

Mais show, menos notícia: o rádio esportivo como performance

More show, less news: sports radio as performance

Más espectáculo, menos noticias: la radio deportiva como performance

Carlos Guimarães; Marizandra Rutilli

Resumo

O artigo defende a ideia de que o rádio esportivo é, essencialmente, performático. Trata-se de um desdobramento de outra pesquisa feita por Guimarães (2020), que apontou que os programas de mesa-redonda no rádio esportivo funcionam como se fossem um papo de bar. Neste estudo, a análise será feita em torno da performance dos comunicadores neste cenário. Zumthor (2007), Costa (2010) e Goffman (2014) fornecem o repertório teórico que embasa o conceito de performance, em que os comunicadores são personagens que atuam em cena. São aplicados quatro parâmetros sobre o corpus escolhido: teatralidade, espetáculo, ação e representação (TAYLOR, 2013), reforçando o pensamento de que o rádio esportivo estimula a falação esportiva (ECO, 1984), em que o jornalismo cede lugar à performance.

Palavras-chave: Rádio; Rádio esportivo; Performance; Jornalismo esportivo; Falação esportiva

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 22/03/2022 aceito em: 28/06/2023.

>> Como citar este texto:

GUIMARÃES, Carlos. RUTILLI, Marizandra. Mais show, menos notícia: o rádio esportivo como performance. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 14, n. 01, p. 08-27, jan./jul. 2023.

Sobre os autores

Carlos Guimarães

csquimaraes@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5855-7915>

Professor na ESPM de Porto Alegre, doutorando em Comunicação pela PUCRS, mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS, com especialização em Jornalismo Esportivo pela UFRGS. Integrante do Núcleo de Estudos em Rádio (NER). Autor do livro *O comentarista esportivo contemporâneo: novas práticas no rádio de Porto Alegre* (2018).

Marizandra Rutilli

maryrutilli@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4677-360X>

Docente do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Atua no Projeto de Extensão Cultura Plural da UEPG, coordena o programa de rádio Cultura e Pluralidades pelo mesmo grupo. Integrante do Núcleo de Estudos de Rádio da UFRGS (NER) e do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte da UERJ (LEME). Doutora e mestra em comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Jornalista formada pela Unijuí.

Abstract

The article defends the idea that sports radio is essentially performative. This is an offshoot of another research carried out by Guimarães (2020), which pointed out that roundtable programs on sports radio work as if they were a bar chat. In this study, the analysis will be made around the performance of communicators in this scenario. Zumthor (2007), Costa (2010) and Goffman (2014) provide the theoretical repertoire that supports the concept of performance, in which communicators are characters who act on stage. Four parameters are applied to the chosen corpus: theatricality, spectacle, action and representation (TAYLOR, 2013), reinforcing the idea that sports radio stimulates sports talk (ECO, 1984), in which journalism gives way to performance.

Keywords: Radio; Sports radio; Performance; Sports journalism; Sports talk

Resumen

El artículo defiende la idea de que la radio deportiva es esencialmente performativa. Esta es una derivación de otra investigación realizada por Guimarães (2020), que señaló que los programas de mesa redonda en la radio deportiva funcionan como si fueran una charla de bar. En este estudio, el análisis se realizará en torno a la actuación de los comunicadores en este escenario. Zumthor (2007), Costa (2010) y Goffman (2014) aportan el repertorio teórico que sustenta el concepto de performance, en el que los comunicadores son personajes que actúan sobre el escenario. Al corpus elegido se le aplican cuatro parámetros: teatralidad, espectacularidad, acción y representación (TAYLOR, 2013), reforzando la idea de que la radio deportiva estimula la charla deportiva (ECO, 1984), en la que el periodismo da paso a la performance.

Palabras clave: Radio; Radio deportiva; Performance; Periodismo deportivo; Charla deportiva.

A falação esportiva

Umberto Eco (1932-2016) escreveu em 1969 um ensaio chamado *A falação esportiva*, publicado como capítulo de um livro em 1984¹. O polêmico texto, feito pelo genial escritor que detestava futebol, provoca sobre o esporte

¹ O artigo foi publicado em *Viagem na irrealidade cotidiana*, livro de crônicas, artigos e ensaios de Eco sobre imaginário.

e sobre a imprensa esportiva. Para ele, não importava mais a prática desportiva como essência; no esporte-espetáculo, o fundamental é falar sobre o assunto. Eco cita Heidegger (1927): “falação é a possibilidade de compreender tudo sem qualquer apropriação preliminar da coisa: a falação garante já de saída contra o perigo de falhar em tal apropriação” (HEIDEGGER apud ECO, 1984, p. 225). Para Eco (*idem*, p. 223), o esporte é um discurso sobre a imprensa esportiva: “o discurso da imprensa esportiva é um discurso na medida em que vê o esporte alheio como discurso”. A prática é um discurso sobre o jogo, mediado pela imprensa, repercutido pelo público. Essa é a falação de Eco: o que importa é que se fale.

