

## AS TRANSMISSÕES DA GRÊMIO RÁDIO UMBRO EM FM<sup>1</sup>

Carolina Pospichil FERRARI<sup>2</sup>  
Deivison Moacir Cezar de CAMPOS<sup>3</sup>

### RESUMO

Este artigo tem o objetivo de compreender as características das transmissões da Grêmio Rádio Umbro na internet e em frequência modulada a partir do uso de elementos jornalísticos. Trata-se de um estudo sobre radiojornalismo (BARBEIRO; LIMA, 2003), com base em conceitos de linguagem radiofônica (FERRARETTO, 2007) e cobertura esportiva (PRADO, 2012). A pesquisa foi realizada através da apuração de informações por meio da escuta, entrevistas com profissionais da Grêmio Rádio Umbro e observação de transmissões da rádio. Constatou-se que a imparcialidade é respeitada na produção de notícias e boletins, porém em outros momentos das transmissões os profissionais tornam-se torcedores do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre. As coberturas possuem a mesma estrutura de outras rádios, com pré-jornada, jornada esportiva e pós-jogo.

**Palavras-chave:** Radiojornalismo; Transmissões Esportivas; Linguagem Radiofônica; Grêmio Rádio Umbro; Grêmio Foot-Ball Porto Alegre.

### 1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento das mídias digitais possibilitou que os principais clubes de futebol brasileiros tenham rádios para transmitir as partidas do time e coletivas de jogadores. Neste contexto, o Grêmio Foot-Ball Porto Alegre, desde novembro de 2007, veicula jornadas esportivas no site do clube e em 2015, passou a transmitir em aplicativos para *smartphones* e frequência modulada (FM).

A Grêmio Rádio Umbro foi criada através de uma parceria com a fornecedora de material esportivo. Em dias de jogos, a Rádio utiliza a frequência 90,3 KHz para a transmissão da jornada esportiva, podendo ser escutada em mais de 90 municípios gaúchos. A frequência é utilizada diariamente pela Rádio Felicidade Gospel, que aluga o espaço para o clube. A transmissão inicia uma hora antes da partida.

Em pesquisa realizada nos sites de clubes de futebol que disputaram a série A do Campeonato Brasileiro 2016, apenas rádios *onlines* foram encontradas. Os clubes Santos (SP), Corinthians (SP) e Palmeiras (SP) transmitem os jogos através de rádios

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT1 – Jornalismo do XVIII do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA). E-mail: [carolinaferrari@outlook.com](mailto:carolinaferrari@outlook.com)

<sup>3</sup> Doutor em Ciências da Comunicação. Professor do curso de Jornalismo ULBRA. E-mail: [deivison\\_campos@hotmail.com](mailto:deivison_campos@hotmail.com)

*onlines* e aplicativos para *smartphones*. Já Internacional (RS), Atlético Paranaense (PR), Figueirense (SC), Vitória (BA) e Botafogo (RJ) possuem programação apenas em seus sites. Os times América (MG), Santa Cruz (PE), Sport (PE), Chapecoense (SC) e Fluminense (RJ) não tem transmissão radiofônica. Ponte Preta (SP), Atlético Mineiro (MG), São Paulo (SP), Flamengo (RJ), Cruzeiro (MG) e Coritiba (PR) não possuem rádio oficial do clube, apenas rádios comandadas por torcedores que transmitem as partidas *online*.

O radiojornalismo esportivo ganhou impulso no Brasil em 1950, durante a realização do Campeonato Mundial de Futebol. A partir de então, as transmissões dos jogos se qualificaram e passaram a mobilizar ouvintes em todo o país (FERRARETTO, 2007). As coberturas jornalísticas foram intensificadas e o esporte se tornou um objeto indispensável nos veículos de comunicação, ocasionando a criação de uma área organizacional própria para este seguimento (FERRARETTO, 2014).

Em Porto Alegre, as rádios Gaúcha, Bandeirantes e Guaíba lideram a audiência durante as coberturas esportivas das partidas disputadas pelos times gaúchos. As rádios trabalham sua programação com cunho jornalístico imparcial, abordando informações sobre diferentes clubes e modalidades esportivas. Ao contrário destas, a Grêmio Rádio Umbro tem uma maneira diferente de produzir o jornalismo esportivo. A rádio é editorialmente parcial, noticiando e colhendo informações apenas sobre Grêmio Football Porto Alegrense e as partidas disputadas pelo time (BOLZAN, 2015, entrevista<sup>4</sup>).

Sendo assim, este estudo tem como objetivo compreender as características das transmissões da Grêmio Rádio Umbro na internet e em frequência modulada a partir de elementos jornalísticos. Compõem os objetivos específicos analisar a cobertura esportiva realizada pela rádio e identificar os elementos jornalísticos utilizados nas transmissões. Com base em um estudo sobre radiojornalismo (BARBEIRO; LIMA, 2003), com base em conceitos de linguagem (FERRARETTO, 2007) e cobertura esportiva (PRADO, 2012).

