

**UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO**

**JOÃO RAFAEL PANCHONI VENÂNCIO**

**RÁDIO GOL – PRODUÇÃO DE UMA SÍNTESE  
RADIOFÔNICA SOBRE FUTEBOL**

BAURU  
2017

**JOÃO RAFAEL PANCHONI VENÂNCIO**

**RÁDIO GOL – PRODUÇÃO DE UMA SÍNTESE  
RADIOFÔNICA SOBRE FUTEBOL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração como requisito para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Daniela Pereira Bochembuzo.

BAURU  
2017

Venâncio, João Rafael Panchoni

V462r

Rádio gol – produção de uma síntese noticiosa sobre futebol / João Rafael Panchoni Venâncio. -- 2017.  
58f.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Daniela Pereira Bochembuzo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade do Sagrado Coração - Bauru - SP

1. Jornalismo. 2. Síntese noticiosa. 3. Futebol. 4. Radiojornalismo. 5. Jornalismo esportivo. I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.

**JOÃO RAFAEL PANCHONI VENÂNCIO**

**RÁDIO GOL – PRODUÇÃO DE UMA SÍNTESE RADIOFÔNICA  
SOBRE FUTEBOL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração como requisito para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Daniela Pereira Bochembuzo.

Bauru, 00 de novembro de 2017.

Banca examinadora:

---

Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Daniela Pereira Bochembuzo  
Universidade do Sagrado Coração

---

Prof. M. Lucas Azevedo  
Universidade do Sagrado Coração

---

Denilson Mônaco  
Jornalista

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus por ter me dado forças durante estes quatro anos na Universidade e ter me amparado durante todos os momentos difíceis nos quais me vi, em situações em que pensava que não teria forças para me recuperar.

Gostaria também de agradecer aos meus pais, Ademir Venâncio e Vera Lúcia, por terem me ensinado desde criança que nós somos quem somos devido ao nosso caráter e à nossa educação e de terem me ensinado a importância do trabalho duro na nossa vida e da honestidade. Sem eles, com certeza, eu não estaria escrevendo isto.

Aos meus demais familiares: Maristella, Paulo, Edumina, Rafael, Kátia, Karina, João, Alzira, Anderson, Camila, Isabel, Cláudio e Fábio e todos os demais, agradeço por verem potencial em mim e sempre me apoiarem, desde o início da minha vida até aqui.

Quero agradecer também à minha orientadora, Daniela Bochembuzo, que me ajudou no momento mais difícil de toda minha jornada, fazendo com que eu não desistisse deste projeto. Ela acreditou em mim quando nem eu mais acreditava. Foi uma pessoa muito importante durante minha jornada e quem – com certeza – levarei para a vida toda. Exemplo de profissional, de mãe, de professora, de pessoa e de caráter.

Ronaldo Carvalho, que foi uma peça importantíssima pra mim, desde o começo da faculdade. Um grande amigo que colaborou com este projeto em sua reta final, compondo a equipe do Rádio Gol. Uma pessoa que merece todas as bênçãos do mundo em sua vida.

Alex Costa e Leandro Zacarim, técnicos do Laboratório de Rádio da USC, que se empenharam durante o projeto e não mediram esforços para que o trabalho fosse executado na melhor das versões.

Rodrigo Ramires, Roberto Valin e Luiz Augusto Salles Campbell Ramos também me ajudaram no projeto, na época da criação do programa, no quinto semestre do curso de jornalismo da Universidade. Sem eles, nada teria acontecido.

Aos meus amigos de van, que viajam todos os dias comigo. Eles foram o meu desafogo nesta etapa da vida. Sempre com risadas e momentos de descontração.

Denis Eric, Guilherme Soares, Nathália Piccoli, Mayrilaine Garcia, Amanda Sanches, Ana Beatriz Casalli, Guilherme Dorini, Roque Marques Neto, Abner Bento, Rafael Barbosa, Felipe Matheus de Sousa, Gabriel Ferracini, Leonardo Lopes, João Gabriel Falcade, Beatriz Vieira, todos os meus amigos presentes na Universidade também foram vitais para esta conquista.

Quero agradecer também ao *hip hop*, que foi minha trilha sonora de incentivo durante toda essa caminhada, me ensinando que não há limite para o nosso sonho e é nosso dever realizá-lo.