De acordo com esse princípio de Eco, os comunicadores esportivos não são *jornalistas esportivos*, diante da perspectiva de diversos teóricos que se debruçaram a solidificar uma noção de jornalismo enquanto teoria, ética, mercado, produtor de conhecimento, prática profissional ou mesmo aparato ideológico (LAGE, 2014; MARCONDES FILHO, 2002; TRAQUINA, 2015). Tampouco se baseia na – ainda que, para muitos, obsoleta – premissa de que o jornalismo é um mediador de **uma** realidade. Essa realidade é constituída por dois pontos: o exercício do *10ews judgment* – o julgamento do que é notícia – e por uma realidade socialmente construída através de uma ideia de senso comum (BERGER; LUCKMANN, 1985). Essa “**uma** realidade²” para o jornalista é descrita por Bourdieu como uma operação técnica que observa, seleciona, filtra e transmite as notícias. São os *óculos*: “jornalistas operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado, através de óculos particulares” (BOURDIEU apud TRAQUINA, 2015, p. 75). Lage (2014, p. 20) sintetiza melhor esse compilado de perspectivas:

O jornalismo é uma prática social que se distingue das outras pelo compromisso ético peculiar e pela dupla representação social: jornalistas podem ser vistos, de maneira ampla, como intermediários no tráfego social da informação ou, de maneira estrita, como agentes a serviço de causas consideradas nobres. A razão dessa duplicidade é

² O grifo feito pelo autor visa enfatizar que a mediação da realidade depende de subjetividades, contextos e observações pertencentes a quem busca transmitir essa realidade. Trata-se de uma construção social, um emprego do senso comum sobre o cotidiano.

histórica e suas consequências ganham relevância numa época em que as narrativas impostas se sobrepõem e determinam os fatos.

Entre todas as abordagens, há um consenso: o compromisso do jornalista é com a verdade. Ainda que essa verdade seja transmitida a partir de seleções pessoais, trata-se de uma verdade. Nos tempos atuais em que narrativas se sobrepõem a algumas verdades incontestáveis³, Silva e Laranjeira (2022, p. 12) fazem uma advertência: “A principal consequência da teoria da subjetividade é a desqualificação da verdade enunciada pelo outro sem a necessidade de fazer a demonstração da verdade apresentada como oposta”. Mesmo com essa ressalva, por seu *ethos*, é isso que o jornalista busca. Ele é um profissional que situa sua atividade a partir desta verdade mencionada, ainda que mediando **uma** realidade possível: a sua realidade, com os seus “óculos”. Em suma, são lentes diferentes para um mesmo fim.

E por que o *falador esportivo* de Umberto Eco não está fazendo *jornalismo esportivo*? No seu pensamento, Eco não considera a imprensa esportiva como esse mediador da realidade. Ele transcende e a coloca em outro patamar: a imprensa esportiva modula um discurso sobre o esporte enquanto assistido: uma vez que a falação sobre o esporte dá a ilusão de ter interesse pelo esporte, a noção de praticar o esporte confunde-se com aquela de falar o esporte, o falante se considera esportista e não percebe mais que não pratica o esporte” (ECO, 1984, p.225). É quando o jornalista esportivo assume uma outra função: ele se transforma, então, em um *performer*.

A ideia de Eco é um tanto quanto irônica, mas serve para embasar a proposta desse artigo. Sendo o jornalismo uma construção social de uma realidade e a *falação esportiva* um discurso sobre a imprensa esportiva, Eco está certo em, por outras linhas, afirmar que não existe jornalismo esportivo? As coberturas esportivas funcionam, essencialmente, como coberturas de jornalismo esportivo? Se há encenação, há verdade ou realidade, ainda que selecionada pelos *óculos* de Bourdieu?

³ Silva e Laranjeira (2022) citam o negacionismo científico como forma de ilustrar de que forma uma crença – uma narrativa – se sobrepõe a uma verdade comprovada – chamada de verdade incontestável.

Os debates sobre a cobertura de futebol ser jornalismo ou entretenimento são constantemente realizados sem que se chegue a uma conclusão definitiva. Talvez nem precise. Como coloca Amaral (1969, p. 98), “esporte é, sobretudo, entretenimento e, por isto, editoriais especializadas no assunto gozam com bom grau de independência”. Marques de Melo (2003, p. 115) já situou o jornalismo esportivo como uma cobertura do *esporte-espetáculo*⁴.

Se o que aparece na mídia é o espetáculo e não a prática, todo espetáculo tem o seu palco e os seus artistas. Esse é o ponto-chave deste artigo. Defende-se aqui a hipótese de que o público – os *voyeurs* de Eco – é uma plateia que “assiste” ao espetáculo regido pelos atletas em campo e pelos comunicadores nas cabines e redações. A performance jornalística é um complemento para a performance esportiva, como uma trilha sonora funciona para um filme: é parte do show.

