

Vol 6, Num 02
Edição Julho – Dezembro 2015
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este artigo: CANAVILHAS, João; GIACOMELLI, Fábio Ozorio. O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 06, n. 02, pp. 153-172, jul./dez. 2015.

O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal¹

João Canavilhas²
Fábio Ozorio Giacomelli³

Recebido em: 30 de outubro de 2015.
Aprovado em: 10 de dezembro de 2015.

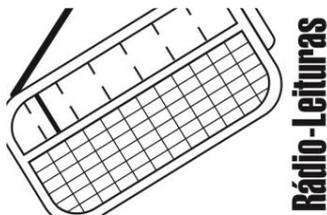
Resumo

A rádio e o esporte, especialmente o futebol, têm uma longa história de sucesso em comum. Apesar do aparecimento da televisão, esta ligação manteve-se forte ao longo das últimas décadas, tendo até sido reforçada graças às novas potencialidades que a Internet ofereceu à rádio. Mas em que medida estas alterações tiveram algum impacto na relação entre a rádio e o esporte? Este estudo visa clarificar qual espaço ocupado pelos conteúdos esportivos na programação e nos sites das rádios do Brasil e de Portugal, procurando ainda verificar a importância do futebol na oferta de notícias esportivas. Para isso, foram analisadas duas rádios brasileiras (Gaúcha e CBN) e duas portuguesas (TSF e Renascença).

¹ Respeitando as marcas de autoria, os editores da revista Rádio-Leituras mantiveram, neste artigo, a grafia original dos autores.

² João Canavilhas é Licenciado em Comunicação Social pela UBI, DEA em Comunicación Audiovisual y Publicidad e doutorado pela Universidade de Salamanca com a tese “Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW”. Atualmente, é professor na Universidade da Beira Interior. A sua área de investigação centra-se no campo das novas tecnologias aplicadas ao jornalismo e à política. Email: jc@ubi.pt

³ Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Pampa. Mestrando em Jornalismo na Universidade da Beira Interior sob orientação do Prof^o João Canavilhas e pesquisador da área de webjornalismo, dispositivos móveis e jornalismo esportivo. Email: fabio@fabiogiacomelli.com



O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

Palavras-chave: Rádio; Jornalismo Especializado; Webjornalismo; Jornalismo Esportivo

Entre os vários jornalismo especializados, o esportivo é, provavelmente, aquele que mais interfere com a paixão da audiência. A natureza tribal do fenômeno, como diz Morris (1982) referindo-se ao futebol, transforma cada jogo numa espécie de batalha estilizada em que os atletas disputam troféus em representação de grupos identificados por cores e símbolos que os distinguem do adversário. O esporte é assim, um campo onde o indivíduo procura o aconchego da comunidade simbólica em que se revê, integrando-se entre pares que partilham as suas convicções.

A mídia não poderia ignorar um fenômeno desta natureza pela força que tem na sociedade, mas também porque, contrariamente ao que acontece noutros campos em que vários grupos competem pela vitória (ex. política), o ritual desportivo tem uma periodicidade semanal, gerando matéria para um grande volume de notícias de interesse geral.

Entre todos os esportes, o futebol é aquele que tem uma expressão verdadeiramente global sendo, por isso, aquele que mais paixões, e milhões, move no mundo. Não é por isso de estranhar que ocupe igualmente maior espaço na mídia esportiva, seja na imprensa, na rádio, na televisão ou na Internet.

Este trabalho incide particularmente sobre o caso da rádio: se procura perceber que espaço ocupa o esporte neste meio, seja na sua versão tradicional (hertziana) seja na versão online. A ideia geral é que o esporte ocupa hoje um lugar idêntico ao das restantes editorias presentes, mas que a distribuição de notícias pelas várias modalidades não é simétrica. Sabe-se que o futebol ocupa um lugar preponderante, mas se desconhece o seu dentro da editoria de esportes.

Para isso, o trabalho começa por abordar o conceito de jornalismo especializado, particularizando o caso do futebol. Seguidamente analisa o caso da rádio, nos formatos tradicional e na Web, procurando afunilar a investigação para o

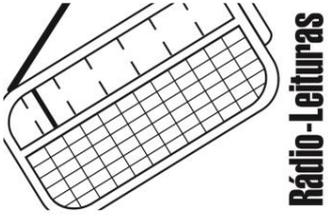
meio estudado. Na parte metodológica é explicada a forma como decorreu a investigação, seguindo-se a análise dos resultados. As conclusões confirmam as hipóteses de partida: o esporte tem um lugar de realce na rádios brasileiras e portuguesas, destacando-se o futebol como modalidade que domina os programas/conteúdos existentes nas versões hertzianas e nas notícias publicadas nos sites.

