FM* todo e qualquer material, relacionado ao esporte, que tenha sido produzido e pensado para esse fim, excluindo desse conceito os chamados espelhamentos programação, ou seja, retransmissões de programas de rádios AM também na sua frequência FM, ao mesmo tempo ou não.

CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA: As origens da radiodifusão no Rio Grande do Sul remontam os anos 20. Em Porto Alegre, em 1924, foi fundada a Rádio Sociedade Rio-Grandense, um experiência que durou quase dois anos. Em seguida foram surgindo outras emissoras, destacando-se a Rádio Sociedade Gaúcha, implantada em 1927, a Rádio Difusora Porto-Alegrense, em 1934, e a Rádio Farroupilha, em 1935. Os Diários Associados expandem-se no mercado a partir da compra das rádios Farroupilha, em 1943, e Difusora, em 1944⁴.

Em Porto Alegre as primeiras emissoras já realizavam transmissões esportivas, porém, o feito histórico inicial desta trajetória ocorreu em 19 de novembro de 1931 com a primeira transmissão radiofônica esportiva da partida entre Grêmio Football Porto-Alegrense e a Seleção do Paraná, com a narração de Ernani Ruschel, pela Rádio Sociedade Gaúcha. No entanto, há indícios, na bibliografia pesquisada, de que o esporte esteve presente na fase inicial das transmissões radiofônicas, de acordo com Dalpiaz, (2002, p. 27) “em 1934, a Rádio Sociedade Gaúcha possuía, sua programação básica, o *Boletim Desportivo*, das 22:45 às 23h, que difundia informações com resultados dos *matches*⁵ de futebol”.

Contudo, a década de 30 assistiu não apenas a introdução do futebol no rádio de Porto Alegre, mas também ao nascimento da narração esportiva lança por lance, ao invés de somente dar o nome do atleta que conduz a bola, que ao longo dessa trajetória jamais foi abandonada. Cabe, no entanto, ratificar, que não se transmitia apenas futebol, mas também outros esportes, como corridas automobilísticas, regatas no Rio Guaíba, e Turfe.

Ferraretto (2005, p. 735) aponta que

Em fins da década de 40 e início dos anos 50, a Gaúcha lidera em termos de cobertura esportiva, conforme admitem inclusive profissionais como Antonio Mafuz e Rafael Merolillo, então na Difusora, principal concorrente nesta área. A Farroupilha, por sua vez dedica-se ao espetáculo das novelas, humorísticos e programas de auditório, abrindo poucos espaços para este tipo de conteúdo, ao qual a Gaúcha, também faz frente.

Acontecimentos importantes no ano de 1957 redefiniram o mercado da radiodifusão sonora no Rio Grande do Sul: de um lado, a Caldas Júnior lançou a Rádio Guaíba, de outro, Arnaldo Ballvé em conjunto com Nestor Rizzo e Maurício Sirotsky Sobrinho, compraram a Rádio Gaúcha. No entanto neste momento se destaca o surgimento da Rádio Guaíba no dial gaúcho porque, segundo Dalpiaz (2002), porque nascia com uma proposta bem definida e nova de programação – noticiosa, musical e esportiva, para atuar em um mercado de apenas quatro emissoras – Rádio Gaúcha, Rádio Farroupilha, Rádio Difusora e Rádio Itai.

⁴ DALPIAZ, Jamile Gamba – O Futebol no Rádio de Porto Alegre: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade). Dissertação de Mestrado, UFRGS, Porto Alegre/RS, 2002, página 50.

⁵ Como eram chamados os jogos de futebol e outros eventos esportivos na década de 30, por conta da influência inglesa no esporte.