Metodologia e *corpus* da pesquisa

O meio escolhido para análise é o rádio, por dois motivos: a) por uma questão histórica; b) por uma questão conceitual. No primeiro ponto, o rádio sempre teve esse viés espetacularizado nas coberturas esportivas. Ferraretto (2014, p. 217) coloca que “o trabalho do repórter esportivo até meados dos anos 1970 caracterizava-se por uma mistura, nem sempre bem dosada, de informação e opinião, sendo um profissional que calca o seu trabalho na impressão pessoal”. Coelho (2017, p. 7-8) afirma que nos primórdios do jornalismo, pouco se acreditava que futebol fosse assunto sério para estampar as manchetes de primeira página. Era um assunto menor: “Como poderia uma vitória nas raias – ou nos campos, nos ginásios, nas gradas – valer mais do que uma importante decisão sobre a vida política do país?” (*idem*).

O segundo ponto contempla o rádio esportivo enquanto conceito.

⁴ O próprio Bourdieu (1983) já havia utilizado esse termo, diferenciando o esporte como prática do esporte como mídia, chamado por ele de esporte-espetáculo.

Ferraretto (2014, p. 218) pontua que, “com a bola em jogo, há um apelo constante à sensorialidade do ouvinte”. Uma tradicional narrativa jornalística daria conta de explorar essa sensorialidade? Jost (2011) apontou categorias existentes para os modos de emissão da mensagem televisiva. Ele concentrou sua análise na oposição entre real e ficcional na imagem. Ferraretto (2016, p. 150-151), considerando que o assinalado em relação à imagem vale também para a fala, expôs desta forma os modos de emissão apontados por Jost: o rádio é um meio autenticante – ele comprova a realidade –, ficcional – ele pressupõe uma dramatização – e lúdico – ele diverte. A transmissão esportiva flutua entre essas três categorias:

As jornadas esportivas têm, na descrição lance a lance de um jogo de futebol, uma característica autenticante. É o lúdico, no entanto, que faz o ouvinte sintonizar a transmissão. Na voz do narrador, uma partida ganha emoção e o caráter quase ficcional de uma contenda, na qual o gramado transforma-se, hipoteticamente, em campo de batalha e um gol ou uma defesa habilidosa em momento de heroísmo extremo. (FERRARETTO, 2016, p. 154).

Com estas definições, entende-se que o jornalismo esportivo no rádio sempre pendeu para uma espetacularização dos fatos. Este cenário potencializa o lado performático dos comunicadores. Por isso, tem-se como objeto de estudo os programas esportivos de mesa-redonda nas quatro principais rádios de Porto Alegre – Band, Gaúcha, Grenal e Guaíba. Ferraretto (2014, p. 72) aponta que este é um tipo de programa em que “a opinião dos participantes (fixos ou não) constitui a base da mesa-redonda, tipo tradicional de programa radiofônico que procura aprofundar temas da atualidade, interpretando-os”. A escolha se deu pelo modo com que se desenvolve a mesa-redonda esportiva no rádio de Porto Alegre. São programas mais descontraídos, em que a notícia em si serve como um ponto de partida para a apresentação dos argumentos. Por isto, mais propício ao desenvolvimento performático dos comunicadores.

Um primeiro estudo foi feito por Guimarães (2020) em que ele define a mesa redonda como uma extensão do papo de bar. Isto é, ela é uma espécie

de fórum ou painel em que a dinâmica é norteadada por uma conversa informal, como se os participantes estivessem em um ambiente mais livre, como uma mesa de bar. A partir dessa pesquisa, entende-se que o objetivo é analisar a performance dos participantes e o modo com que eles apresentam essa performance. A justificativa para o *corpus* da pesquisa é, portanto, esta: se há o espetáculo esportivo, nos programas de mesa-redonda há uma série de atuações dos comunicadores que encarnam personagens que dramatizam a narrativa, como se fosse um folhetim. Logo, se há dramatização, há performance.

Esta performance será analisada com o aporte metodológico da análise de conteúdo, em que Bardin (2016) recomenda como um dos passos fundamentais a categorização dos objetos, realizada em dois passos: “o *inventário*, que consiste em isolar os elementos, e a *classificação*, que consiste em repartir os elementos e, portanto, procurar ou impor certa organização às mensagens” (BARDIN, 2016, p. 148). A categorização obedece aos parâmetros colocados por Taylor (2013): a) teatralidade – se há uma encenação dos comunicadores; b) espetáculo – se há o uso de hipérboles, figuras de linguagem e exageros entre os comunicadores; c) ação – se há um potencial de transgressão na fala dos comunicadores e d) representação – se há uma “quebra do real” no conteúdo.

Serão analisados os seguintes programas de mesa-redonda: *Dupla em Debate* (Rádio Grenal, de segunda a sexta, das 12h às 14h); *Apito Final* (Rádio Band, de segunda a sexta, das 12h às 14h); *Sala de Redação* (Rádio Gaúcha, de segunda a sexta, das 13h às 15h) e *Ganhando o Jogo* (Rádio Guaíba, de segunda a sexta, das 11h às 13h). É preciso enfatizar que se trata de uma pesquisa exploratória, como se fosse um teste, uma ideia lançada para que um estudo de mais fôlego – como uma dissertação ou uma tese – consiga dar conta efetivamente do que se propõe. Neste sentido, Appolinário (2006, p. 69) indica que na pesquisa exploratória “é como se o pesquisador quisesse fazer uma pesquisa simplificada em uma etapa anterior à pesquisa que, de fato deseja realizar”. Na verdade, a intenção é prosseguir com a pesquisa

anterior de Guimarães (2020), como se fosse uma segunda parte de um estudo maior.