Trata-se de um estudo de caso, com pesquisa em nível explicativo e abordagem qualitativa para o levantamento de dados. A apuração de informação foi feita a partir da escuta e observação de três transmissões da rádio com adversários e em competições esportivas diferentes. A primeira cobertura estudada foi a partida contra a Sociedade Esportiva Palmeiras, disputada no dia 19 de outubro de 2016, pelas quartas de final da

<sup>4</sup> Dados retirados da matéria *Grêmio lança Grêmio Rádio Umbro com transmissão de jogos em FM da Zero Hora*.

Copa do Brasil, com empate de 1 a 1 entre os times. A segunda transmissão foi o clássico Grenal, Grêmio e o Sport Club Internacional, que aconteceu no dia 23 de outubro de 2016 pelo Campeonato Brasileiro e terminou em empate. A terceira partida foi entre o clube gaúcho e o Cruzeiro Esporte Clube, no dia 26 de outubro, com vitória tricolor que classificou o Grêmio para as finais da Copa do Brasil.

A análise das transmissões das coberturas foi realizada a partir de elementos de linguagem radiofônica, dos princípios e formatos jornalísticos, a maneira como os profissionais transmitem a informação, a forma com que eles constroem a notícia e emitem sua opinião. Também foram entrevistados os profissionais da rádio e à direção de marketing do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense através de perguntas em formato de questionários.

## **2 O RÁDIO COMO MEIO DE EXPRESSÃO**

O desenvolvimento tecnológico possibilitou a maior oferta de produtos sonoros esportivos aos ouvintes. Além das rádios tradicionais, geralmente jornalísticas, surgem inúmeros projetos segmentando ainda mais a audiência. Atualmente, uma série de rádios e *webrádios* dedicam-se a transmitir informações sobre temas específicos. No Rio Grande do Sul, a rádio Grenal é uma delas, tem toda a programação voltada ao futebol, principalmente aos times gaúchos. Alguns clubes também possuem rádios oficiais ou de torcedores, que transmitem notícias especificamente sobre o time.

O encontro da internet com o rádio como fenômeno de massa resultou em uma expansão do meio, ampliando a forma de manter os ouvintes informados e também escutarem músicas *online*. As rádios com transmissões via internet ganharam ênfase entre os seus consumidores e até mesmo em instituições públicas e privadas, que passaram a utilizar a possibilidade. As emissoras produziram sites para que suas coberturas jornalísticas e de entretenimento fossem disponibilizadas na plataforma, algumas vezes em horários, programação e locutores diferenciados (PRADO, 2006). Segundo Ferraretto (2007), duas tecnologias foram fundamentais para o radiojornalismo a partir da década de 1990, o uso de telefones celulares e a internet como fonte de informações (KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011). Pode-se referir igualmente que a internet se tornou um importante suporte de veiculação.

Segundo Almeida e Magnoni (2009, p.3), “com a expansão da web, o rádio passou a contar com a plataforma multimídia complementar para ampliar seu alcance de sintonia e diversificar sua audiência”. A internet e o rádio se uniram para elevar a qualidade do produto oferecido aos ouvintes, a informação. Também foi necessária uma readequação das emissoras para o novo estilo, repensando programação, linguagem e coberturas jornalísticas (PORTELA; OLIVEIRA, 2011). Com a inovação das rádios *onlines* antes do rádio digital, ainda em projeto, algumas características foram perceptíveis como a expansão das transmissões e as possibilidades de interatividade com os ouvintes.

A interatividade e a portabilidade sempre fizeram do rádio o veículo mais próximo do ouvinte. A internet deve ajudar nessas características para que o rádio continue vivo. Mesmo que o rádio digital brasileiro não saia do papel, a digitalização antecipada pela internet continuará a provocar mudanças significativas na linguagem, nas formas de emissão e recepção, e também, em toda a cadeia produtiva do antigo veículo. Cresce o consumo de conteúdos de rádio em aparelhos e suporte digitais. Urge concluir o ciclo e digitalizar a transmissão e a recepção aberta, para que o rádio ingresse definitivamente na “era da informação” (ALMEIDA; MAGNONI, 2009, p.4).

Após a estruturação das rádios via internet pelas emissoras radiofônicas, instituições públicas e privadas viram o meio como um novo mecanismo para divulgação de informações de interesse público, produtos e projetos. As transmissões de rádios institucionais variam com notícias, informações oficiais e entretenimento. O TCE, o Governo do Rio Grande do Sul, a Prefeitura de Porto Alegre e outros órgãos públicos disponibilizam em seus sites oficiais *webrádios* com programação 24 horas. Além das instituições públicas, é comum o uso de rádios próprias via internet em clubes de futebol. Atualmente, muitos torcedores escutam os jogos do clube que torce através de aplicativos e sites dos times.