A Rádio Guaíba nasceu com a com uma estrutura e credibilidade que vinham do Jornal Correio do Povo, porém a vitória do Brasil na Copa de 1958, a primeira transmitida por uma emissora gaúcha, e a repetição do feito, quatro anos depois, na Copa 1962, no Chile, estimularam a cobertura e as transmissões esportivas. Outras emissoras que compunham o mercado radiofônico gaúcho em transmissões esportivas também marcaram presença, só que integradas em cadeia com rádios do centro do país, como a Difusora, comandada por São Paulo, pela rede de emissoras de Assis Chateaubriand, e a Rádio Gaúcha, através da Rádio Nacional, do Rio de Janeiro.

Ainda que já fosse possível produzir as jornadas de forma organizada, a estruturação dos profissionais em tarefas específicas foi se dando aos poucos. No final dos anos 50 eles ainda desempenhavam inúmeras atividades dentro da emissora, o salário, no entanto, dependia da tarefa e do acúmulo de atividades. Com base nessas informações pode se dizer que, por volta da metade da década de 50, o futebol no rádio de Porto Alegre começa a ganhar certa estrutura significativa dentro das emissoras. Observando-se, ai, a formação de departamentos esportivos, bem como a sua relação com a publicidade que se firma nesse período.

Na opinião de Ferraretto (2005. p. 740),

O surgimento da Rádio Guaíba em 1957 dá novo impulso ao processo de delineamento das transmissões esportivas com o chamado esquema tríplice, uma espécie de evolução do sistema em diagonal, colocando um narrador – logo denominado “fiscal de área” – atrás de cada goleira: O chamado *sistema tríplice* é o que melhor possibilitava uma transmissão de qualidade, no que se refere exclusivamente ao setor de narração. O locutor, que comandava a transmissão do jogo mais importante da rodada, comandava, automaticamente, toda a jornada. Sua missão era descrever, lance por lance, o desenvolvimento do jogo e solicitar esclarecimentos dos fiscais de área quando isso se fizer necessário. Além desta visão do campo de jogo a partir de três ângulos diferentes, a Guaíba oferece ao ouvinte a reprodução dos gols em gravação, uma inovação tecnológica considerável na época.

Cabe observar que, já nessa época, por não se adequar à sobriedade pretendida pelos idealizadores da Guaíba, esta linguagem mais pomposa é evitada, desde as primeiras transmissões, pelos profissionais da rádio, bem como a utilização de vinhetas, embora alguns termos, permaneçam ainda até meados da década de 60, como mostra Goulart (2000, p. 70).

A palavra jogo era substituída por termos belicosos como: peleja, batalha, contenda, embate, choque, combate, cotejo, pugna, disputa, porfia, além do prélio, encontro, partida, espetáculo, match. Em vez de equipe, dizia-se: esquadra, esquadrão, conjunto, quadro, plantel, bando, hostes, onze, team. Jogador aparecia às vezes como player, crack ou na forma carinhosa de pupilo. Não era politicamente correto falar em atleta negro, mas sim colored. Se também tinha estatura elevada, recebia a pomposa designação de gigante de ébano.

Como efeito do impacto e da importância da emissora no mercado, esta “limpeza do produto final” vai caracterizar o fazer radiofônico no estado. Para este processo, contribui, ainda, a transistorização, permitindo que o radinho de pilha acompanhe o torcedor ao estádio e, deste modo, impedindo uma prática comum, a de “enfeitar” a narrativa do jogo.

Algumas ações do governo militar nos anos 60 trouxeram mudanças para as comunicações brasileiras que transformaram definitivamente as transmissões de futebol, sejam através do rádio ou da televisão. Com a criação da EMBRATEL, em 1965, iniciou-se uma política modernizadora de telecomunicações no Brasil. Dois anos depois foi criado o Ministério de Comunicações, estabelecendo assim avanços fundamentais para as irradiações internacionais da Copa de 1970, no México, pois as transmissões passaram a ser realizadas através de modernos circuitos nacionais.