Com isto, foi feita a opção de analisar apenas um dia de programação. A data escolhida foi a segunda-feira, 15 de agosto de 2022. Justifica-se esse dia pelo fato de que Grêmio e Internacional, os dois times mais populares de Porto Alegre, jogaram no final de semana anterior, isto é, há uma pauta relevante no noticiário.

A partir desta análise, chega-se à categorização proposta, com o resultado que indicará se houve performance dos componentes e de que forma ela aconteceu. Serão apontados os seguintes quesitos: se houve teatralidade na fala – dramatização, encenação; se houve uma fala espetacularizada⁵ – mesmo que não se tenha encenação, se há exagero, tom de voz, figuras de linguagem; se houve o que Taylor (2013) chama de ação – uma “transgressão em cena”, uma fuga de roteiro, uma piada; e, por fim, se houve uma representação – uma “quebra do real”, como uma imitação, uma figura ficcional. Esses quatro parâmetros indicarão se há uma performance no conteúdo analisado.

Performance e representação no jornalismo esportivo

O conceito de performance colocado aqui pode ser confundido com o de falsificação. Não é essa a ideia pretendida. Como performance, entende-se que existe uma atuação, um modo de se transmitir o acontecimento. Zumthor (2002, p. 32) coloca que a performance não é simplesmente um meio de comunicação: comunicando, ela o marca. O uso de recursos performáticos serve para estreitar as relações entre autor e público e, no caso, entre jornalista e audiência. Zumthor (2007, p. 31) entende que a performance é um jogo que junta o locutor ao autor e a situação e a tradição: “esse jogo é de aproximação, de abordagem, de apelo, de provocação do outro, de pedido, em

⁵ Com a introdução da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) na indústria cultural, entende-se que a mídia esportiva incorpora características da espetacularização.

si mesmo indiferente à produção de um sentido” (ZUMTHOR apud AMARAL et al., 2018, p. 68). Isto é, quando um comunicador se utiliza de uma performance para divulgar uma notícia, narrar um acontecimento ou transmitir uma informação, ele escolhe o modo com que vai fazer isso de acordo com o que está sendo narrado. Por exemplo, não se divulga a notícia de uma morte com um sorriso no rosto ou um acontecimento positivo com uma entonação triste. A emissão não é apenas o relato: ela é vocalizada, gesticulada, demonstrada.

No jornalismo esportivo, isto é potencializado devido à configuração do que é um jogo de futebol. Essa estrutura dramatiza a linguagem no jornalismo esportivo, potencializa os exageros, as narrativas heroicas, o simulacro de batalha. Por exemplo, quando há a eliminação do Brasil numa Copa do Mundo, o “drama sem fim” (COSTA, 2010, p. 69) passa a ser uma atuação, uma performance. Neste sentido, o jornalismo esportivo se torna performático ou, como situa a pesquisadora, folhetinesco: “os mecanismos narrativos se assemelham aos usados em obras ficcionais, sobretudo, aqueles familiares ao melodrama e ao folhetim” (COSTA, 2010, p. 72):

Muitas reportagens sobre futebol produzidas pela imprensa tem o excesso como marca forte, assim como o suspense, a polêmica e uma visão de mundo maniqueísta, dividida entre o bem e o mal, o certo e o errado, entre heróis e vilões. A ênfase no caráter dramático dos lances de uma partida, em cenas lacrimosas, em depoimentos eivados de emotividade, é constante em muitas reportagens. Tais características se exacerbam nas coberturas da participação da seleção em Copas do Mundo que frequentemente se configuram como um caldeirão de sentimentos diversos, acionados de acordo com o placar final do jogo. Caso o Brasil ganhe, tudo são risos e festa mesmo que antes do jogo a imprensa não tenha poupado a seleção de objeções e críticas. E quando o Brasil perde, tudo são lágrimas e parece errado, mesmo que no dia anterior não tenha faltado exaltação aos craques brasileiros. (COSTA, 2010, p. 67-68)

É difícil imaginar o rádio esportivo sem essa narrativa. Sem a performance, um gol seria apenas um gol, sem um relato emocionado, hiperbólico e exagerado do narrador. Um programa de debates, sem a emoção, seria uma mera mesa-redonda de ponto e contraponto, concordância