Dos 20 clubes que disputaram a série A do Campeonato Brasileiro 2016, apenas cinco times não possuem transmissão de jogos *online* em rádios oficiais ou de torcedores, são eles: América (MG), Santa Cruz (PE), Sport (PE), Chapecoense (SC) e Fluminense (RJ). Os times Ponte Preta (SP), Flamengo (RJ), Atlético Mineiro (MG), São Paulo (SP), Cruzeiro (MG) e Coritiba (PR) não possuem rádios oficiais do clube, mas têm rádios comandadas por torcedores que ficam no ar 24 horas, ou produzem programas semanais. As rádios que oferecem programação de 24 horas alternam programas com informações e debates sobre os times com horários destinados a diferentes gêneros musicais.

O Internacional (RS), Atlético Paranaense (PR), Figueirense (SC), Vitória (BA) e Botafogo (RJ) possuem programação apenas em seus sites oficiais e alguns desses clubes também disponibilizam áudios de entrevistas e matérias especiais durante a semana. Atualmente, a Rádio Inter está passando por uma remodelagem e encontra-se fora do ar. As rádios do Atlético Paranaense e Botafogo têm programação diária. Os paulistas Santos (SP), Corinthians (SP) e Palmeiras (SP) transmitem os jogos através de rádios *onlines* e aplicativos para *smartphones*. Santos e Corinthians possuem programação 24 horas, intercalando os programas sobre os times e entretenimento.

No Rio Grande do Sul, além dos times da capital Porto Alegre, o Brasil de Pelotas é o único que também possui transmissão radiofônica. A Rádio Xavante tem programação 24 horas e um projeto semelhante ao da Grêmio Rádio Umbro que, além de transmitir as partidas *online*, no site oficial do clube, em 2016 passou a ocupar um espaço na frequência modulada 104,5 KHZ em dias de jogos (CHAVES, 2016, entrevista). O Grêmio, como os outros clubes, iniciou o projeto de rádio na internet. Devido ao crescimento da audiência, a cobertura passou a ser transmitida também através do aplicativo oficial do clube para *smartphones*. Em 2015, se tornou o primeiro time de futebol brasileiro a possuir transmissão própria de jornadas esportivas na frequência modulada.

### **3 O PROJETO GRÊMIO RÁDIO UMBRO NA COMUNICAÇÃO DO CLUBE**

No ano de 2005, o Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense estruturou uma assessoria de comunicação para a valorização e visibilidade de outros departamentos do clube, além do futebol profissional. A formação da imagem de dirigentes, centrais administrativas, comissão técnica e atletas das categorias de base estavam entre as principais atribuições do projeto, mas o que se sobressaia era a qualificação do relacionamento entre o clube e torcedores, que enfrentavam a Série B do Campeonato Brasileiro (OLIVEIRA, 2014).

Atualmente, o departamento de comunicação do clube possui áreas distintas: comunicação integrada, comunicação mercadológica, comunicação institucional e comunicação digital. A área integrada é responsável pelo jornalismo e produz informações diárias para todos os veículos do clube. As publicidades e ações de promoção de marca são realizadas pela área de comunicação mercadológica. Os canais

TV Grêmio e a Grêmio Rádio Umbro são de responsabilidade da comunicação digital e os eventos são promovidos pela equipe da comunicação institucional (CARVALHO, 2016, entrevista).

Foi a partir do sucesso de audiência da Grêmio TV, criada em abril de 2007, que surgiu a Grêmio Rádio, projeto pioneiro no país. Além de ser criado mais um canal de relacionamento com a torcida, o clube gaúcho também se tornou o primeiro time de futebol brasileiro a realizar transmissões ao vivo das partidas da equipe profissional, através do site oficial do clube. No dia 28 de outubro de 2007, o narrador Haroldo Santos, os repórteres Rafael Pfeiffer e Márcio Neves, o comentarista Sérgio Bechello e a plantonista Bianca Ramos produziram a primeira transmissão ao vivo da rádio pela internet, cobrindo a partida entre Grêmio e Náutico pelo Campeonato Brasileiro (OLIVEIRA, 2014).

A rádio do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, além de um veículo de comunicação de informação e de relacionamento com a torcida do clube em dias de jogos, se tornou um canal de fortalecimento de marca. O projeto da rádio foi ampliado a partir de uma parceria com a atual fornecedora de material esportivo do clube, Umbro, passando a ser transmitida também em frequência modulada (CARVALHO, entrevista, 2016). A rádio insere-se no projeto mais amplo de Comunicação Organizacional do Grêmio, visando os diferentes públicos.