Em 1973, a Rádio Guaíba perde Pedro Carneiro Pereira num acidente automobilístico no Autódromo de Tarumã, que logo é substituído por Armindo Antônio Ranzolin, na chefia de esportes. Assim a Copa da Alemanha, em 1974 foi transmitida integralmente, não somente os jogos do Brasil, como anteriormente. De acordo com Dalpiaz (2002, p. 123);

A contratação de Ruy Carlos Ostermann, em março de 1978, marca uma nova fase para a Gaúcha que, após a Copa do Mundo de Futebol, começa a ganhar o espaço da Rádio Guaíba. Na chefia dos esportes, ele passou a dar mais ênfase ao trabalho de retaguarda, com planejamento de jornadas e coberturas de treinos, melhorando o produto final da programação esportiva.

A autora ainda destaca que outro aspecto que colaborou para o crescimento da Rádio Gaúcha, foi a instalação de um transmissor mais potente, de 100 kilowatts, dando maior alcance às ondas sonoras da emissora.

Na segunda metade da década de 80 o mercado radiofônico de Porto Alegre sofre uma nova estruturação. A Rádio Guaíba participa da crise, em 1985, da Empresa Jornalística Caldar Júnior, da qual fazia parte. Mesmo perdendo a liderança, a emissora seguiu no mercado com uma programação jornalística e esportiva. Nesse contexto a Gaúcha começa a investir em equipamentos modernos, oferecendo a melhor estrutura técnica das emissoras de Porto Alegre e inovando no planejamento das grandes coberturas esportivas e jornalística, de modo que 1986 passa a ser o ano da consolidação da emissora como líder de mercado.

É necessário, para que se compreenda de fato as transformações experimentadas pelo rádio esportivo a partir dos anos 90, mais uma vez, aprofundar a questão da cultura e do desenvolvimento do futebol, verificando, sobretudo, no caso gaúcho, como se consolidou o mercado de bens culturais.

Dalpiaz (2002), quando relaciona algumas das razões que tornaram o produto da indústria do entretenimento um dos mais consumidos do mercado, identifica as influências que exercem

os meios de comunicação sobre o esporte e vice-versa”. Nesse contexto, Luiz Mendes, (2010, p. 141 e 142), comenta o quanto sente falta dos tempos passados

No rádio e na TV da minha juventude existia uma obsessão no sentido de evitar erros. Quando vinha um time estrangeiro jogar aqui, eu ligava para a embaixada do país dessa equipe para saber como se pronunciava corretamente os nomes dos jogadores, fazia questão de cumprir essa rotina. Hoje, os jovens narradores não estão atentos a isso. Antigamente não se podia repetir palavras ou termos durante as transmissões. Para a palavra bola, por exemplo, eram usados sinônimos como pelota, esfera, balão de couro, redonda, perseguida e etc. Para ajudar, muitas vezes usava-se termos em inglês. Oduvaldo Cozzi era um profissional que lançava mão desse tipo de recurso. Como eu tinha dificuldades com o inglês, comecei a aporuguesar os termos, sendo seguido por alguns profissionais. Quando me dei conta, já tínhamos um vocabulário próprio. *Center-half* passou a ser centro-médio, *full-back* passou a ser zagueiro, e assim por diante.

As coisas eram de tal modo diferentes, que hoje chegam a parecer estranhas ou improváveis para aqueles que estão entrando no mercado de trabalho. Entre 1947 e 1955, quando Luiz Mendes narrava os jogos na Rádio Globo, não havia números nas camisetas dos jogadores. “Lembro que a gente identificávamos cada atleta pelo seu tipo de jogo”. (2010, p. 142).

Na opinião de Proni (2000, p. 169), foi a presença dos interesses comerciais na organização do esporte, vista como prejudicial na década de 60, eleita saída redentora da atualidade. “A dificuldade está em perceber que o ideal modernizante vai sendo redefinido com o passar do tempo, do mesmo modo que a tradição pode ser recorrentemente reinventada”.