e divergência. A mágica do rádio esportivo está nessa performance, que alimenta algo que se associa ao hábito de escuta nas transmissões esportivas: por lidar com paixão, ela estimula o imaginário. Gastaldo (2010) chama esse vínculo de Relações Jocosas Futebolísticas, que funciona como uma fala paralela àquela que acontece no rádio, na forma de “provocações, sátiras, pilhérias, desafios ou apostas, isto é, ‘jogos’ paralelos aos jogos de futebol propriamente ditos. É o papo de bar, tema levantado por Guimarães (2020). Em geral, tais relações ocorrem entre participantes afetivamente vinculados a equipes adversárias, e a jocosidade é manifesta em situações públicas” (GASTALDO, 2010). Desta forma, um torcedor, além de torcer fielmente pela sua equipe, se dedica também a torcer pelo insucesso do principal adversário local quando este estiver em campo, num ciclo interminável de gozações, movido pelo “combustível” da rivalidade clubística. Para Ortriwano (1985), o rádio esportivo é um segmento que se destaca historicamente pelo potencial participativo do público e se notabiliza como um dos que mais suscitam opiniões na programação radiofônica. Um dos fatores que justificam esse cenário é o fato de o rádio esportivo explorar a emoção e o imaginário do torcedor, mexendo, dessa forma, com uma das grandes paixões do brasileiro, que é o futebol. Tal visão é reforçada por Guerra (2006, p. 143): “O rádio esportivo apresenta como característica que fascina o torcedor essa mistura de razão e emoção. No rádio, mais do que entender o que se transmite, é preciso compreender o que quem está do outro lado espera da narrativa”.

Esse tom passional da narrativa esportiva é potencializado a partir do uso abundante de figuras de linguagem, como metáforas, hipérboles e onomatopeias, incorporados ao discurso do comunicador no rádio esportivo, com base no linguajar futebolístico, que estimulam o “imaginário popular” (ABREU, 2001, p. 2). Por isso, a narração é repleta de bordões, com um ar mitológico, em que os personagens do jogo são alçados à condição de “heróis” e “vilões”. Borzilo e Magnoni (2009) consideram que esses recursos são usados para chamar atenção para a participação do ouvinte justamente

pelo lado sensorial. É o que Costa (2010) chama de “folhetinização da notícia”: no jornalismo esportivo, é a performance que busca estreitar esse elo entre a imprensa (emissor) e o público (receptor).

Mesmo sendo uma característica marcante essa narrativa melodramática, a ideia da performance ganha força na medida em que com maiores possibilidades de circulação de notícias, a narrativa do exagero parece pender mais para o espetáculo que para o jornalismo. Os parâmetros de narrativa jornalística se enfraquecem diante da necessidade de conquistar audiência⁶. Essa lógica é bastante perceptível no universo das redes sociais, mas, levantando a lógica da *midiamorfose* (FIDLER, 1998), em que uma mídia naturalmente incorpora elementos de outra mídia, atinge o rádio. A performance, por exemplo, é vista em programas de debates esportivos. No artigo *O ouvinte e a mesa-redonda esportiva no rádio: uma extensão do “papo de bar”*, o primeiro autor defendeu a hipótese de que um debate esportivo funciona como uma conversa entre amigos em um ambiente descontraído, como um bar. É um desdobramento de pensamentos que reúnem McLuhan (1964, p. 336), que define o rádio como um tambor tribal, uma extensão de sentimentos e com uma potencialidade de conexão que ele classifica como uma experiência particular, e de Brecht (1927-1932), que realizou um compilado de textos que traz uma das melhores definições sobre o que é o rádio: ele é um companheiro (BRECHT, 2000, p. 272).

Esta definição coloca o rádio em um patamar de intimidade, conforto e proximidade entre comunicador e ouvinte. Quando o debate é um *papo de bar*, o ouvinte se sente pertencente a esse ambiente. E, se há ali a *representação* de um papo de bar, existe, por consequência a representação de personagens. O jornalismo, em sua essência, não produz essa relação afetiva. É preciso assumir um papel. Goffman (2014) afirma que o indivíduo adota máscaras conforme o lugar que ele representa em diferentes ambientes sociais. Para cada situação, há um diferente comportamento, que o representa de acordo

⁶ Ganhar audiência no ecossistema de redes sociais significa ter *likes*, cliques, compartilhamentos e visualizações.

com o que ele deseja. Se a intenção é aproximar, é preciso assumir um papel diferente do jornalista. É quando o rádio se faz palco e a audiência se faz plateia. Estes *papéis* são as performances dos jornalistas, que se tornam personagens nestes programas. O ponto que colocamos neste artigo é justamente pensar de que forma acontece essa performance e, ainda, se essa performance é preponderante sobre o que é considerado jornalismo.

A performance no rádio esportivo de Porto Alegre

As quatro principais emissoras de Porto Alegre (Band, Gaúcha, Grenal e Guaíba) possuem uma programação esportiva intensa. Destas, a Grenal dedica integralmente sua grade ao noticiário de futebol. A dupla Grenal, isto é, as notícias sobre os dois grandes clubes da cidade, o Grêmio Football Porto-Alegrense e o Sport Club Internacional, é a principal pauta destas emissoras. Historicamente, o rádio de Porto Alegre foi marcado como um meio que repercute essa rivalidade, construída culturalmente através dos anos:

Desde o início da trajetória do clássico, difundindo a rivalidade, criando costumes e sistematicamente acompanhando os passos de Grêmio e Internacional, esteve a imprensa. Inicialmente, apenas os jornais faziam esta cobertura diária. Com o passar do tempo, a televisão, a internet e, especialmente o rádio, passaram a repassar para os espectadores os detalhes públicos e de bastidores a respeito dos dois grandes clubes de Porto Alegre. A imprensa desenvolve, portanto, papel preponderante para a implantação, difusão e manutenção desta rivalidade. Em especial, o rádio assume uma função única, pois é o único meio por onde, nos tempos modernos, todos os jogos da Dupla Grenal são transmitidos ao vivo. Ou seja, a construção de uma cobertura esportiva passa, necessariamente, pela consolidação de um campo que se abre com a popularização do futebol no Brasil. (GUIMARÃES, 2018, p. 34)

A cobertura da dupla Grenal é apoiada justamente nos sentidos de performance mencionados anteriormente. Trata-se de uma construção quase perfeita dessas alegorias que o rádio esportivo alimenta através do imaginário. Quem torce para um clube naturalmente torce contra o outro. Não há meio-termo. Com isso, os ouvintes não acompanham apenas as notícias de seu time; também prestam atenção naquilo que é dito sobre o outro time,

no sentido de, além de estar inteirado sobre os acontecimentos da sua equipe favorita, saber o que se passa com o adversário, em nome da *secação*⁷.

As redes sociais, em que o torcedor se torna igualmente um produtor de conteúdo, aquele que vê e é visto, estimularam a ideia da performance. Considerando que elas são uma espécie de fórum para a *falação esportiva*, dentro da lógica de que os meios incorporam naturalmente características de outros, o rádio também agregou características que são próprias das redes sociais. A Rádio Grenal é um exemplo disso. A programação consiste basicamente em *falar sobre futebol*, a notícia fica em segundo plano para o debate. Seus programas possuem uma característica em comum: são grandes fóruns de debate, em que os comunicadores debatem os acontecimentos com o apoio dos ouvintes, que participam da programação através dos canais de interatividade, como o WhatsApp.

Dupla em debate é uma mesa-redonda em que os jornalistas do programa dividem espaço com representantes de Grêmio e Internacional. A notícia é o pretexto, uma espécie de pano de fundo. Ao ser veiculado, o fato é levado para debate, em que a formatação do que é dito em nada se difere do “papo de bar”. O debate funciona como se fosse um *show*: há gozação com o rival, encenação dos integrantes, que se mostram mais ou menos exaltados, ironias e uma espécie de *batalha pela razão*: o debate, ao invés de levantar dados, torna-se um simulacro da própria rivalidade. No período de análise proposto, os quatro elementos para definir a performance no jornalismo foram atendidos: há a teatralidade, pois os comunicadores encenam suas reações para gerar engajamento; há o espetáculo, uma vez que o debate possui um exagero retórico; há a chamada ação, na medida em que as falas dos integrantes transcendem o jornalismo; e há a representação, visto que, ali, quebra-se o real, que é o jornalismo ou a notícia, gerando um conteúdo que visa introduzir o público nesse debate.

A Gaúcha, mais tradicional, reserva para o horário do *Sala de Redação*,

⁷ Na linguagem do futebol, *secar* significa torcer contra.

o mais conhecido programa de debates de Porto Alegre, essa ideia de performance. Os outros programas ainda obedecem a uma lógica jornalística, seguindo o formato de *resenha esportiva*, isto é, atrações em que a notícia é o principal e não esse pano de fundo para as encenações. Os quatro pontos são efetivamente vistos no *Sala de Redação*, que muitas vezes se torna uma simulação de peça teatral, com todos os elementos da *falação esportiva* ou do *papo de bar* presentes: gremistas contra colorados, ironias com o adversário e tradicionais picardias existentes na rivalidade Grenal.

Esse caminho também é seguido pelo *Apito Final* na Band. Enquanto os demais programas da emissora colocam a notícia em primeiro plano, no programa de debates todas aquelas características que servem para categorizar a performance estão presentes. Na Rádio Guaíba, o programa *Ganhando o Jogo* também adota esse formato, em que há uma encenação dos integrantes em busca de introduzir o ouvinte no debate. Nestas duas emissoras, as demais atrações da grade se situam entre resenhas esportivas, ou seja, noticiário e entrevistas.

O quadro abaixo analisa os momentos em que houve performance dos participantes e de que forma aconteceu essa performance.

Quadro 1: características dos quatro programas de mesa-redonda das quatro principais emissoras de rádio de Porto Alegre quanto à performance.