### 3.1 A GRÊMIO RÁDIO UMBRO

Em janeiro de 2015, inserida na relação comercial com a patrocinadora de uniformes e a grande audiência da webrádio, a Grêmio Rádio passou a ser transmitida também em frequência modulada (FM), modificando a denominação para Grêmio Rádio Umbro. Em dias de jogos, a rádio utiliza a frequência 90,3<sup>5</sup> para a transmissão da jornada esportiva, podendo ser escutada em 90 municípios através de aparelhos radiofônicos e *smartphones* durante a partida (GRÊMIO, s/d). As transmissões têm duração de quatro horas e iniciam uma hora antes da partida iniciar.

A Grêmio Rádio Umbro tem como vantagem e diferencial, para os torcedores do tricolor gaúcho, o fato de transmitir apenas partidas do Grêmio, enquanto as tradicionais rádios, dependendo da escala dos jogos dos times gaúchos, podem cobrir duas ou mais

---

<sup>5</sup> A frequência é utilizada diariamente pela Rádio Felicidade Gospel.

partidas ao mesmo tempo. Os ouvintes acompanham os boletins de atualização com notícias da semana, escalação dos times que disputarão a partida, o jogo em si e as entrevistas dos jogadores e técnicos sem interrupções de informações de outros jogos ou clubes de futebol (CAPELO, 2015, online).

Segundo Capelo (2015)<sup>6</sup>, “a webrádio do Grêmio tem uma média de 7 mil ouvintes por partida, no cálculo de todo o período desde o lançamento, 2007 até 2014”. As transmissões também atingiram picos maiores, como na inauguração da Arena Grêmio, quando 206 mil ouvintes sintonizaram a rádio pela internet (CAPELO, 2015). A audiência da rádio, além de manter sua média, conquista muitas vezes o segundo lugar na frequência modulada conforme dados do Ibope (CARVALHO, 2016, entrevista).

A rádio não possui uma equipe exclusiva para produção de conteúdo da Grêmio Rádio Umbro. O departamento de Comunicação Integrada é responsável por abastecer todos as redes sociais e canais digitais com informações sobre o clube (CARVALHO, entrevista, 2016). O coordenador funcional da rádio, Cristiano Oliveski, organiza o rodízio entre comentaristas e repórteres que participarão da cobertura jornalística de cada partida.

Em dias de jogos, a rádio possui uma equipe fixa para a produção da transmissão, tendo como narrador Cristiano Oliveski, repórteres Luciano Rolla, Márcio Neves, Rodrigo Fatturi e Ígor Póvoa e os colaboradores flutuantes Carlos Miguel e Mazaropi, ex-jogadores gremistas que são comentaristas e recebem por transmissão. O plantão da rádio é produzido pela jornalista Jéssica Maldonado, e geralmente apresentado em revezamento pelos repórteres. Nas partidas “fora de casa”, a preparação para o jogo é diferente. O coordenador busca técnicos operacionais na cidade que sediará a partida e apenas um repórter viaja para cobrir o jogo.

A equipe que produz as transmissões da Grêmio Rádio Umbro é formada por jornalistas apaixonados por futebol e pelo Grêmio. Profissionais que tiveram a oportunidade de trabalhar em grandes emissoras radiofônicas, mas que dizem ter se encontrado na assessoria do clube. O jornalista Márcio Neves trabalha na área esportiva desde 1992 e em 1999 iniciou sua trajetória no departamento de comunicação do Grêmio.

---

<sup>6</sup> Informações do blog Dinheiro em Jogo: <http://globoesporte.globo.com/blogs/especial-blog/dinheiro-em-jogo>

---

Poder unir o útil ao agradável não poderia ser melhor. Todos sonham em trabalhar com aquilo que se ama e estar fazendo parte da equipe da Grêmio Rádio Umbro é a realização deste sonho. Onde podemos trabalhar com a paixão pelo rádio, pelo jornalismo e a paixão pelo Grêmio ao mesmo tempo (NEVES, 2016, entrevista).

Os profissionais envolvidos com a comunicação do clube entendem que as notícias e informações produzidas pela equipe devem enaltecer o Grêmio e transmitir alegria para os torcedores, mas sempre que necessário, os profissionais da rádio também fazem críticas ao desempenho do time.

O que eu sempre digo para eles é que somos uma rádio oficial e não oficialista. Precisamos descrever para nossos ouvintes o que está acontecendo em campo, informar. Pode existir a paixão, todos são gremistas, porém também deve ter o cuidado para não passar o limite do profissionalismo. Se tiver que dizer que o time está jogando mal, que o árbitro errou ou acertou, das “pegadas” da partida, vai ser falado. Acontecem críticas construtivas (CARVALHO, 2016, entrevista).