## RESUMO

Este trabalho visa à realização de um produto em formato de síntese noticiosa, segmentado em futebol e de exibição diária, denominado “Rádio Gol”. A proposta é que o programa, com uma duração de, no máximo, 10 minutos, aborde o conteúdo de futebol mundial, nacional e regional por meio de formatos informativos e acompanhados de comentários. Entende-se preliminarmente que este formato é viável para ser executado em uma rádio comercial do interior de São Paulo. Para a realização do trabalho, o percurso metodológico envolveu pesquisa bibliográfica e pesquisa documental descritiva dos programas “O Lado B da Bola”, da Rádio CBN, e “Camisa Dez”, da Jovem Pan AM. Os dados obtidos foram aplicados no desenvolvimento do produto, o que acaba por caracterizar esta pesquisa como de finalidade aplicada. Acredita-se que seu diferencial resida no fato de levar um conteúdo diferente ao público em um curto período de tempo, permitindo ao ouvinte ficar bem informado e contextualizado aos fatos do futebol.

**Palavras-chave:** Futebol; Jornalismo esportivo; Rádio; Radiojornalismo; Síntese noticiosa.

## **ABSTRACT**

This work visits to the production of a product in a format of notice synthesis, with the segmentation to the soccer. The program called "Rádio Gol", would be displayed daily. The proposal is of a program, with a duration, at the maximum, ten minutes, that brings the contents of world and national soccer. The proposal is to enable the format and to make the program to be executed in a radio of the inside of São Paulo. The project was based on a discipline of the University, in which students developed the model of news synthesis. For this final version, it was discussed from "O Lado B da Bola", from Rádio CBN and "Camisa Dez", from Rádio Jovem Pan AM. It is believed that it's differential will be the fact of a public in a short time period, by making the listen contextualized with the facts of the soccer.

Key words: Soccer; Journalism; Sports journalism; Radio; Radiojournalism; News synthesis.



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	10
1.1	PROBLEMA.....	13
1.2	HIPÓTESES.....	13
1.3	OBJETIVOS .....	13
1.4	JUSTIFICATIVA.....	10
<b>2</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	12
<b>3</b>	<b>HISTÓRIA DO RÁDIO</b> .....	11
3.1	JORNALISMO NO RÁDIO .....	12
<b>4</b>	<b>GÊNEROS JORNALÍSTICOS</b> .....	10
4.1	SÍNTESE NOTICIOSA .....	13
<b>5</b>	<b>DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO</b> .....	16
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	10

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda a produção de um modelo de síntese noticiosa radiofônica com comentários sobre futebol, de abrangência regional, nacional e internacional, norteado por critérios de noticiabilidade como atualidade, relevância e excepcionalidade.

No Brasil, o futebol e o rádio possuem uma relação longa e cheia de glórias, como atesta Ferraretto (2001, p. 315): “A importância do esporte no dia a dia das grandes emissoras do país pode ser atestada por uma constatação: o primeiro setor organizado para a cobertura esportiva é anterior ao surgimento das redações estruturadas de noticiários [...]”.

Isto foi possível porque as primeiras transmissões de partidas esportivas começaram nas primeiras décadas do século XX, antes mesmo do surgimento do radiojornalismo e da popularização do rádio.

Posteriormente, com a chegada do transistor, que favoreceu o uso de pilhas para que o aparelho funcionasse, o preço do aparelho diminuiu, favorecendo a popularização do produto. A nova tecnologia também permitiu que as transmissões à beira do campo comesçassem a ser realizadas, tornando o rádio móvel. Foi possível agregar portabilidade ao rádio, seja para produzir conteúdo in loco ou para recepcionar a mensagem. Assim, torcedores puderam acompanhar os jogos em qualquer lugar.

Paralelo à massificação do rádio no futebol, a televisão começou a aparecer em alguns lares brasileiros e foi ganhando aos poucos a preferência das pessoas, entre as décadas de 1950 e 1970. Não bastasse a concorrência com a imagem e, após isto, as cores (em 1950 veio a televisão; as cores vieram em 1972), o rádio ganhou outro grande concorrente a partir de 1995: a internet.

Para tentar sobreviver perante os concorrentes, o meio rádio tomou um caminho diferente. Ao invés de ser encontrado apenas em uma plataforma, o rádio se uniu à televisão e à internet. Exemplo disso é a tentativa de atrair ouvintes para participação via internet por canais de comunicação da rádio. Em alguns programas, os participantes mencionam o perfil de comunicação da rádio ou comentam em tópicos; em outros eles criam uma determinada *hashtag* para acompanhar ou, em casos como o Jornal do Esporte, da Rádio Bandeirantes, é permitido até o envio de

áudio dos ouvintes para que ocorra uma interação entre ouvinte e meio, podendo fidelizá-lo ainda mais ao grupo de comunicação.

Esse exemplo demonstra que, apesar do avanço massivo da tecnologia e invenção de outros meios de comunicação, como televisão e posteriormente a internet, desde o surgimento do rádio até a atualidade, o meio permanece vivo na rotina do esporte através de programações diárias e uma cobertura intensa em dias de jogos, com jornadas esportivas de cobertura antes, durante e após a rodada.