	Teatralidade	Espetáculo	Ação	Representação
Dupla em Debate – Rádio Grenal	Há elementos de teatralidade ao longo de todo o programa. Muitas vezes, os comunicadores respondem com ironia ou indignação às provocações dos ouvintes. Na dinâmica do debate, também há	Praticamente toda fala é espetacularizada, com entonação, vocabulário e exageros próprios do jornalismo esportivo.	A transgressão do conteúdo acontece quando se fala sobre questões pessoais, nas ironias entre os participantes fora dos assuntos propostos e em provocações que fogem do jornalismo.	Cada comunicador exerce um papel nos debates.

	uma variação do humor que visa provocar o colega de bancada.			
Sala de Redação – Rádio Gaúcha	O Sala de Redação é um programa extremamente teatral. Segue um roteiro em que cada componente já possui uma fala pronta para provocar um colega.	A fala é espetacularizada, a fim de potencializar o impacto do debate.	A transgressão é vista no Sala de Redação quando o jornalismo ‘escapa’ para o entretenimento.	No Sala de Redação, cada comunicador se associa a um personagem. Há o cômico, o crítico, o ponderado e o desligado, por exemplo.
Rádio Band	Existe uma encenação para reforçar os sentimentos, como a indignação, a crítica e o momento engraçado.	Como característica do jornalismo esportivo, a fala é espetacularizada.	A transgressão é vista, ainda que de forma tímida, quando assuntos de pouca relevância ao ouvinte são levantados pelos integrantes.	Há menos performance, mas é possível detectar em alguns momentos que há uma representação por parte dos comunicadores.
Rádio Guaíba	No programa Ganhando o Jogo, há encenação na fala, com o objetivo de trazer o ouvinte para o debate, deixando-o como pertencente ao mesmo.	O debate é feito com a espetacularização das falas e das abordagens.	A transgressão é vista no Ganhando o Jogo. Por vezes, o debate abandona o futebol e transcende para outros temas e performances.	No Ganhando o Jogo, também existe a ideia de criar um personagem no sentido de reforçar características de cada integrante.

Fonte: autores (2022)

O quadro apresentado revela situações semelhantes entre os quatro programas analisados. Em geral, são programas em que a notícia é realmente um pano de fundo e o debate adota esse tom folhetinesco. Parece que todos possuem o mesmo roteiro: a notícia, a apreciação do fato por cada integrante, uma divergência lançada, ponto, contraponto e a exaltação em cima da defesa desses argumentos. É nessa exaltação que se identifica a performance. No sentido de reforçar o que cada um pensa, entra em cena um personagem, que

busca assumir uma condição de ator e não de jornalista. Neste ponto, há a representação. Quando o assunto se esgota, a descontração retorna ao programa e assuntos que não são relevantes são levantados pelos debatedores, ou seja, há a chamada ação, ponto que Taylor (2013) indica como uma transgressão ou uma fuga da pauta principal. Já a espetacularização é vista como uma marca tradicional do radiojornalismo esportivo. Dos quatro itens propostos pela análise, ela é a mais presente.

Considera-se, portanto, que os quatro programas analisados estimulam a chamada *falação esportiva* por meio de performances que conferem aos participantes personagens que buscam dramatizar suas participações. Com isso, atinge-se, ainda que como um teste ou uma ideia, o ponto inicial do estudo: não é pelo jornalismo que se desenvolve um programa de mesa-redonda; é por esta *falação*, em que a performance ou a atuação prepondera sobre a prática jornalística.

Considerações finais

Os debates esportivos no rádio de Porto Alegre têm uma dinâmica mais semelhante à de um programa de entretenimento que de um programa jornalístico. A notícia é um pretexto, um pano de fundo. A partir da veiculação do assunto principal, segue-se um roteiro que se incorpora ao debate como se fosse realmente um folhetim. A novela, presente no cotidiano do brasileiro, acaba sendo incorporada à narrativa dos programas nas falas dos comunicadores e no modo com que se segue a atração. Todos os clássicos elementos dessa narrativa foram vistos nos quatro programas analisados: há o núcleo do protagonista (a dupla Grenal) e do antagonista (o adversário); o herói (o destaque da rodada) e o vilão (o treinador, um jogador que atuou mal ou um atleta do oponente); a história de superação (um atleta que superou as expectativas), de reconciliação (quando a torcida aplaude), de tragédia (a derrota) e de final feliz (a vitória). Esse roteiro não é visto apenas nos programas de debate. É a base com que o rádio esportivo transmite os jogos e os campeonatos para o público.

Essa forma de repassar os acontecimentos não se dá pelo jornalismo. Com sua técnica, seu rigor e seu próprio *ethos*, uma narrativa jornalística não teria força para penetrar no imaginário do torcedor. É preciso lembrar que no futebol a relação é passional, ou seja, não atende a um público que estaria disposto somente a meramente acompanhar o noticiário esportivo. Para adentrar o imaginário da audiência, é preciso recorrer a estes recursos linguísticos e discursivos. É onde entra a performance. O público não é plateia apenas ao assistir ao jogo; ele é plateia também ao ouvir o jogo e ao ouvir a programação. Se há plateia, há palco, que é a emissora de rádio. E, se há palco, há atores e há performance. Logo, o comunicador não precisa atuar somente como jornalista para atender a essa demanda. Ele deve ser, também, um ator; um *performer*.