O canal não busca a imparcialidade como seu foco. Além de informar, o relacionamento com a torcida do clube está entre as principais atribuições da rádio para o Grêmio. Com o slogan “*de gremista para gremista*”, a rádio cumpre o objetivo de informar com alma e aproximar o torcedor. Além da interação através das redes sociais, o veículo promove ações de entretenimento com os gremistas, como a promoção “Comentarista Torcedor”, na qual os sócios se inscrevem para participar de uma transmissão da rádio (CARVALHO, entrevista, 2016).

As transmissões da Grêmio Rádio Umbro possuem duração de aproximadamente quatro horas e são divididas em três partes: pré-jornada, jornada esportiva e pós-jogo. Na pré-jornada, o radialista que apresenta a primeira parte da cobertura da rádio, intermedia os assuntos iniciais com os repórteres e plantonista, que informam os destaques e escalação de cada time, interagem com a torcida e noticiam para os ouvintes demais informações sobre o campeonato disputado e partidas que estão acontecendo.

O narrador assume a jornada esportiva que, com o auxílio dos comentaristas e repórteres, discutem jogadas e desempenho dos clubes no jogo. Durante a jornada, o plantonista continua com informações sobre demais partidas e tabela de classificação. O pós-jogo também é apresentado e intermediado pelo radialista responsável por dar ritmo à pré-jornada e é destinado às entrevistas de jogadores e técnicos. Também é após o término do jogo que é escolhido o “Craque Umbro da Partida”, título dado para o melhor jogador da partida na opinião dos profissionais envolvidos na transmissão.

---

## 4 AS TRANSMISSÕES DA GRÊMIO RÁDIO UMBRO

As transmissões da Grêmio Rádio Umbro possuem características próprias. Além da narração da partida e informações sobre os times, as opiniões dos profissionais e o uso de figuras de linguagens se destacam durante a cobertura esportiva. Apesar de ser uma rádio de um clube específico, “de gremista para gremista”, também tem críticas ao clube e elogios aos adversários pela atuação em campo.

É uma transmissão honesta. Ninguém tergiversa, não precisamos pisar em ovos. Somos a rádio do Clube e, nem por isso, precisamos trabalhar como se fôssemos oficialistas. A transmissão da Grêmio Rádio Umbro é homogênea - é, de fato, de gremistas para gremistas. O torcedor sabe que está representado no microfone, assim como nós sabemos que estamos representados na arquibancada (POVOA, 2016, entrevista).

Segundo Ferraretto (2007), “a linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas”. Estes elementos são divididos em linguagem radiofônica verbal e não verbal. A linguagem não verbal utiliza elementos como trilhas, vinhetas, silêncio e ruídos. A linguagem verbal é o uso da fala como meio de comunicação.

Nas transmissões pode-se identificar o uso destas linguagens em vários momentos. As mudanças de bloco e de assuntos se dá por meio de vinhetas com a locução de gols e jogadas bem-sucedidas do Grêmio em partidas anteriores. As vinhetas também são usadas para marcar a abertura das transmissões, as passagens de assuntos durante a pré-jornada e chamadas do apresentador para os comerciais e para retornar à programação.

As trilhas sonoras também podem ser identificadas nas transmissões. Durante toda a pré-jornada se percebe o uso de uma música em *background*. Nas escalações dos times, tanto do Grêmio como do adversário, é colocado o hino de cada clube em *BG*, com exceção do hino do Internacional. No intervalo da jornada esportiva, músicas de diferentes ritmos tocam ao fundo enquanto os jornalistas trocam informações e opiniões sobre a partida.

Nas coberturas esportivas da Grêmio Rádio Umbro, os profissionais trabalham com linguagem verbal informal e é comum o uso de gírias e ditados populares, utilizados principalmente por repórteres, plantonista e o narrador. Um exemplo das frases utilizadas pelos jornalistas, na transmissão do clássico Grenal, foi quando o repórter Márcio Neves utilizou o ditado: “Internacional confirmado, Inter que está ‘com

a cordinha no pescoço’, uma vitória aqui na Arena seria um extraordinário resultado para a turma do Beira-Rio” (PROGRAMA 23/10/2016).

Também é comum a mistura de informações e opiniões dos radialistas. Após dada a informação, os jornalistas e comentaristas discutem sobre dados históricos, como a notícia poderá influenciar no resultado da partida ou beneficiará o Grêmio. No exemplo do jogo contra o Cruzeiro, ao serem informados os últimos resultados entre os dois clubes, o comentarista e ex-jogador Carlos Miguel opina sobre as chances e dificuldades que o Grêmio encontrará em campo.