Com base nesses argumentos, pode-se dizer que a transformação do espetáculo esportivo em ativo da indústria cultural e em veículo de *marketing* é um fato consumado, porém foi justamente a conversão do futebol num negócio que colocou em xeque a sua organização anterior, ou seja, a progressiva penetração dos interesses comerciais, a valorização dos passes dos atletas, a elevação do salário que, entre outros aspectos, passaram a exigir uma gestão empresarial.

No entanto, observa-se, ao analisar o mercado radiofônico e televisivo, que as emissoras pertencem, em sua maioria, a quatro empresas de comunicação: Empresa Jornalística Caldas Júnior, Rede Bandeirantes, Rede Brasil Sul de Comunicações, e Rede Pampa de Comunicação. Mapeando-se de certa forma, a estrutura destas empresas de comunicação, pode-se ter uma idéia de como está organizado o mercado radiofônico atual.

O RADIOJORNALISMO ESPORTIVO NO RS: De acordo com Silveira (2009) o rádio é o meio que mais veicula esporte. Programas inteiros são dedicados a esse tema, dos mais variados gêneros: de debates, entrevistas, mesas redondas⁶, sem falar nas transmissões de eventos esportivos, que são acompanhadas inclusive por quem está no local do evento.

⁶ Também conhecido como programa de debates. No rádio, mesa redonda é um programa com espaço para discussões entre duas ou mais pessoas, em que cada uma apresenta suas ideias e seus pontos de vista sobre

A programação radiofônica esportiva atualmente é constituída pela cobertura diária e transmissão de eventos. Na cobertura diária, a figura do repórter esportivo é fundamental, pois além das reportagens em eventos esportivos, esses profissionais são na maioria dos casos *setoristas*⁷. Na transmissão de eventos mesclam-se planejamento e improvisado. O que pode ser preparado com antecedência fica a cargo da *coordenação* e do *plantão*, durante as chamadas *Jornadas Esportivas*.

Num contexto mais amplo, aponta Ferraretto (2000, p. 39) que, foi no período mais duro do regime militar, que o quadro da radiodifusão brasileira começou a se alterar, dando início às transmissões em frequência modulada:

A partir da segunda metade da década, começa a correr uma segmentação proporcionada, em principio, pela divisão do espectro em dois ramos com características próprias de som e abrangência. [...] as estações de amplitude modulada concentram-se no jornalismo, nas coberturas esportivas e na prestação de serviços à população. [...] nas FMs, predomina a música. Inicia um processo de divisão de público, que vai se consolidar nos anos 80. Nesta nova realidade, o rádio reestrutura-se e, mesmo sem recuperar o faturamento de outras épocas, redimensiona-se no mercado.

Pedro Ernesto Denardin (2011, p. 139), narrador da Rádio Gaúcha, explica um pouco da principal diferença, em termos técnicos, entre AM e FM, além da linguagem, que vem se renovando.

na onda média, o alcance chega a um raio de 400 quilômetros, durante o dia. À noite a propagação fica muito maior e é possível ouvir a rádio [Gaúcha] em metade do Brasil. Ela é ouvida no Mato grosso, Mato Grosso do Sul, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio de Janeiro, sul da Bahia. Na FM o alcance é menor, um raio de 250 quilômetros, mas a qualidade de som é muito melhor. Modelos de celulares que dispõem de internet também pode registrar o som da Gaúcha em qualquer lugar do planeta. Vale o mesmo para quem tem computadores. No Brasil é possível ouvir pelos canais de voz da Net, da Sky, ou via Embratel. Tem ainda as emissoras de ondas curtas em 25 e 49 metros, o que já está em desuso com aparecimento da internet, que rompeu todos os limites de alcance de uma emissora de rádio.

Sem dúvida o uso da tecnologia, ou seja, “o transistor, os gravadores portáteis, o desenvolvimento da telefonia, entre outros avanços foram viabilizando uma nova estrutura dentro das emissoras, até que as transmissões tornaram-se cada vez mais jornalísticas” (DALPIAZ, 2002, p. 86), facilitando o processo de produção e assim diminuindo o tempo de preparo para uma transmissão.