1. Jornalismo especializado

Dos primeiros impressos aos conteúdos digitais produzidos atualmente, o jornalismo passou por muitas transformações nos campos da produção, da distribuição e do consumo. Neste último campo, as exigências dos consumidores que buscam informação específica sobre determinados temas levou ao aparecimento do jornalismo especializado, uma da informação generalista que visa responder a consumidores interessados em produções temáticas mais específicas, como o esporte, a economia ou a cultura, só para citar três exemplos.

Orive e Fagoaga (1974) defendem que o jornalismo precisa se especializar para suprir as demandas de uma sociedade fragmentada em grupos com interesses tão comuns e, ao mesmo tempo, tão distintos. Essa segmentação vai para além da divisão temática, buscando conteúdos para faixas etárias ou localizações geográficas específicas (Erbolato, 1981). A especialização é como “estrutura de análise da realidade, proporcionando aos receptores uma visão de mundo mais ajustada possível, com uma linguagem aprofundada que atinja os interesses e necessidades deste público” (CANDELAS, 2003 p.59).

O autor afirma ainda que antes de surgir o Jornalismo Especializado, em si, os periódicos buscavam colaboradores que tinham alguma relação com as distintas seções, para que estes pudessem dar consistência e aporte às produções, sendo eles, uma espécie de antecedentes dos jornalistas especializados. As precárias condições em



O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

que se produzia jornalismo na metade do século XX, exigia dos profissionais e da profissão uma reestruturação, baseada em novas formas informativas que buscassem satisfazer a crescente audiência. Candelas (2003) destaca o papel do jornalismo especializado na captação de nichos de consumo, chamando-lhe mesmo uma coluna vertebral para um novo jornalismo.

Nesta perspectiva, a especialização atenderia melhor a sociedade consumidora de informação e o próprio trabalho jornalístico, pois oferece um modo peculiar de contato com fontes e resulta num trabalho melhor elaborado. Para Fernandez del Moral (2004) a especialização é uma forma de penetrar no mundo de algo temático e, através destas técnicas, atender as necessidades dos consumidores destes produtos.

O desenvolvimento do jornalismo especializado está relacionado com a lógica econômica que busca a segmentação do mercado como uma estratégia de atingir grupos que se encontram dissociados entre si. Por isso, como refere Abiahy (2001), o jornalismo especializado tenta ser uma resposta à demanda de audiência homogêneas que buscam informações específicas.

As próprias publicações generalistas segmentam-se em editorias e contratam profissionais especializados para distinguir a sua publicação e criar uma identificação produto-editoria-leitor. O objetivo é construir uma relação mais próxima com a audiência interessada naquele tema, algo que se consegue pelo reconhecimento de que a publicação tem especialistas nessas matérias. Este movimento procura contrariar uma tendência acentuada de vendas nos generalistas vendas enquanto a venda de produções especializadas aumenta (TURNER & ORANGE, 2013).

2. Jornalismo Esportivo

Há muitas teorias sobre os primeiros passos do Jornalismo Esportivo. Alguns autores (LEANDRO, 2008) apontam as crônicas de Homero, em *Ilíada*, como precursores de

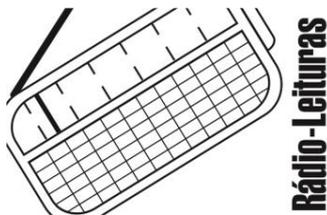
relatos sobre esporte. Outros (GUIMARÃES, 2005) citam até as pinturas rupestres como indícios de relatos esportivos. Um ponto em que todos concordam é no nome e ano de aparecimento do primeiro jornal esportivo: o *Journal des Haras*, lançado na França em 1828. A nível de Brasil e Portugal, focos deste estudo, os primeiros diários esportivos datam de 1924 no caso de Portugal, com o aparecimento do *Diário de Sport* na cidade do Porto, e de 1931, no Brasil, com o *Jornal dos Sports*, fundado por Mário Filho, no Rio de Janeiro. (CASTRO, 1992).

O jornalismo esportivo foi sempre um campo de muita incerteza. Os próprios jornalistas tinham dúvidas em relação a esta especialização. No Brasil, João Saldanha, que foi treinador de futebol e também jornalista, não acreditava que a temática daria certo, mas Paulo Vinicius Coelho (2011) é enfático ao relatar sua importância na história:

Não existia o que se pode chamar hoje de jornalismo esportivo. Mas não fossem aqueles relatos e ninguém jamais saberia, por exemplo, quando e qual foi o primeiro jogo do velho Palestra. Nem do velho Corinthians, nem do Santos, nem que o futebol do Flamengo só nasceu em 1911, apesar de o clube ter sido fundado para a prática do remo 16 anos antes. A primeira cesta no Brasil, o primeiro saque. Tudo foi registrado. Tudo meio a contragosto. Porque nas redações do passado – e isso se verifica também hoje em dia – havia sempre alguém disposto a cortar uma linha a mais dedicada ao esporte. (COELHO, 2011, p. 08)

Barbeiro e Rangel (2006) afirmam que jornalismo é jornalismo, seja ele político, social, cultural, esportivo ou econômico. O esporte demanda um saber específico (SOBRAL e MAGALHÃES, 1999; UNZELTE, 2009) e esta editoria é igual a qualquer outra subdivisão temática que haja na imprensa, pois a notícia esportiva também necessita de pauta, produção, redação, edição como qualquer outra editoria.