É um jogão e tem muita coisa em jogo. Eu acho que para começar tem esse tabu, que o Grêmio não consegue eliminar o Cruzeiro. Quero dizer que já fiz parte disso, tive a infelicidade de perder a Copa do Brasil de 1993, para o Cruzeiro, no Mineirão. Então, é uma equipe que conhece muito bem esse tipo de competição, uma equipe que vem em uma constante dentro do Campeonato Brasileiro. Inclusive, na última rodada, se deu ao luxo de poupar alguns ou quase todos os titulares. Então o Grêmio vai ter que estar preparado para a sua primeira decisão de 90 minutos (MIGUEL, PROGRAMA 26/10/2016).

Durante as transmissões, os radialistas evitam citar o nome do Internacional, rival futebolístico do Grêmio. Sempre que uma palavra inicia com o apelido do clube “Inter” é substituída por palavras que não alterem o sentido da frase. No jogo entre Grêmio e Palmeiras, pela Copa do Brasil, o jornalista Igor Póvoa informa como está o resultado da partida do Internacional, que acontece no Beira-Rio. Aponta o Inter como “Eles” e “Turma do Menino Deus”, se referindo ao bairro do estádio colorado. Neste contexto, diz que “O Santos venceu ‘Eles’ lá na Vila e, por enquanto, lá na beira do lago está 1 a 0 para eles. São 35 minutos do segundo tempo e vai classificando a ‘Turma do Menino Deus’” (PROGRAMA 19/10/2016).

Algumas palavras também tem o início trocado pelos radialistas para evitar dizer “Inter”. Essas são substituídas por Grêmio, como é o caso da palavra “Intervalo”, substituída por “Grêmiovalo” na partida contra o Cruzeiro. Ao término do primeiro tempo do jogo, o narrador Cristiano Oliveski chama para o intervalo do jogo: “Passo a bola para o Márcio Neves, para comandar o nosso Grêmiovalo” (PROGRAMA 26/10/2016).

O narrador Cristiano Oliveski, para interagir com os ouvintes, utiliza um bordão próprio para a abertura da jornada esportiva. Na partida contra o Palmeiras, ele iniciou a segunda etapa da transmissão saudando os ouvintes. “Agora é comigo torcedor gremista, vamos ‘formar o descontrole’ para mais de 120 municípios do estado do Rio

Grande do Sul, através da Grêmio Rádio Umbro” (PROGRAMA 19/10/2016). O bordão foi criado a partir de uma música cantada pela torcida do Grêmio.

Eu adaptei o bordão de uma música que a torcida do Grêmio canta, que diz: “o descontrolado já está formado, Grêmio eu te dou a vida, por esse campeonato”. Então utilizo em todas minhas narrações e nos gols do Grêmio. Para mim ele significa a festa, o momento de alegria do torcedor na hora do gol (OLIVESKI, 2016, entrevista).

Ao mesmo tempo que os radialistas demonstram torcer pelo Grêmio em diversos momentos da transmissão, eles tentam manter a isenção ao transmitir informações e boletins. Por outro lado, o diretor de comunicação do Grêmio, Beto Carvalho, afirma que a rádio não busca a imparcialidade como foco editorialmente. Elogios e críticas, para ambos os times, são comuns durante as transmissões da rádio. Em diálogos entre os comentaristas, repórteres e o narrador durante a partida, analisam o desempenho dos clubes dentro de campo.

O jornalista Márcio Neves, repórter da rádio, justifica que a rádio é oficial, mas não oficialista. “Não somos chapa branca ou tapamos o sol com a peneira. Somos, acima de tudo, jornalistas” (NEVES, 2016, entrevista). Mesmo transmitindo “de gremista para gremista”, uma característica da rádio, é avaliar a partida e informações imparcialmente.

O Palmeiras neste momento aproveita a instabilidade do Grêmio, o Grêmio sentiu o gol e a bola não fica nos pés dos jogadores gremistas. Enquanto isso o Palmeiras aproveita e se fizer o segundo, as coisas podem complicar. (OLIVESKI, PROGRAMA 19/10/2016)

Mas quando se trata de situações de gol, é nítida a preferência dos jornalistas da rádio. Os gols de ambos os lados são descritos para o torcedor, assim como o gol do Palmeiras. “Gol! Gol do Palmeiras! Cobrança de escanteio no segundo pau, a zaga do Grêmio ficou olhando e o primeiro a tocar na bola foi Thiago Santos, que colocou ela para dentro” (OLIVESKI, PROGRAMA 19/10/2016). A diferença entre eles é a entonação da voz e as palavras do narrador que demonstram entusiasmo.

Gol! É do Grêmio! É do Grêmio! Éverton cala o Allianz Park! Acredite torcedor gremista! O Grêmio está indo para as semifinais da Copa do Brasil! Acredite, grite, grite e acredite, confie no time do Grêmio! Éverton aos 30 minutos do segundo tempo forma o descontrolado no Allianz Park! (OLIVESKI, PROGRAMA 19/10/2016)

Durante a transmissão, os ouvintes são informados com as principais notícias da semana de ambos os times, escalação e jogadores. O plantonista também atualiza instantaneamente os resultados de partidas que acontecem ao mesmo tempo e a classificação do campeonato disputado.