Esse cenário foi acentuado com as redes sociais, com a plataformização dos conteúdos e com as transformações que a TV aberta ofereceu ao noticiário esportivo. A *midiamorfose* do rádio esportivo é fruto dessas alterações. Hoje, se faz jornalismo esportivo em televisão como um *show* para o espectador do sofá. Não é mais apenas sobre futebol, é sobre futebol contado de um jeito a engajar todos os espectadores de casa, inclusive aqueles que não gostam de futebol. A presença de aplicativos como o Instagram e o TikTok, em que o entretenimento e as correntes de performances são compartilhados⁸, também interfere no modo com que o rádio vai atuar. Se há um público que está inserido nessa dinâmica de rede social, é preciso trazê-lo para o rádio. Não é somente a partir do transbordamento do rádio para outras mídias que isso acontece, é também pela apropriação desses conteúdos que ele se transforma.

Esses conteúdos são essencialmente performáticos. Isso faz com que o jornalismo em rádio seja tensionado pelo entretenimento em rádio. Ou, então, que esses dois eixos se misturem. Não se trata aqui do conceito de *infotainment*, a junção entre informação e entretenimento. Se trata,

⁸ Popularmente conhecido como *memes*.

efetivamente, de performance, vista neste estudo através dos paradigmas criados por Taylor (2013). Por um lado, a tradição ainda segura um tanto os modelos jornalísticos culturalmente veiculados nas emissoras de conteúdo esportivo. Porém, é perceptível, cada vez mais, a influência das redes sociais e da ideia de integrar o cotidiano do ouvinte às programações. Por isso, a encenação, como se fosse um papo de bar; por isso, a ação, uma transgressão do jornalismo em troca de passar a impressão de que o comunicador é *gente como a gente*. Por isso, a representação, em que cada radialista assume um papel, um personagem. E, junto a tudo isso, a presença marcante do espetáculo, característica marcante do rádio esportivo desde seu início.

Cabe ressaltar que esta pesquisa é exploratória. Trata-se de uma ideia semeada pegando como exemplo um *corpus* pequeno, como forma de sintetizar, de forma embrionária, a premissa levantada. Por isso, optou-se por fazer um resumo do que se entendeu por performance em cada programa ao invés de uma descrição exata do que foi dito e da forma que foi dito. Reitera-se que um estudo com mais fôlego, como uma dissertação ou uma tese, responderia com mais amplitude essa questão identificada pelos autores. A questão preponderante é seguir uma linha que se dedica a compreender a comunicação atual, entendendo que este é um desdobramento natural do rádio esportivo. Ele sempre foi um *show* e sempre foi estimulante da *falação esportiva*. Entretanto, a ideia foi apontar que a performance vem tomando uma proporção maior no sentido de engajar o público e de conquistar a audiência. A *falação* é protagonista e não o jornalismo. E para a *falação* atingir seu objetivo, é preciso que tenha performance.

Referências

ABREU, João Batista de. **Metáforas, hipérboles e metonímias, uma jogada de efeito** – o discurso do radiojornalismo esportivo. Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Campo Grande: UFMS, UNIDERP, UCDB, 2001.

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência**. São Paulo: Thomson, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BERGER, Peter.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1985.

BORZILO, Andressa; MAGNONI, Antônio Francisco. **As características da linguagem do radiojornalismo esportivo**. II Simpósio de Comunicação e Tecnologia Cidadã: Bauru, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BRECHT, Bertolt. "Ao pequeno aparelho de rádio". In: BRECHT, B. **Poemas**. 1913-1956. São Paulo: Editora 34, 2000.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2017.

COSTA, Leda Maria da. Futebol folhetinizado: a imprensa esportiva e os recursos narrativos usados na construção da notícia. In: **Comunicação e Esporte**. Vol.17, N°02, 2º semestre 2010.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

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

FERRARETTO, Luiz Arthur. A autentificação da realidade pelo radiojornalismo: pistas para compreensão do papel do âncora, do comentarista e do repórter no século XXI. In: ROSÁRIO, Nísia Martins do; SILVA, Alexandre Rocha da (Org.). **Pesquisa, comunicação informação**. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 147-163.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis**. Comprender los nuevos medios. Buenos Aires: S.A. Ediciones Granica, 1998.

GASTALDO, Édison. As relações jocosas futebolísticas: futebol, sociabilidade e conflito no Brasil. **Mana**: Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 311-325, 2010.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2014.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV: o jogo da narração**. A imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2006.

GUIMARÃES, Carlos. **O comentarista esportivo contemporâneo**: Novas práticas no rádio de Porto Alegre. Curitiba: Appris, 2018.

GUIMARÃES, Carlos. O ouvinte e a mesa-redonda esportiva no rádio: uma extensão do “papo de bar”. **Revista Âncora**: revista latino-americana de jornalismo, João Pessoa, v. 7. n.1, p.322-341, jan./jun.2020.

LAGE, Nilson. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. In: **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, vol.1, n.1 p.20-25, Jan-Jul, 2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**: A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2002

MARQUES DE MELO, J. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Juremir Machado; LARANGEIRA, Álvaro. Teorias do jornalismo – a hipótese do mediador complexo: da isenção (possível) à independência (necessária). In: **Galáxia**, São Paulo, PUC-SP, 2022.

TAYLOR, Diana. **O arquivo e o repertório**: performance e memória cultural nas Américas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo – Volume II**: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2015.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.