Koch (2012), acrescenta ao dizer que

determinado tema. Uma característica desse tipo de programa é a presença de um apresentador que serve como moderador no grupo de debatedores.

⁷ Esta função, na estrutura da emissora, faz a cobertura diária dos clubes e das instituições esportivas.

Os avanços tecnológicos prometidos para o rádio AM, como melhor qualidade de som, ficaram no papel. Cada vez mais nos estádios e em qualquer ambiente, como carros, transportes públicos, salas de aula, os ouvintes, principalmente os jovens, estão optando por escutar rádio FM, assim é natural que as programações das rádios AM migrem para o FM como já aconteceu com Gaúcha e Guaíba aqui no Rio Grande do Sul e com outras emissoras em São Paulo.

A primeira experiência que se tem notícia dessa “invasão” do esporte na frequência modulada no RS, aconteceu durante os Jogos Olímpicos de Barcelona, na Espanha, em 1992, onde no programa *Folga Total*, na rádio *FM Cultura*, Rodrigo Koch atualizava os ouvintes com informações do evento, como resultados e quadro de medalhas, “sempre com linguagem mais jovem”, dentro do programa que apresentava, com as músicas mais pedidas do dia. Porém não se tratava ainda de um programa especialmente pensado e estruturado para o esporte, como viria a fazer, três anos mais tarde em alguns eventos pela Rádio Ipanema FM, como as transmissões da Copa Libertadores da América, em 1995, a Copa do Brasil em 1996, ambos vencidos pelo Grêmio Football Porto-Alegrense, além de coberturas de campeonatos de surf.

Em abril de 2000, a Rádio Bandeirantes AM disponibilizou coberturas diferenciadas utilizando a Bandeirantes FM nas rodadas em que a dupla Gre-Nal disputava jogos em horário simultâneos. A Bandeirantes 640 AM transmitia a partida do time que estava no interior do estado e, a Bandeirantes FM, cobria aquele realizado em Porto Alegre, com o objetivo de garantir a audiência do torcedor que estava interessado apenas no seu clube, mas sempre em eventos esporádicos. O público consumidor de esportes ainda não tinha programação fixa em FM.

Em 2004, porém, a rádio Pop Rock 107.1 FM inova ao investir na contratação do repórter esportivo Ramiro Ruschel, na época na Rádio Guaíba 720 AM, para ser responsável pela programação esportiva da rádio, que atendia o público jovem universitário dos 18 aos 36 anos e que até então não tinha acesso à informações esportivas em FM. Ruschel (2012) conta que sua trajetória em FM começou “com o *Correspondente Esportivo*, depois a *Máquina do Cafezinho* e por fim o *Drops Máquina do Café*, além de ter feito quadros especiais nas copas de 2006 e 2010”.

Atualmente na RBSTV e na Rádio Atlântida FM desde março, onde faz boletins diários sobre a dupla GreNal e participa do programa de debates esportivos sobre futebol *Bola nas Costas*, Ruschel (2012) credita o pioneiro no assunto a Alexandre Fetter e Thadeu Malta. “Com certeza ajudei muito na retomada de um processo que estava esquecido no estado. Em 2004, quando entrei na Pop Rock, não se falava de esportes de maneira formal no FM. O Alexandre Fetter me convidou e emplacamos um formato que perdura até hoje”, e acrescenta:

Rádio AM está ultrapassada. O som é pior e as novas plataformas não dão suporte, apenas para FM. Além do mais, o FM está tornando o rádio mais dinâmico, tanto que as AMs estão buscando retransmitir suas programações no FM. Não somente retransmitir, mas sim se adaptando, mudando a linguagem e usando trilhas musicais, ao contrário do que apresentava no passado, quando os programas eram "secos", explorando apenas a voz dos seus locutores. Tivemos essa percepção lá em 2004, quando começamos com o Correspondente. O Fetter e o Thadeu são visionários.