Não existe o jornalista de esportes. Existe o jornalista. Aquele que se dedica a transmitir informações de maneira geral, o especialista em generalidades. Que se torna muitas vezes melhor quando é, de fato, conhecedor de um assunto específico. (COELHO, 2011, p. 38)



O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

Alcoba (1979), vai para lá das redações dizendo mesmo que o jornalismo esportivo é uma forma de transpor barreiras, de unir seres humanos de diferentes culturas em torno de uma competição. Ressalta, ainda, que são essas notícias esportivas que rompem barreiras físicas e levam os esportes a lugares desconhecidos.

O jornalismo esportivo não contempla apenas resultados de jogos ou competições, porque relaciona o esporte com a cultura, política ou com a economia. Afinal o esporte envolve temas econômicos de clubes e seleções, envolve cenários políticos de entidades que regulam o esporte como o COI (Comitê Olímpico Internacional) ou a FIFA (Federação Internacional de Futebol), por exemplo, e foram até arma política durante a 2ª Grande Guerra e, mais recentemente, durante a Guerra Fria.

Financeiramente, o esporte é, sem dúvida uma das seções que traz maiores retornos para os conglomerados de mídia. A disputa pelos direitos de transmissão de eventos ou campeonatos é a maior prova desse interesse. Além do valor investido na compra dos direitos de transmissão, a imprensa é obrigada a qualificar profissionais e equipamentos, visando contemplar de forma plural e completa sua audiência, pois é dela que obterá o retorno do investimento (CAMARGO, 2005).

Como qualquer área do jornalismo, o esportivo também deve seguir preceitos éticos. Além das regras fundamentais de deontologia, o jornalista esportivo precisa ter consciência que estará noticiando acerca da paixão de milhões de pessoas, pelo que a sua imparcialidade, por exemplo, é fundamental (ALCOBA 1993).

Atualmente, o jornalismo esportivo é uma das especializações com mais publicações e programas, sejam eles radiofônicos ou televisivos, existindo uma multiplicidade de formatos que procuram interagir com a audiência pois sabem que o esporte desperta paixões.

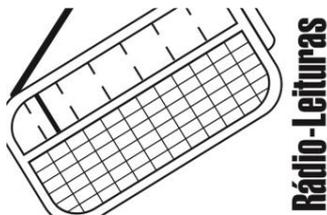
3. Radiojornalismo

A rádio é uma mídia em constante mutação e adaptação. O imediatismo marcou a rádio como o meio que conectava o ouvinte à informação em pouco tempo. Hoje, porém, a rádio tem outras características. Cebrián Herreros (2001), defende a ideia de que junto da informação imediata, a rádio traz história, contextualização e análise.

Lopez (2011), vai um pouco além e ressalta que as tecnologias levarão a rádio para outra mudança em suas concepções e rotinas. Ao sugerir que se repense a linguagem radiofônica, a autora quer que se aproveitem as novas tecnologias para ir além do tradicional. A entonação, a velocidade e a emoção repassada pela rádio, são algumas das características que marcaram o espaço radiofônico no tempo. Porém, hoje podem ser exploradas muitas outras potencialidades intrinsecamente ligadas às formas de consumo dos conteúdos radiofônicos porque o aparecimento da Internet e dos dispositivos móveis abrem um novo mundo de possibilidades. Um dos mais relevantes é conseguir atingir audiências globais graças ao novo meio, passando a chegar a audiências até então inacessíveis pela via do streaming e do podcast.

Mas a grande revolução no panorama radiofônico é o aproveitamento dos próprios sites para geração de conteúdo em texto e vídeo, agregando ao seu elemento natural, o áudio, uma produção multimídia que rivaliza com os restantes meios e permite a sua distribuição pelas redes sociais, possibilitando compartilhamentos e comentários. Lopez (2010), afirma que esses usuários que participam na distribuição de conteúdo, são os ouvintes-internautas, que desta forma recuperam uma das características mais fortes da rádio: a sua interação com a audiência.

A rádio, que começou com emissões locais, passou a ter coberturas regionais com a evolução tecnológica, depois mundiais, graças à Onda Média e aos satélites, reinventou-se com a Internet. Se nos anos 80 do século passado os Buggles cantavam “Video killed the radio star”, na segunda década do século XXI alguém deverá cantar “Internet raised the radio star”.