A Rádio Bandeirantes de São Paulo, por exemplo, dedica 11 horas de programação ao esporte aos domingos, começando com o “Domingo Esportivo Bandeirantes”, às 9h da manhã, e somente terminando às 22h, com o programa Terceiro Tempo.

Na Rádio Globo, a programação dominical também é dedicada ao esporte bretão. Ao meio-dia, o programa “Enquanto a bola não rola” começa, dando clima ao domingo esportivo. Às 15h, começam as transmissões dos jogos e, após as partidas, o “Panorama Esportivo” encerra a grade às 20h.

Na Jovem Pan FM, o futebol também tem seu espaço. Pré-jogo às 15h, com transmissão dos tradicionais jogos das 16h.

Outra característica mantida pelo radiojornalismo é a cobertura expressiva de conteúdo dedicado ao futebol, o que se justifica pelo fato de, no Brasil, o futebol ser considerado uma paixão nacional. De acordo com pesquisa realizada pelo Ministério dos Esportes divulgada em 2015, 55,1% dos brasileiros praticam esportes. Dentro deste grupo, 76,6% dizem que o esporte predileto é o futebol. (BRASIL, 2015).

O despertar desse interesse tem como referência as gloriosas campanhas nos mundiais de 1958 e 1962, além dos títulos posteriores em 1970, 1994 e 2002. Os meados do século XX foram quando o mundo voltou os olhos e ouvidos ao país, despertando o mercado publicitário, interessado na audiência gerada pelas transmissões das partidas. “Não faltavam anunciantes. A maior parte deles não vinha de grandes empresas. Eram fabricantes de pilhas, bebidas alcoólicas, cigarros. Gente interessada em atingir a camada mais baixa da população”. (COELHO, 2003, p. 28). A afirmação do autor reflete sobre a popularização do futebol.

Hoje em dia, com a internet, o rádio permanece como um meio bastante acessível, já que através de *plug-ins* se pode acompanhar várias transmissões *on-*

*line* de muitas emissoras e rádio na web, além de aplicativos que permitem audiência a emissoras de qualquer lugar do mundo.

As mais recentes novas tecnologias também vêm provocando mudanças de formas de audiência. E estes – os novos modos, condições, ambientes e suportes em que se ouve rádio na atualidade igualmente constituem fatores que impactam linguagem, formatos e modelos do radiojornalismo. Hoje se ouve rádio em AM, FM, no rádio do carro, no celular, no MP4, no iPod, na internet. E a mobilidade para a audiência - uma das grandes vantagens do rádio que continua a fazer deste meio um dos mais importantes para receber informação. (ZUCULOTO, 2012, p. 172).

A mobilidade reforçou a característica de instantaneidade do rádio. Exemplo disso é que nas grandes cidades o rádio é muito importante para quem quer se antenar sobre seu assunto favorito. Desde notícias até saber como está o congestionamento no local em que o ouvinte está e qual a rota com menos trânsito para que possa chegar a seu destino sem problemas.

Além da rota de conteúdo *on-line*, o conteúdo *on-demand* também tem crescido e é mais um caminho, não só para o radiojornalismo, mas para o jornalismo seguir se fortalecendo. Porém, nem sempre foi assim. No princípio da era do rádio, não havia disponibilidade de ver o programa novamente ou voltar algum trecho para ouvir de novo. Os programas eram feitos ao vivo e exigiam máxima concentração do ouvinte.

Além desse aspecto, observado em muitas emissoras atuais, as experiências anteriores do rádio ainda geram resquícios até os dias atuais. Exemplo disso é que muito do que se observa no radiojornalismo brasileiro atual é consequência de um programa que entrou para a história do rádio nacional na primeira metade do século passado, o Repórter Esso. O programa era uma síntese noticiosa patrocinada pela Esso, veiculado diariamente. Sua estrutura tinha um apresentador que informava as notícias ao público de forma concisa, citando a fonte de informações e com locução vibrante.

O programa começou em 1941 e teve duração até 1968, sendo a principal referência de programa na história do rádio nacional. A necessidade de mudança do rádio fez com que vários outros conteúdos e gêneros surgissem a partir dessa síntese.

Como formato, a síntese noticiosa é um modelo caracterizado pelo curto período de tempo, com notas lidas, sem uma grande reportagem radiofônica.

Modelo que seria adotado mais pra frente dentro dos radiojornais. E, posteriormente, seguiria nas rádios *all news* com os boletins informativos de 30 em 30 minutos ou sínteses pontuais ao longo do dia.