PROGRAMAÇÃO ESPORTIVA DA RÁDIO POP ROCK FM 107.1:

Atualmente a programação da emissora, considerada uma das pioneiras no setor, tem a maior parte da sua grade dedicada ao entretenimento jovem. O esporte entra no ar de segunda à sexta com horários fixos, e aos finais de semana, na cobertura de jogos da dupla GreNal. Os programas aqui analisados são três, e cobrem toda a programação esportiva do veículo.

Correspondente Esportivo: Intervenções dentro dos programas *Café das Sete*, por volta de 08:15h, e *Café das Cinco*, geralmente às 17:30h. Duram no máximo 10 minutos e inicialmente eram apresentados por Ramiro Ruschel, mas atualmente são comandados por Luciano Silveira, e possui caráter de locução e linguagem mais sóbria, séria, lembrando os boletins de transmissões em AM.

Refri, Cerveja e Água: Mesa redonda. O programa é a caçula do esporte na *Pop Rock FM*, com pouco mais de dois meses de vida. É apresentado por Eron Dalmolin, Luciano Silveira e conta sempre com um terceiro comunicador da emissora, onde cada um tem o seu dia. Segunda-feira: Oliver; terça-feira: Luciano “Barth” Lopes; quarta-feira: Bivis; quinta-feira: Gustavo B. Rock; e na sexta-feira: Mauro Borba. O programa vai ao ar às de segunda à sexta, às 13h e tem uma hora de duração, com um intervalo comercial de aproximadamente 5 minutos, antecedido de alguma música, geralmente ligada ao contexto do principal assunto esportivo no dia.

A linguagem do programa fica no meio termo entre informação com humor e entretenimento, sem perder a características séria dos debates esportivos acalorados quando há discordância de opiniões. Cabe observar que o mesmo formato de programa já era usado por Eron Dalmolin, quando este trabalhava na *Banderiantes AM*, apresentando o programa *Futebol na Geral* onde o comunicador já usava o que Munari, (2010, p. 2) define como *linguagem FM*, “se diferenciando das tradicionais mesas-redondas esportivas das rádios AMs. A sua linguagem apresentava características que se assemelhavam a dos programas de rádio FM jovem”. Isso se dá, principalmente, pelo fato dele fazer uma aproximação da informação com o entretenimento.

Máquina do Cafezinho: Criado em 2008 por Thadeu Malta, Alexandre Fetter e Ramiro Ruschel, é a primeira jornada esportiva feita exclusivamente por uma equipe de FM voltada para

jovens. Trata-se de uma cobertura esportiva *in loco*⁸ dos jogos da dupla Gre-Nal realizados em Porto Alegre. A equipe é formada por grande parte dos comunicadores que apresentam atrações musicais na grade semanal da emissora, como Bivis, Luciano Barth Lopes, Mauro Borba, Oliver Kbeludo, Paulo Inchauspe e Fernando Perdigão. Muito mais voltado para o humor, em comparação com os outros programas da emissora, conta com uso de personagens, que acontece em diferentes momentos, representados por praticamente todos integrantes do programa. Deu tão certo que hoje além da Pop Rock e da Atlântida, a Ipanema e outras rádios também tratam do assunto em particular, não mais perdidos dentro de programas não esportivos.

Bertrand (1999 apud DEJAVITE, 2001) diz que o jornalismo atual tem que conciliar passar a informação com o entretenimento de uma forma mais suave. Segundo Bertrand (1999), a fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi nítida e é cada vez menor.

O filósofo Peirce (1978 apud ESTEVES, 1997) nos diz que o uso da ironia como elemento de linguagem verbal utilizada na cobertura mais humorística “introduz um efeito surpresa e ensaia uma tática de contra-ataque que coloca o adversário contra a parede, numa situação aporética, que imprime e impele a uma redefinição de posições, condição imperiosa à reavaliação crítica e aberta dos argumentos”. Portanto, isso é adotado não só como forma de humor, mas também nos debates sérios. Isso mostra a características da linguagem do programa de aproximar informação de entretenimento.