O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

2.1 *Radiojornalismo Esportivo*

A história da radiofusão em Portugal e no Brasil caminha a par e passo com as transmissões esportivas. Na mesma década em que se registram as primeiras emissões radiofônicas realizaram-se igualmente as primeiras transmissões esportivas. A primeira cobertura esportiva da rádio portuguesa aconteceu em junho de 1930, quando a equipe de esportes do Diário de Notícias utilizou a emissora CT1DE para transmitir uma partida de futebol (SANTOS, 2005).

Já no Brasil, a primeira transmissão esportiva radiofônica aconteceu em 1931, quando a Rádio Educadora transmitiu o jogo entre São Paulo e Paraná, pelo campeonato nacional da época (DALPIAZ, 2002). Desde essa época, o esporte que, majoritariamente dominou essas transmissões, foi o futebol (OTRIWANO, 1999) que se tornou até numa marca diferenciadora da própria rádio. Através dele, os ouvintes são convidados a estarem ligados a um mundo de imagens sonoras capazes de o transportar para dentro do campo onde decorre o jogo. A evolução tecnológica permitiu que esta imagem do “ouvinte dentro do campo” seja cada vez mais real: as ligações em fibra, os equipamentos de emissão/recepção e as próprias condições de trabalho permitem hoje uma qualidade sonora capaz de transmitir todas as sensações do jogo.

Ao fator tecnológico juntaram-se outras duas variáveis: por um lado, uma linguagem rica em figuras de estilo, viva e muito ritmada; por outro, um conjunto de profissionais que oferecem ao ouvinte informações de contexto (estatísticas, antecedentes históricos, etc) sobre o fenômeno esportivo. Em relação ao jornal impresso, a rádio é mais rápida. Em comparação a TV, mais fácil para uma inserção ao vivo. E o jornalismo esportivo depende muito desses momentos. A rádio é, dos tradicionais meios de massa, o que mais veicula esporte. Programas e transmissões ao vivo são frequentes nas grandes de programação. Soma-se a isso, debates, entrevistas e mesas redondas que completam a programação esportiva das emissoras.

No caso português, e particularizando no caso do futebol, os relatos deixaram de ser feitos por um único jornalista com algum apoio técnico para serem agora um

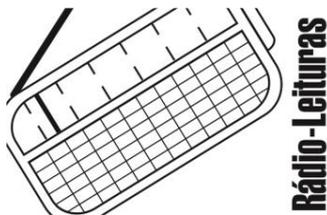
trabalho de equipe. Por norma, para a transmissão de um jogo são convocados um ou dois narradores (quando são dois, cada um acompanha o ataque de um time), um comentarista, um repórter de campo e um coordenador de emissão. Em situações como esta, o relato ganha uma riqueza informativa que rivaliza com os restantes meios da imprensa. O aparecimento da Internet veio dar ainda mais fulgor à rádio graças à possibilidade de aumentar o seu raio de ação e de acrescentar conteúdos multimídia ao som.

3. As rádios na internet

A Internet permitiu à rádio chegar mais longe e com conteúdos mais variados. As limitações técnicas resultantes da potência dos emissores foram ultrapassadas pela possibilidade das emissões em streaming e da disponibilização de conteúdos em podcast. A rádio ganhou assim um novo raio de ação, tornando-se ainda mais global na sua versão tradicional.

Igualmente importante foi a possibilidade de poder ocupar um novo espaço onde a linguagem sonora passou a ser apenas uma das muitas possibilidades de transmitir conteúdos. A multimídia oferecida pela Internet permitiu à rádio evoluir para um modelo mais próximo do meio mais popular, a televisão, abrindo ainda novas possibilidades de aprofundar aquela que é a sua característica de sempre: a interatividade com a audiência. O modelo “rádio companhia” se aperfeiçoou graças ao crescimento da cobertura geográfica conjugada com as novas possibilidades de interação via email e redes sociais. Prata (2007 e 2008) ressaltou que oferecer, além do áudio, também conteúdos imagéticos e textuais ao seu público, ampla possibilidade de canais, intensa interação com o receptor e possibilidade real de produção de conteúdo por parte do usuário é uma prática que reforça os vínculos entre as rádios e a sua audiência.

Além das rádios tradicionais, a Internet também proporcionou a criação das webrádios, que tem suas emissões apenas na rede e produzem todo seu conteúdo voltado para este meio. A pioneira neste segmento, segundo foi a holandesa XR Rádio



O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

(CEBRIÁN HERREROS, 2001), seguindo-se uma explosão de rádios temáticas na Internet semelhante à que ocorreu na Europa no final dos anos 70/início dos 80 com as chamadas rádios livres. A possibilidade de criar um canal radiofônico com um investimento mínimo abriu espaço ao aparecimento de novos formatos e conteúdos que alteraram a própria forma como se faz a rádio tradicional. Conteúdos exclusivos, uso da multimídia, aplicativos para smartphones e interações em redes sociais são algumas formas radiofônicas que emergiram no novo ecossistema graças à Internet e aos dispositivos móveis.