O produto a ser realizado pretende seguir o formato utilizado desde 1941, porém com uma linguagem mais atual. Dentro de uma emissora com diversos conteúdos, avalia-se preliminarmente que a síntese poderia agregar à diversidade da programação conteúdo esportivo, fazendo com que o veículo pudesse ter mais opções em sua grade, desde que adotasse como referência o perfil do ouvinte e seus hábitos de consumo de mídia.

## 1.1 PROBLEMA

Tendo em vista o contexto apresentado, questiona-se: Como adequar o formato da síntese noticiosa radiofônica de conteúdo sobre futebol tendo em vista a mudança de perfil de público e as alterações nos hábitos de consumo de mídia?

## 1.2 HIPÓTESES

A partir da questão norteadora, derivam-se as seguintes hipóteses: 1) Para que o formato do programa emplaque, é necessário diversidade de conteúdo segmentado, ou seja, além da tradição do futebol brasileiro, deve-se investir em informações sobre futebol europeu; 2) Ainda que seja um meio clássico, o rádio continua com caráter de instantaneidade; 3) O conteúdo ao vivo deve ser gravado e disponibilizado, posteriormente, para consumo on-line.

## 1.3 OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo geral produzir uma síntese noticiosa radiofônica sobre futebol que possa ser veiculada ao vivo e *on-demand*. Por meio dessa proposta, espera-se: atualizar um formato tradicional do meio rádio; valorizar a cultura futebolística entre os ouvintes brasileiros por meio do reconhecimento de sua complexidade, expressa em informações diversificadas sobre a modalidade.

## 1.4 JUSTIFICATIVA

Hoje, considerando-se o contexto do futebol brasileiro, as competições são amplamente divulgadas e contam com grande audiência em emissoras de televisão abertas e fechadas. A despeito disso, o rádio segue atraente ao torcedor, mantendo o interesse de seu público.

Isto indica que o modelo radiofônico, apesar de antigo, é dinâmico. E quanto mais rápido e bem apurado, melhor. O rádio ainda pode ser feito de forma clássica, amparado em referências praticadas no rádio, porém com toques que refinam a qualidade e a modernização do produto.

Nessa perspectiva, disponibilizar o programa na versão de internet, permitindo que seja escutado a qualquer momento, democratiza o acesso do ouvinte ao conteúdo, sem horários fixos.

Deve-se lembrar, ainda, a alta capacidade do meio de se amalgamar a novos suportes. Dos receptores tradicionais aos associados às chamadas novas tecnologias da informação e comunicação – cada vez menos novas, na realidade –, a mensagem radiofônica acompanha o ouvinte, chegando a ele no radiorrelógio, que o desperta; no radinho de pilha, enquanto toma banho; no celular, durante o deslocamento por ônibus ou por lotação; no autorrádio do carro, em meio às agruras do trânsito das grandes cidades; via internet, na escuta simultânea ao trabalho ao trabalho; de dezenas de outras formas. Todos conectando o público ao mundo simultaneamente às atividades do cotidiano. (FERRARETTO, 2014 p. 27).

Como justificativa pessoal, está o anseio de produzir um produto segmentado com o tema de futebol, visto ser esta uma motivação pessoal para o autor do produto ao ter escolhido o curso de graduação em Jornalismo. Ademais, o rádio tem uma ligação muito grande com o futebol. Desde o começo da década de 30, o esporte é transmitido pelas rádios:

O futebol, como esporte das massas consolida-se apenas depois de 1930. Embora, como conjectura, é possível que competições de outras modalidades – talvez o turfe – tenham sido transmitidas antes desta data. No entanto, o mais seguro é apontar 1931 como o ano em que em que ocorreram as primeiras transmissões de jogos de futebol no país. (FERRARETTO, 2014, p.315).

E, hoje, não é diferente. O rádio continua a dedicar horas e horas ao esporte, sempre com uma audiência fiel a acompanhar transmissões esportivas, pré e pós-jogos e mesas-redondas. O desafio é superar esses modelos estendidos voltados ao futebol no rádio.

Daí a decisão pela produção de uma síntese noticiosa, modelo que possui um período curto de tempo, cujo conteúdo pode ser mais segmentado, voltado para um público mais específico, de abordagem breve e marcante.

Pensando no contexto do interior paulista, a síntese noticiosa se justifica como melhor formato de programa, porque não é um programa longo. As pessoas conseguem ouvi-lo inteiro em um trajeto de carro, por exemplo. O maior desafio será colocar o conteúdo de programas em cinco a dez minutos de duração.

## 2 METODOLOGIA

Para conseguir responder ao problema de pesquisa, este trabalho terá percurso metodológico composto por pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e estudo descritivo. Os dados obtidos serão revertidos em uma pesquisa aplicada.