Ruschel (2012) se declara totalmente a favor do humor em transmissões esportivas no rádio, porém alerta:

Tem que saber fazer. Não adianta pedir para um cara de estilo AM fazer piadas que não vai dar certo. Tem que ter pessoas certas no momento certo e isso que fez com que programas como a Máquina do Cafezinho dessem certo, além, é claro, de contar com debatedores que são [também] torcedores. Não tem demagogia. É tudo muito natural, sincero.

Apesar do FM teoricamente ter mais potencial para o entretenimento e o AM para informação, Koch (2012), aposta no crescimento das transmissões esportivas em FM, com modelos distintos, ou seja, “desde o mais 'sério' voltado para os adultos-jovens [25 a 40 anos de idade] até o humorístico para adolescentes [15-20 anos] e simpatizantes”. Jornalista com quase 20 anos de experiência em rádio, acredita que “haverá também mais esportes sendo transmitidos no rádio FM além do futebol, que sempre será hegemônico nesta situação, ocupando mais de 90% do espaço,” e complementa:

⁸ Do latim, no local.

Boas experiências já foram feitas com voleibol, basquete, corridas, tênis, judô, e natação, como nos Jogos Olímpicos, Jogos Pan-Americanos e Jogos Mundiais Militares. Precisamos ainda ver e esperar como o veículo RÁDIO será tratado pelos Comitês Organizadores e Detentores de Direitos, e irá se comportar com as regras impostas nos megaeventos vindouros, como a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos Rio de Janeiro, em 2016.

Quanto ao futuro das transmissões esportivas em FM, Ruschel (2012) é otimista. “A Máquina do Cafezinho inovou,mas não pode parar por aí. Outras rádios poderiam pensar mais sobre o assunto e abrir espaço para este tipo de transmissão. FM é o futuro do rádio e todos estão atentos para esta mudança”.

A Programação esportiva da rádio Pop Rock, tida como pioneira na produção de programas especialmente pensados e criados para o público de FM, aposta no diferencial de sua programação no que se refere a linguagem, fazendo uma ponte entre a informação e o entretenimento, não visando uma mudança de público, mas sim trazendo mais informação para o seu público cativo e com isso agregando ainda mais ouvintes. Com base no tempo de vida desse tipo de programa na grade da emissora pode-se concluir que essa estratégia de programação tem alcançado relativo êxito no que diz respeito aos índices de audiência, uma vez que mais programas tem sido criados ou incorporados na programação esportiva em FM, não só na rádio Pop Rock mas também em suas concorrentes como Atlântida FM e Ipanema FM.

CONCLUSÕES

Levando em conta que o futebol é um esporte popular, jornalistas utilizam uma linguagem mais próxima do coloquial pelo fato do rádio ser um veículo de comunicação que abrange todas as classes sociais. Desta maneira, pelo tom de entretenimento, os participantes debatem futebol de uma forma mais descontraída em relação aos programas de AM. Porém, a linguagem jornalística se mantém padrão nos boletins de serviço da programação da Pop Rock. Isso reforça a ideia de que o esporte se presta, como conteúdo, para discussões mais descontraídas sem atingir a credibilidade das informações, o que não aconteceria com as informações gerais, como o trânsito.

E é neste contexto que se insere a produção radiofônica de futebol. É inegável que, durante a fase anterior, houve uma padronização não apenas em seu conteúdo e mensagens, mas na sua estrutura. A programação de rádio de Porto Alegre foi, efetivamente, organizada naquele período.

O uso de ironia e de piada, presentes no programa *Refri, Cerveja e Água*, indicam que a emissora escolheu o humor como forma de entretenimento. Para isso, comunicadores como Eron Dalmolin tem, além da função natural de apresentar e de mediar debates entre os

comentaristas, estabelecer a presença do humor mesmo nos momentos que são discutidos assuntos sérios. Essa característica de entretenimento visa atrair o público jovem já que a rádio busca atingir ouvintes na faixa etária de 19 a 39 anos.