4. Metodologia

O objetivo geral desta investigação é verificar até que ponto a ligação inicial entre a rádio e o futebol se mantém atualmente na sua versão tradicional e se é replicada na mais recente plataforma de acesso: a Internet.

Com essa finalidade optou-se por dividir a investigação em duas partes. Por um lado é feita uma análise das grades de programação tradicional e da importância que é atribuída ao esporte nos sites das rádios. Por outro lado, a investigação procurou saber que relevância tem o futebol na editoria de esporte, tendo para isso procedido à contagem do número de notícias esportivas publicadas nos sites sobre futebol. A hipótese de partida é que o futebol continua a ser o esporte mais noticiado, tanto pela via tradicional (hertziana) como na Web.

A amostra é composta por quatro rádios generalistas: duas rádios brasileiras (CBN e Gaúcha) e duas portuguesas (TSF e Rádio Renascença).

A coleta dos dados nos sites destas emissoras ocorreu nos dias 14, 16, 18, 20, 22 e 24 de outubro, num período compreendido entre às 0h e às 23:59hs de cada um dos dias mencionados. A escolha destas datas justifica-se por contemplar quase a totalidade de dias, possibilitando que fossem analisados segunda, quarta e sexta de uma semana e terça, quinta e sábado na outra, para contemplar quase todos os dias de produção noticiosa dos sites destas rádios. O domingo foi excluído por ser o dia em

que ocorrem a maioria dos jogos dos vários campeonatos de futebol, o que alteraria os dados finais.

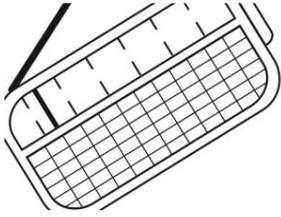
A análise foi efetuada em duas vertentes: ver quantas destas publicações esportivas tinham cunho futebolístico e quantas eram de outros esportes, o que nos permitiu saber se as rádios de Brasil e Portugal tendem a dar mais espaço ao futebol em suas publicações.

Também separamos estas publicações em artigos nacionais e internacionais, para termos noção de quão abrangente é a cobertura nos sites dessas rádios.

No total foram analisadas 230 postagens nos sites das quatro rádios. 52 delas do site da Rádio Gaúcha (Brasil), 61 no site da CBN (Brasil), 79 no site da Rádio Renascença (Portugal) e 38 no site da Rádio TSF (Portugal).

5. Resultados

Um dos objetivos deste trabalho era identificar a importância dada pelas rádios em relação à editoria de esporte nos seus sites. Foi possível identificar que todas elas apresentam em suas abas e/ou menu navegáveis um destaque para a temática de esportes, cada uma com uma chamada própria. Enquanto a Rádio Gaúcha (Brasil) usa diretamente “Futebol da Gaúcha”, com espaço próprio em box ao lado direito do site (Figura 1) a CBN (Brasil) preferiu usar “Esportes” no seu menu navegável (Figura 2), já a TSF (Portugal) usou “Desporto” na barra principal (Figura 3) e a Renascença (Portugal) preferiu associar sua editoria de esportes ao programa da emissora, denominando o menu de “Bola Branca”, marca já identificada em Portugal como programa esportivo (Figura 4).



Rádio-**Leituras**

O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

Figura 1. Página Inicial do site da Rádio Gaúcha



Figura 2. Página Inicial do site da Rádio CBN, com menu ativo



Figura 3. Topo da Página Inicial do site da Rádio TSF



Figura 4. Topo da Página Inicial do site da Rádio Renascença



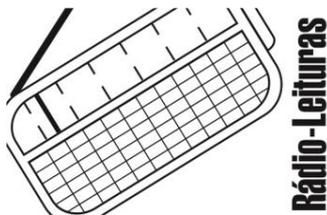
Dentre as publicações na editoria de esportes, vale destacar o método utilizado pela CBN (Brasil). Ao contrário das outras emissoras, a CBN praticamente não utiliza de textos em suas publicações. A grande maioria delas é composta por um áudio, tipo *podcast*, produzido para o site e veiculado como publicação noticiosa do site.

Outro objetivo, o principal da investigação, era verificar se o futebol continua a ocupar um lugar de destaque nos conteúdos esportivos das rádios.