A pesquisa bibliográfica, de acordo MARCONI e LAKATOS (2010), abrange toda bibliografia já publicada em relação ao estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação oral: rádio, gravações em fita magnética e audiovisual; filmes e televisão. (2005 p. 166) Esse tipo de estudo serve para amparar e fundamentar o projeto, através de documentos, além da importância para se conhecer o quanto o tema já foi abordado.

Para este projeto, as obras escolhidas foram “Rádio – Veículo, História e Técnica”, de Luiz Artur Ferraretto. A publicação trata de pontos cruciais do rádio em sua história e aborda de maneira bem simples o modo de se fazer programas radiofônicos.

Outro autor que utilizado foi Robert McLeish. Em seu livro “Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica”, ele denomina as funções de cada integrante do programa, além de falar sobre o gênero utilizado, que é a síntese.

Ainda na parte prática, uma publicação utilizada foi o livro “O Repórter Esso”, de Luciano Klöckner. Este livro será utilizado porque a inspiração deste projeto é o programa que dá nome à obra. A publicação apresenta análise crítica do conteúdo que era apresentado no jornal e mostra o que pode ser utilizado no produto, juntamente com a análise de conteúdo. Outros livros usados foram “Jornalismo de Rádio”, de Milton Jung; “Rádio, a Mídia da Emoção”, de Cyro César, considerados referências no assunto, além do livro “Fundamentos do radiojornalismo”, de Paul Chantler e Peter Stewart.

Para a metodologia, o livro “Metodologia de Pesquisa em Jornalismo”, de Cláudia Lago e Marcia Benetti, foi adotado, além de “Metodologia de Científica”, de Marina Andrade Marconi e Eva Maria Lakatos.

Em pesquisas documentais, foi utilizado um estudo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (BRASIL, 2015) para mostrar a importância do futebol no país, mostrando seu número de praticantes. Em outra pesquisa documental, o levantamento do Ministério das Comunicações (BRASIL, 2015), foi utilizado como



referência a respeito do número de emissoras de rádio no país, mostrando a importância do meio rádio para este projeto.

De forma a identificar parâmetros de produção em radiojornalismo esportivo, foi realizado estudo descritivo de programas voltados ao tema. O critério de seleção envolveu a pertinência dos produtos, abrangência e o perfil de público.

Como amostra do estudo descritivo e referência para a elaboração do programa, foram selecionados dois programas para serem avaliados como modelo. O primeiro foi o “Lado B da Bola”, da Rádio CBN, veiculado em rede nacional. A sua escolha deve-se ao fato de ser um programa de rádio voltado ao futebol internacional, exclusivamente. O Rádio Gol também pretendeu abordar este conteúdo, então uma análise sobre o programa se faz necessária.

O segundo programa descrito foi o Camisa Dez, da Rádio Jovem Pan AM, de São Paulo. Programa que tem seu horário na faixa nobre do rádio, das 12h às 12h30, de segunda a sexta-feira, possui um formato dinâmico, e hoje substitui o Jornal de Esportes, que era exibido até setembro de 2017.

As edições analisadas do Lado B da Bola foram dos dias 10 e 16 de outubro de 2017. Estas datas foram escolhidas para análise porque se julga importante pelo autor do trabalho utilizar-se de algo bem atual para que o programa fique moldado da maneira mais adequada ao ouvinte de rádio comercial.

Por meio da análise dos conteúdos e do que foi apresentado, foi possível avaliar o que deveria ou não ser implantado no produto.

A partir dos dados coletados por meio das pesquisas documental, bibliográfica e o estudo descritivo, foi realizada a parte aplicada do trabalho, que consistiu na produção de edições da síntese noticiosa voltada ao futebol.

A investigação bibliográfica teve o intuito de agregar conhecimento ao leitor, como afirma Gil (MEDITSCH apud Gil, 1997): “O jornalismo é um modo de conhecimento: ele tanto produz um conhecimento particular ao leitor quanto reproduz os conhecimentos gerados por outros autores. Mas o conhecimento não pode ser apenas transmitido, ele é recriado”, além abordar os temas: rádio, radiojornalismo,

síntese noticiosa e futebol, a partir dos autores: Ferraretto, McLeish, Klöckner e Coelho.

A pesquisa bibliográfica, de acordo Marconi e Lakatos (2010), abrange toda bibliografia já pública em relação ao estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação oral: rádio, gravações em fita magnética e audiovisual; filmes e televisão.

A realização do trabalho envolve o método dedutivo, que indica o que foi feito para chegarmos a este projeto: levantamento de hipóteses e deduções a partir delas. A conclusão deste método envolve necessariamente o suporte empírico, que é uma das etapas do processo, como diz Bunge (MARCONI; LAKATOS, 2010).