---

Já tem bola rolando na Copa do Brasil. O Atlético-MG vai perdendo para o Juventude por placar de 1 a 0, no Alfredo Jacone, jogo que começou as 7 e 30 da noite e Eles seguem vencendo o Santos, lá na beira do lago, por 1 a 0. O jogo na Vila foi 2 a 1 para o Santos e eles vão se classificando para a próxima fase. Juventude, se permanecer esse placar, a decisão será nos pênaltis lá em Caxias do Sul (ROLLA, PROGRAMA 19/10/2016).

A rádio interage com os ouvintes através das redes sociais do clube e pelo aplicativo *WhatsApp*, o plantonista lê os comentários recebidos durante a transmissão e convida os gremistas para participarem da cobertura através dos perfis disponíveis no *Facebook*, *Twitter* e no aplicativo oficial do clube para sistema *Android* e *IOS*. Também são feitas promoções para a participação dos torcedores durante a cobertura esportiva.

Na Grêmio Rádio Umbro as propagandas são exclusivas e ainda existem dois tipos de propaganda, os anunciantes e os patrocinadores. Os anunciantes Gatorade, Umbro, Premiere, Hotéis Ibis, Espírito Santo Alfaiataria, Escolas e Faculdades QI, Unilasalle, e o próprio Quadro Social do Clube têm anúncios em formato de spots, veiculados durante os intervalos comerciais da rádio. Nos spots, as empresas divulgam seus produtos com propagandas que falam para o torcedor gremista.

Só no Premiere o torcedor do imortal tem jogos exclusivos do Grêmio no Brasileirão e quem assina pode ver as partidas ao vivo pelo play, *smathphone* ou *tablets*. E não para por aí, parte do valor da assinatura é revertida para ajudar o clube. Premiere, com o Grêmio onde o Grêmio estiver (PROGRAMA 19/10/2016).

As empresas patrocinadoras Tim, Voxx Suplementos, Harman e a rede de *fast-food* do clube, Hamburgueria 1903, divulgam seus produtos durante a jornada esportiva, através da leitura dos radialistas ou promoções envolvendo as marcas. Como é o caso da operadora telefônica TIM, citada sempre que é passado para os ouvintes o telefone de contato da rádio, “nosso *WhatsApp* TIM”.

As transmissões da Grêmio Rádio Umbro exigem dos radialistas mais responsabilidade, porque além de gremistas, eles são jornalistas (NEVES, 2016, entrevista). Durante as coberturas diferencia-se claramente quando os radialistas estão sendo profissionais e quando estão torcendo pelo clube, pois apesar da rádio não buscar o imparcial das informações como foco sempre que necessário noticia com clareza e neutralidade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante as coberturas realizadas pela Grêmio Rádio Umbro, os radialistas alternam os discursos entre informações e opiniões de ambos os times em campo. Apesar de, segundo o diretor de marketing do Grêmio, a rádio ser editorialmente parcial, a imparcialidade é respeitada nas notícias e boletins produzidos pela equipe da rádio. Durante outros momentos das transmissões, os profissionais tornam-se torcedores do clube, mas é possível diferenciar ambas as posturas dos jornalistas. Os comentários oscilam dependendo do comentarista e partida.

Nas transmissões, são utilizados elementos de linguagem radiofônica verbal e não verbal. No uso da linguagem verbal, os jornalistas são objetivos ao noticiar e informar sobre ambos os times. Também pode-se observar o uso de bordões e figuras de linguagem para a interação com os ouvintes e o que eles desejam escutar dos profissionais de uma rádio que fala “de gremistas para gremistas”. Para chamar a atenção dos torcedores, os profissionais ainda utilizam adjetivações, principalmente para referirem-se ao rival futebolístico do Grêmio, Internacional.

A linguagem não verbal é identificada através de trilhas em *background* e do uso de vinhetas, utilizadas para lembrar e enaltecer os gols feitos em partidas anteriores e jogadas bem-sucedidas do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, proporcionando entretenimento ao público direcionado da rádio, os torcedores do clube.

A rádio inicia a transmissão com a pré-jornada, que logo após cede o espaço para a narração da partida e, por fim, ocorre o pós-jogo. Com uma linguagem objetiva e informal, a estrutura das transmissões se repete partida a partida com a presença de um apresentador para a pré-jornada e pós-jogo, narrador, repórteres, comentaristas e plantonista para o jogo. Características comuns de outras programações desportivas são encontradas facilmente durante as jornadas, como a mistura de informação e opinião e a busca por informação.