Com essa finalidade, as postagens foram agrupadas em duas tabelas. A primeira traz a divisão por rádio e faz a verificação das publicações futebolísticas x publicações de outros esportes. A outra tabela, engloba as rádios de cada país, fazendo um comparativo entre Brasil e Portugal acerca das mesmas temáticas. Ainda, para completar o estudo, fizemos uma divisão entre publicações nacionais e internacionais. Com esta divisão, foi possível identificar a preferência de conteúdo esportivo das rádios e também se elas saem do foco local, dando espaço em seus sites para publicações internacionais. Tais divisões se justificam a fim de responder os questionamentos propostos no início deste estudo.

5.1 Futebol vs outros esportes

As publicações futebolísticas dominam amplamente os espaços esportivos das emissoras brasileiras e portuguesas.



O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

Tabela 1. Temas das publicações

RÁDIOS	Publicações	Futebol	Outros Esp.
Gaúcha (BRA)	52	51	01
CBN (BRA)	61	41	20
Renascença (PT)	79	62	17
TSF (PT)	38	31	07

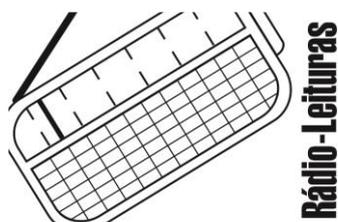
As rádios brasileiras escolhidas para este estudo dedicam 81,41% de suas publicações esportivas para o futebol (92), enquanto as rádios portuguesas dedicam 79,48% das publicações (93), valores muito semelhantes. As 21 (Brasil) e 24 (Portugal) notícias dedicadas a outros esportes são quase uma pequena percentagem das informações esportivas.

No Brasil, a Rádio Gaúcha praticamente não dá espaço para publicações de outros esportes, enquanto a CBN ainda abre seu leque de publicações. Em Portugal, a Renascença é a rádio com mais publicações gerais e também a que mais dá espaço para outros esportes, enquanto a TSF é a rádio com o menor número de postagens durante os seis dias de análise.

Com estes números é possível afirmar que o futebol domina as publicações esportivas nos sites das emissoras de Brasil e Portugal. Das 230 publicações coletadas e analisadas entre todas as emissoras, 185 eram futebolísticas, o que representa 80,43% do total de postagens realizadas nos sites das emissoras.

5.2. Esporte nacional x esporte internacional

Quando a análise versa para conteúdos nacionais e internacionais, a diferença entre uma categoria e outra se amplia. Das 230 publicações analisadas nos sites das emissoras, 192 eram sobre assuntos nacionais e apenas 38 internacionais.



Percentualmente, 83,47% das publicações são de assuntos dos próprios países das rádios.

Destacamos nesta subdivisão, a Rádio Gaúcha, do Brasil: das 52 publicações analisadas, apenas 01 (uma) tinha conteúdo internacional (1,92%). Em termos percentuais, a Rádio CBN dá mais espaço para conteúdos de fora do país, com 22,95%, o que representa 14 publicações, das 61 coletas durante o período de análise. As rádios portuguesas, percentualmente, se equivalem ao publicar conteúdos esportivos internacionais. A Renascença fez 15 postagens com assuntos de fora do país, do total de 79, o que representa 18,98% do conteúdo analisado. Já a TSF tinha 08 notícias com temática internacional, das 38 analisadas, o que representa 21,05% do total.

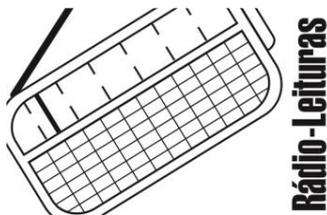
5.3 Grades de Programação

Quanto às grades de programação, as rádios escolhidas diferem bastante.

A Rádio Gaúcha tem, de segunda à sexta, 8:30 horas dedicadas a programação esportiva no decorrer do dia. São cinco programas fixos na grade, que ainda são reforçados por programas de pré e pós partidas de futebol em caso de jogos no meio da semana. Já no final de semana, além de uma programação esportiva que prevê espaço para transmissões de até oito horas, ainda há outros programas de debate e entrevistas. Dessa forma, a Rádio Gaúcha é, das analisadas, a que tem o maior espaço esportivo em sua programação.

A CBN, outra rádio brasileira que integra este estudo, tem apenas dois programas fixos em sua grade durante os dias úteis da semana, que somados tem 1:30 hora da programação diária. No final de semana, as transmissões esportivas ganham espaço na grade da CBN das 15 horas até às 21 horas. No domingo, a emissora ainda tem um programa denominado CBN Esportes com três horas de duração.

A rádio portuguesa TSF tem várias inserções esportivas no decorrer da sua programação, mas com pequenos espaços de tempo. Programas como o “Números Redondos” e o “Jornal do Desporto” ganham cinco e sete minutos respectivamente da programação diária da emissora, que ainda conta com uma edição alargada de 22



O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

minutos do Jornal do Desporto no intervalo do meio-dia e também, separados durante a semana, programas específicos sobre futsal, bicicleta e corrida, com 20 minutos de duração. O programa esportivo mais longo da TSF vai ao ar nas segundas à noite. É o debate “Jogo Jogado”, com 1:10 hora de duração.