### 3 HISTÓRIA DO RÁDIO

Este capítulo aborda a história do rádio, do rádio no Brasil e da notícia no rádio. As pesquisas bibliográficas indicam que o rádio se estabeleceu inicialmente na história como tecnologia, para depois tornar-se um meio. Previamente, a ideia era que fosse uma tecnologia que permitisse que mensagens fossem enviadas à distância. O rádio nasceu após o telégrafo e de maneira simultânea ao surgimento do telefone. Os três vieram com o mesmo princípio e em meio a um contexto de guerras.

Na ocasião, final do século XX, os Estados Unidos passavam por um momento de conflitos internos, que já beiravam a época da Guerra de Secessão, enquanto os países da Europa exploravam novas aventuras em continentes como o africano e o asiático. Uma comunicação mais rápida entre colonos e matriz se fazia necessária. A região da Grã-Bretanha, a Itália e a França, que eram as potências europeias da época, já estudavam estas hipóteses de comunicação, além dos Estados Unidos.

Após anos de estudos e descobertas, o rádio como meio de comunicação teve sua primeira transmissão feita em 1906, em processo de transmissão modulada. Sua produção aumentou durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), porém, após esse período, já não se via tão em alta. Uma nova função para o rádio precisava ser atribuída, como Gil explica sobre a história do rádio:

No princípio, [o rádio] nasceu como um meio comunicacional bidirecional. Sua função era servir como elo entre dois sujeitos fisicamente afastados que precisavam estar em constante comunicação. A transmissão e recepção atuavam entre os dois, havendo comunicação propriamente dita entre ambos. Em 1916, David Sarnoff intuiu a possibilidade de transformar o rádio em um meio de comunicação massiva. Os avanços técnicos tornaram possível que o rádio perdesse sua bidirecionalidade, constituindo-se em um meio de comunicação massiva unidirecional. (GIL apud FERRARETTO, 1994, p.35-36).

Em meio às experiências de Sarnoff, em 1922, foi implantada a primeira emissora, a KDKA, e, no mesmo ano, a emissora comercial *WEAF*, de Nova Iorque. Porém, as emissoras de rádio de maior destaque nos Estados Unidos surgiram posteriormente: a NBC, em 1926, e a CBS, em 1928. Na Europa, a radiodifusão também se difundiu na mesma época. O caso mais notório de sucesso é o da BBC,

que surgiu em 1926 e obteve hegemonia na Grã-Bretanha, o que se dá até hoje, sendo referência na área de comunicação, apresentando-se desde aquela época como uma maneira diferente dos Estados Unidos de se fazer rádio, através de

A emissão radiofônica passa a ser concebida como um serviço público alheio aos interesses das indústrias radiofônicas e independente do governo, baseado em um estatuto especial de concessão que lhe garante um monopólio e inteiramente financiado pelos usuários do serviço. (FERRARETTO, 2001. p. 92).

No Brasil, o rádio chegou no começo do século XX. A primeira demonstração pública foi em sete de setembro de 1922, na Exposição Internacional do Rio de Janeiro. A cerimônia foi realizada em homenagem ao Centenário de Independência brasileira. É bom lembrar que o rádio, assim como outros produtos, era uma propriedade para poucos. Tanto é que, nesta exposição, foram distribuídos apenas 80 aparelhos a autoridades civis e militares.

O evento despertou o interesse de uma das figuras pioneiras do rádio no País, Roquette-Pinto, que foi o criador da primeira emissora do País, a Rádio Sociedade, que ficava localizada no Rio de Janeiro. Nos primórdios, o então professor entendia o veículo como uma maneira de alimentar a cultura para a população, porém enfrentou um grande obstáculo: a elitização do rádio. Sua proposta era a de veicular programas de cunho educativo, além de conteúdos com temas científicos e música erudita, para ampliar o repertório da população. Roquette-Pinto definia o meio como:

O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos. Desde que o realizem com espírito altruísta e elevado. (FERRARETTO, 2001, p.97).

Entretanto, o rádio era um produto caro, que apenas o topo da elite possuía como passatempo. Isto começou a mudar com a entrada do governo, na fase de estruturação do rádio.

Getúlio Vargas instaurou um decreto que determinava o governo como responsável pela radiodifusão no País, sendo o único autorizado a conceder outorgas de funcionamento. A nossa legislação também foi fundamental para o modelo de gestão do rádio: a sustentação financeira por meio de veiculação de

publicidade, o que permitiu às emissoras investirem em programação, assim trabalhando em uma via de mão dupla.

Para evitar os excessos, o governo exigia que o tempo dedicado aos textos comerciais não ultrapassasse o limite de 10% do total de programação. Esse era o incentivo comercial necessário para a criação de novas emissoras de rádio. (CALABRE, 2002, p. 19).