Assim como outras rádios, a Grêmio Rádio Umbro, embora seja editorialmente parcial, também aborda informações do time adversário a cada jogo. Através de boletins e manchetes, noticia sobre os treinamentos físicos durante a semana, desfalques de jogadores para a partida e a escalação que entrará em campo. O diferencial da rádio, diante os outros veículos, é a cobertura esportiva apenas de partida disputada pelo Grêmio na rodada do campeonato, enquanto outras emissoras precisam transmitir dois ou mais jogos ao mesmo tempo quando estes coincidem.

A rádio não possui uma equipe fixa para a produção de conteúdo exclusivo. Os mesmos profissionais trabalham para outros canais de informação do clube. Por não possuir programação 24 horas, a rádio não trabalha com a instantaneidade da informação em outros momentos que não o do jogo. O torcedor só terá ciência dos acontecimentos semanais pela Grêmio Rádio Umbro quando houver transmissões, ou seja, em dias de jogos. Ao contrário, ele pode acompanhar as notícias em outras plataformas do clube, como o site oficial e perfis no *Facebook* e *Twitter*.

A Grêmio Rádio Umbro possui a mesma programação em ambos os locais de transmissão da cobertura esportiva, seja no *online* ou em FM. Os torcedores podem acompanhar ao vivo a rádio em dias de jogos no site oficial do Grêmio, através de aplicativos para *smartphones* e na frequência modulada 90.3 KHz. As jornadas após serem transmitidas em tempo real, ficam disponíveis nos sites do Grêmio e no *SoundCloud* para livre acesso dos torcedores. Os ouvintes também encontram áudios de gols e as entrevistas coletivas dos jogadores separadas da cobertura nas mesmas páginas.

O modelo das transmissões da Grêmio Rádio Umbro em frequência modulada, segmentada para os torcedores do Grêmio é mais um canal de relacionamento do clube com os gremistas. Porém, apesar de se posicionar editorialmente, a rádio mantém os parâmetros de uma cobertura jornalística. Assim como o Grêmio Foot-Ball Porto Alegre, devido ao avanço das mídias digitais, outras instituições privadas e públicas também passaram a transmitir informações próprias de interesse público, voltados a ouvintes específicos.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antônio Francisco. **Rádio e Internet: recursos proporcionados pela web, ao radiojornalismo**. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, 2009. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9gI8QZp312AJ:xa.yimg.com/kq/groups/21720002/1281940030/name/Radio%2Be%2Binternet.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br> Acessado em: 27 novembro de 2016.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de Radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BOLZAN, Romildo. **Grêmio lança Grêmio Rádio Umbro com transmissão de jogos em FM**. Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/gremio/noticia/2015/01/gremio-lanca-gremio-radio-umbro-com-transmissao-de-jogos-em-fm-4677318.html> Acessado em: 29 de abril de 2016. Zero Hora: Porto Alegre, 2015.

CAPELO, Rodrigo. **Com Umbro, Grêmio leva webrádio para FM e busca mais anunciantes**. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/blogs/especial-blog/dinheiro-em-jogo/post/com-umbro-gremio-leva-webradio-para-fm-e-busca-mais-anunciantes.html> Acessado em: 22 de setembro de 2016. Globo Esporte, 2015.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

DAROIT, Guilherme. **Rádio Grenal: segmentação esportiva no ar**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2014. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/102367> Acessado em: 30 de junho de 2016.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

GRÊMIO. **Site oficial do Grêmio**. Disponível em: <http://www.gremio.net> Acessado em: Maio a Outubro de 2016.

KOCHHANN, Roscéli; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina. **Rádio: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos**. Universidade Federal de Santa Maria. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Radio%20convergencia%20tecnologica%20e%20evolucao%20dos%20dispositivos.pdf> Acessado em: 28 de novembro de 2016.

OLIVEIRA, Lucas da Silva. **Grêmio rádio: o funcionamento da web rádio de um clube de futebol**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/111787> Acessado em: 30 de junho de 2016.

PRADO, Magaly. **Produção de Rádio: um manual prático**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PRADO, Magaly. **História do Rádio no Brasil**. São Paulo: Editora da Boa Prosa, 2012.

PORTELA, Pedro; OLIVEIRA, Madalena. **A rádio na frequência da web**. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:X0O6sPuKX0sJ:revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/880/840+&cd=4&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br> Acessado em: 18 de outubro de 2016. Revista Científica Comunicação e Sociedade, 2011.

SALDANHA, Marinho. **Rádio do Grêmio vira 2ª no Ibope com ‘clima de arquibancada’. Até na Crise**. Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2015/10/28/radio-do-gremio-vira-2-no-ibope-com-clima-de-arquibancada-ate-na-crise.htm> Acessado em: 22 de setembro de 2016. UOL Esportes, 2015.