A Rádio Renascença aposta em fidelização de marca. O programa esportivo da emissora chama-se “Bola Branca”, tal como a editoria de esportes do seu portal. O “Bola Branca” vai ao ar em três inserções diárias (12h45- 13h; 18h15-18h30; 22h30-23h), que juntas ocupam 1:15 horas da programação. A estas três juntam-se ainda três pequenos apontamentos às 7h30 (títulos da imprensa desportiva), 8h30 e 17h30 onde os assuntos em destaque são abordados em cerca de 2 minutos.

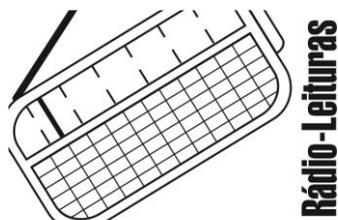
A estes programas juntam-se ainda as transmissões em direto dos jogos dos chamados “três grandes”: Benfica, Porto e Sporting.

Conclusões

O presente trabalho procurava verificar qual a importância da editoria de esporte nas rádios generalistas portuguesas e brasileiras. Se pretendia igualmente averiguar se as notícias futebol são as que ocupam mais espaço nos sites Web destas mesmas rádios.

Historicamente, a rádio tem sido um meio que acompanha sempre os torcedores do futebol. Mesmo quando assistem ao futebol ao vivo ou na televisão, muitos são os que seguem os jogos via rádio para conseguirem explicações mais detalhadas sobre jogadas ou, simplesmente, para viverem a paixão de uma transmissão caracterizada pela vivacidade e paixão do narrador. O imaginário dos torcedores do futebol está cheio de gols cantados nas rádios de todo o mundo e por isso a rádio está umbilicalmente ligada ao futebol.

Tratando-se de um estudo comparativo entre Brasil e Portugal, a primeira conclusão está relacionada com as grades. É inegável que esporte tem um lugar de destaque nas programações de ambos os países, mas as rádios brasileiras dão mais espaço para a programação esportiva, com destaque, para a Rádio Gaúcha, que,



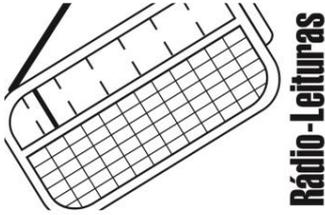
durante a semana, tem mais de oito horas de programação esportiva em sua grade de programação, sem contar as jornadas ao vivo.

No que concerne à presença na Web, a editoria de esporte tem um destaque igual ao das restantes editorias, podendo por isso dizer-se que desapareceu o preconceito inicial em relação a esta especialidade. Neste campo vale a pena destacar a importância que a Gaúcha dá a estas matérias, tendo uma das três colunas informativas iniciais exclusivamente dedicadas ao tema.

Por fim, o trabalho confirma a hipótese de partida: o futebol continua a ser o esporte mais noticiado, independentemente da plataforma. E não se trata de uma pequena diferença porque o futebol ocupa quatro vezes mais espaço do que a soma de todos os outros esportes. A situação merece destaque porque no caso da Web nem se pode falar dos constrangimentos espaço-temporais que afetam os jornais (espaço) ou as rádios e televisão (tempo). Com um espaço tendencialmente infinito, e uma enorme quantidade de informação desportiva em circulação na Internet, os restantes esportes deveria ter uma maior presença. Apesar disso, e tal como acontece na imprensa escrita, o futebol continua a ser hegemônico dentro dos conteúdos esportivos publicados pelas rádios nos seus sites. Embora os resultados tenham sido obtidos apenas em duas semanas de observação, esta tendência foi igualmente notada na fase de testes, pelo que a tendência só poderá ter alguma alteração caso surjam rádios temáticas esportivas. E mesmo neste caso se espera apenas que a proporção seja mais equilibrada, porque o futebol continua a ser a verdadeira a mola real do esporte.

Referências

ABIAHY, Ana Carolina. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>> Acesso em 05 de outubro de 2015.