Além de favorecer a viabilidade financeira das empresas radiofônicas, Vargas via também no meio uma estratégia política, já usada na Europa na mesma época, com o governo se promovendo para o maior número de pessoas possível através das ondas do rádio.

Na década de 30, com o governo favorável ao desenvolvimento do meio, o rádio teve grande impulsionamento, sobretudo com a entrada da publicidade.

De 1923 até o início da década de 30 surgem emissoras em diversos estados brasileiros. Quando a publicidade é regulamentada, em 1932, dando início a uma nova fase na história da radiodifusão no país, o veículo está presente na Bahia, Ceará, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraná, Rio Grande do Sul, Pernambuco, Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo. (FERRARETTO, p. 101, 2001).

A partir de lá, as emissoras começaram a ganhar força, podendo investir em sua programação, como a própria Rádio Sociedade, que, conhecida pelo conteúdo formal, trouxe um programa mais popular, chamado “Programa do Casé”.

A impulsão do meio foi tão grande, que ocasionou na abertura da primeira rede de emissoras em território nacional, a Rádio Cruzeiro do Sul.

As Organizações Byington começaram a se estruturar no terreno da radiodifusão em 2 de maio de 1927, quando a Rádio Cruzeiro do Sul foi inaugurada. Com o tempo, outras emissoras vão ser criadas ou absorvidas, como a Cruzeiro do Sul (Rio de Janeiro, 1933), a Kosmos (São Paulo, 1933) e a Clube do Brasil (cujo controle acionário foi adquirido em 1935). (FERRARETTO, 2001, p. 109).

A Rede teve grande força na transmissão de jogos de futebol, já que possuía parcerias de exclusividade de transmissões de clubes da capital paulista e da capital carioca. O auge das transmissões da Rede foi em 1938, quando transmitiram um campeonato mundial de futebol, na França. Segundo Edileuza Soares, já havia forte concorrência no setor. Ela afirma que o salário que era oferecido para trabalhar na

Kosmos era seis vezes maior que o das outras emissoras. (SOARES, 1994, p. 40). Isto já mostra que a concorrência havia se espalhado, inclusive no meio esportivo.

A década de 30 contou também com a entrada de programas de estúdio. Programas de humor e radionovelas começaram a encher a grade de grandes emissoras e a competição financeira ficou exposta neste meio. Quem tinha maior aporte, conseguia melhores horários e, conseqüentemente, mais audiência.

Em 1940, a importância do radiojornalismo teve um impulso considerável. Com a Segunda Guerra Mundial em andamento, a curiosidade e o desejo do público de estar antenado ao que acontecia no mundo aumentaram.

Em 1948, surgiu a Rádio Continental, no Rio de Janeiro, que potencializa seus trabalhos nas áreas de jornalismo geral e de cobertura esportiva e música, ofuscando os programas de auditório e outros programas voltados ao entretenimento.

Nos anos de 1950, o radiojornalismo no Brasil havia se consolidado definitivamente:

[...] Nos anos 50, como registra Luiz Amaral, proliferam os departamentos de jornalismo, mas o espetáculo domina o rádio. A informação ágil, atual e vibrante introduzida por noticiários como o Repórter Esso e o Grande Jornal Falado da Tupi vai auxiliar a radiodifusão sonora a renascer nas décadas seguintes, depois do abalo da televisão. (FERRARETTO, 2001, p. 131).

Entretanto, o rádio no Brasil começou a ganhar um grande concorrente em 1950. Com a chegada da televisão, o meio passou a ser ameaçado e perdeu grandes nomes, entre elenco, jornalistas, produtores e equipe técnica, para a TV. É chegada a era de decadência do rádio.

O rádio ainda apresentou certa resistência com sua transistorização, porém foi perdendo espaço e verba publicitária gradativamente para a televisão, como meio de comunicação mais badalado em território nacional. Isso tudo de maneira muito lenta, porque eram poucos os brasileiros que podiam ter televisão, já que, assim como o rádio em seu início, era um aparelho muito caro.

Em 1960, outro marco na história do rádio: a criação das emissoras FM (frequência modulada), cuja qualidade de áudio promoveu a abertura do espaço para um novo tipo de programação.

As primeiras emissoras FM que surgiram tinham uma programação diferente da proposta inicial da rádio brasileira como daquela que as caracterizou nos anos seguintes. Afastando-se das rádios educativas e ainda não atingindo a rádio pop [...]. (PRADO, p. 261. 2012).

Nos anos 70, a televisão se consolidou e o rádio teve de se adaptar e criar uma nova cara. As grandes estrelas migraram para a telinha. Para o meio, uma nova face foi criada: a de amigo do povo.