A Jornada Esportiva da Rádio Pop Rock FM, representada pelo programa *Máquina do cafezinho*, se diferencia pelo fato do programa fazer a aproximação da informação com o entretenimento, utilizando-se de recursos linguísticos e personagens fictícios, que tem sido uma tendência no jornalismo esportivo, principalmente, em reportagens e cobertura de eventos. Com isso, esse tipo de proposta de programação em Frequência Modulada pode significar um novo caminho, já que essa característica tem sido sinônimo de sucesso, devido ao programa já estar consolidado na programação da emissora com esse formato.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Gilson Pinto - **Futebol no Rádio: As Estratégias Usadas por Haroldo de Souza e Pedro Ernesto Denardin para Atrair a Atenção dos Ouvintes**. UNIFRA, Santa Maria/RS, 2009.

ANJOS, Luiza Aguiar dos - **Reflexões sobre o futebol nas ondas do rádio**. Ano II, Num 01, Edição Janeiro – julho 2011 - ISSN: 2179-6033, disponível em <http://radioleituras.wordpress.com>

ATHAYDES, Andréia; STOSCH, Sérgio. **A História do Rádio Porto-Alegrense contada por quem a fez**; Canoas/RS: Ed. ULBRA, 2008.

DALPIAZ, Jamile Gamba – **O Futebol no Rádio de Porto Alegre: um resgate histórico** (dos anos 30 à atualidade). Dissertação de Mestrado, UFRGS, Porto Alegre/RS, 2002.

DENARDIN, Pedro Ernesto – **Des Copas é Demaisn**; ed. Mosca, Porto Alegre, 2011; 144p.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção**. Campo Grande, MS: 2001.
<<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/4355/1/np2dejavite.pdf>> Acesso em 21 abr 2012

ESCALANTE, Marco Vinicio. **El Reportero radiofónico**. Quito, Ciespal, 1986.

ESTEVES, José Manuel Vasconcelos. **Irônia e Argumentação**: Tese de mestrado em Filosofia. Lisboa: 1997. <<http://bocc.unisinos.br/pag/estebes-jose-manuel-ironia-argumentacao.pdf>>. Acesso em 22 abr 2012

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio e Capitalismo no Rio Grande do Sul: As Emissoras Comerciais e suas Estratégias Comerciais na Primeira Metade do Século XX**. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre/RS, 2005.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio. O Veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre/RS: Sagra Luzzatto, 2000. 378p.

GOULART, Antônio. **Assim escrevia e falava nossa crônica esportiva**. *Zero Hora*, Porto Alegre, 18 maio 2000. Almanaque Gaúcho, p. 70.

KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (organizadores) – **Mídia Sonora em 4 dimensões**: história da mídia sonora – Volume II. **EDIPUCRS**, Porto Alegre/RS, 2011.

KOCH, Rodrigo. Entrevista realizada pelo autor em abril de 2012.

MUNARI, Cristiano - **A Linguagem Verbal do Programa *Futebol na Geral* da Rádio Bandeirantes**. Ulbra, Canoas/RS, 2010.

PIRES, Ana Maria. **Minha Gente** – Luiz Mendes, o mestre da crônica esportiva do Brasil. Rio de Janeiro/RJ, 2010.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **A Metamorfose do Futebol**. Campinas: Unicamp, 2000. 272p.

RUSCHEL, Ramiro. Entrevista realizada pelo autor em maio de 2012.

SILVEIRA, Nathalia Ely – **Jornalismo Esportivo**: conceitos e práticas. UFRGS, Porto Alegre/RS, 2009.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar** – o rádio esportivo em São Paulo. Summus, São Paulo/SP, 1994.

VÁRIOS. **Na Onda do Progresso**: o papel do rádio no desenvolvimento do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS: AGERT, 2006.