O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

ALCOBA LOPEZ, Antonio. **El periodismo desportivo em la sociedade moderna**. Madrid: Ed. Augusto Pila Teleña, 1979

BARBEIRO, Heródoto e RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

CAMARGO, Vera Regina. **O pensamento de Antonio Alcoba e sua importância na Trajetória dos Estudos e Pesquisas sobre o Jornalismo Esportivo no Brasil**. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1815-1.pdf>> Acesso em 05 de outubro de 2015.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html> Acesso em 05 de outubro de 2015

CANDELAS, Leopoldo. **Estructura y fundamentos del periodismo especializado**. Madrid: Editorial Universitas. 2003

CASTRO, Ruy. **O Anjo Pornográfico**: a vida de Nelson Rodrigues. São Paulo: Companhia das Letras, 1992

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergencia multimedia**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo : Contexto, 2011

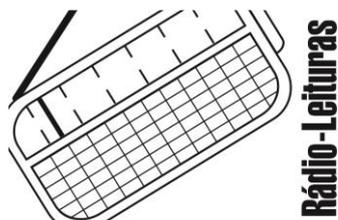
DALPIAZ, Jamile. **O futebol no rádio de Porto Alegre**: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade). Dissertação de Mestrado em Comunicação e Informação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2002. Disponível em: < <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/4124/000347858.pdf>> Acesso em 05 de outubro de 2015.

ERBOLATO, Mário. **Jornalismo Especializado**. São Paulo, Atlas. 1981.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sangra Luzzatto, 2001.

GUIMARÃES, Fernanda. **O futebol no jornalismo esportivo**: o papel da mídia impressa na criação dos ídolos de massa. 2005. Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

LEANDRO, Paulo Roberto. Jornalismo esportivo como especialização capaz de ampliar a autonomia em relação a fontes interessadas em desenvolver carreira política.



Vol 6, Num 02
Edição Julho – Dezembro 2015
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Revista Diálogos Possíveis. Salvador, 2008 Disponível em: <
<http://www.faculdadesocial.edu.br/revistas/index.php/dialogospossiveis/article/viewFile/111/75> > Acesso em 29 de outubro de 2015

LOPEZ, Debora. **Radiojornalismo hipermidiático:** tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: Livros LabCom, 2010

MORRIS, Desmond. **A tribo do Futebol.** Mem Martind: Europa-América, 1982.

ORIVE, Pedro; FAGOAGA, Concha. **La especialización en el periodismo.** Madrid: Dossat, 1974.

PINHEIRO, Francisco. **História da imprensa periódica desportiva portuguesa (1875-2000).** Tese de doutoramento em História – Universidade de Évora. 2009. Disponível em:

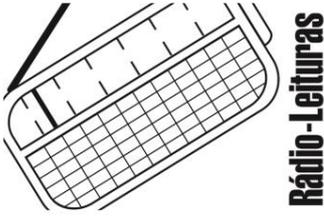
<<http://www.ceis20.uc.pt/ceis20/site/UserFiles/Image/Historia%20da%20Imprensa%20Periodica%20Desportiva%20Portuguesa.pdf>> Acesso em 05 de outubro de 2015

SANTOS, Rogério. **As vozes da rádio, 1924-1939.** Lisboa: Editorial Caminho, 2005

SILVEIRA, Nathália. **Jornalismo Esportivo:** conceitos e práticas. Monografia apresentada como trabalho final da Graduação em Jornalismo. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/22683/000740013.pdf>>. Acesso em 05 de outubro de 2015.

TAVARES, Frederico. O jornalismo especializado e a especialização periodística. **Estudos em Comunicação** n° 5, p. 115-133, 2009. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>>. Acesso em: 05 de outubro de 2015.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo Esportivo:** relatos de uma paixão. São Paulo : Saraiva, 2009.



O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal

João Canavilhas, Fábio Ozorio Giacomelli

Abstract

Radio and sport, especially football, have a long common history of success. Despite the advent of television, this link remained strong over the past decades and has even been strengthened by the new capabilities that the Internet offered the radio. But to what extent these changes had an impact on the relationship between radio and the sport? This study aims to clarify what is the space occupied by the sports content in programming and on the websites of radio stations in Brazil and Portugal, still trying to verify the importance of football in the supply of sports news. For this, we analyzed two Brazilian radios (Gaúcha and CBN) and two Portuguese (TSF and Renascença).

Keywords: Radio; Specialized Journalism; Online journalism; Sports Journalism

Resumen

La radio y el deporte, especialmente el fútbol, tienen una larga historia común de éxito. A pesar de la llegada de la televisión, este vínculo permaneció fuerte durante las últimas décadas e incluso se ha reforzado por las nuevas capacidades que Internet ofrece a la radio. Pero ¿hasta qué punto estos cambios tuvieron un impacto en la relación entre la radio y el deporte? Este estudio pretende aclarar lo que es el espacio ocupado por el contenido de los deportes en la programación y en las páginas web de las estaciones de radio en Brasil y Portugal, todavía tratando de verificar la importancia del fútbol en la oferta de noticias deportivas. Para ello, analizamos dos radios de Brasil (Gaúcha y CBN) y dos portuguesas (TSF y Renascença).

Palabras Clave: Radio; Periodismo Especializado; Ciberperiodismo; Periodismo Deportivo