O destaque da década de 70 recai na consolidação das rádios comunitárias. Literalmente, um veículo pra dar voz aos que não têm voz. Espaço para dar vazão e mostrar anseios de comunidade, as rádios comunitárias deveriam ser uma espécie de embrião de toda e qualquer estação de rádio. [...]. (PRADO, p. 297, 2012).

Além das rádios comunitárias, houve a consolidação da rádio FM, com a programação musical. Em sua história no Brasil, o meio também sofreu a intervenção da ditadura. O Projeto Minerva transmitia pelas ondas do rádio a ideologia do governo vigente na época.

Já a década de 80 ficou marcada pelo início da segmentação no rádio nacional. Nesta década, percebe-se maior engajamento das rádios musicais. Elas surgiram tentando atender as demandas de tribos sociais da época.

[...] As rádios segmentadas passam a surgir com possibilidades de desmembrar públicos. Uma rádio *rock* atende tribos de ouvintes que gostam do gênero. A hipersegmentação é incentivada na medida em que essas tribos também se subdividem e gostam de certos estilos dentro da segmentação [...]. (PRADO, 2012, p. 352).

Nos anos 90, a segmentação continuou e veio para as notícias. A rádio CBN foi uma das pioneiras do modelo *all-news*, que seria uma rádio destinada apenas às notícias, com o slogan: “A rádio que toca notícia”. Posteriormente, outras redes adotaram o estilo, como a Rádio Bandeirantes. “[...] a inauguração da CBN foi o pontapé inicial para o surgimento daquilo que se conhece como rádio “*hard news*” ou “*all news*”. [...]” (PRADO, p. 338. 2012).

Já nos anos 2000, o desafio do meio foi outro: o advento da internet. O rádio viu uma nova maneira de se tornar útil a um meio: se colocando nele. Rádios *on-line* e as chamadas webrádios agregaram conteúdo ao espaço cibernético.

Desde 2004, vem ocorrendo uma mudança significativa do rádio convencional para o *audiocast*, sobretudo no que diz respeito ao

conceito de grade de programação. Na rádio do dial, o ouvinte acompanha as transmissões em fluxo enquanto elas acontecem e, principalmente, ao vivo, se considerarmos que apenas parte da produção que vai para o ar foi gravada antecipadamente. (PRADO, 2012, p. 430).

Mesmo com o rádio tendo seu espaço diminuído, Meditsch ainda enxerga uma situação oposta na qualidade da informação: “Nos últimos anos, a credibilidade da informação radiofônica tende a crescer, enquanto a credibilidade dos meios de comunicação em geral tende a diminuir.” (MEDITSCH, 2001, p. 28).

### 3.1 JORNALISMO NO RÁDIO

Esta subseção aborda a história do jornalismo dentro do rádio.

Provavelmente, o rádio seja o melhor veículo para transmissões “ao vivo”, de acontecimento que esteja ocorrendo “agora”. Por exigir pouco aparato tecnológico, uma notícia pode ir ao ar em segundos, sendo transmitida à medida que o fato se desenrola. (CHANTLER; STEWART, p. 9-10, 2006).

Mas nem sempre foi assim. O rádio teve sua origem tecnológica para depois se tornar um meio de comunicação. Entretanto, isto não impediu que registros informativos fossem feitos, mesmo sem um departamento de jornalismo dentro das emissoras, como quando houve o anúncio dos sobreviventes do naufrágio do Titanic, em 1912, nos Estados Unidos.

A informação no rádio teve seu marco simbólico quando, nos Estados Unidos, foi fundada a primeira emissora de rádio do mundo, a *KDKA*, que transmitiu os resultados das eleições para a presidência norte-americana por oito horas.

A partir da segunda metade da década de 1920, o crescimento de emissoras licenciadas foi notório. A febre do rádio tomou conta dos EUA e isto fez com que até os jornais vendessem mais, de acordo com estudo da *American Newspaper Publish Association*, em 1927. Entretanto, a quebra da Bolsa de Nova York, ocorrida em 1929, fez com que o mercado publicitário despencasse e isto ocasionou uma nova maneira de fazer rádio nos Estados Unidos e na Europa. (FERRARETTO, 2001, p. 130)

Relata o autor que influentes figuras da mídia escrita obrigaram que rádios apenas transmitissem notícias após a publicação na mídia impressa, ainda com um



limite de trinta e cinco palavras, nos Estados Unidos. Na Inglaterra, o acordo era similar. Já, na França, a história foi um pouco diferente.

Em 1937, a França sediava os Jogos Olímpicos de Colombes. O acordo feito foi o seguinte: apenas duas emissoras tinham autorização para fazer a transmissão dos Jogos. Porém, o conteúdo só iria ao ar quando todas as mídias impressas concluíssem seu trabalho e ainda com o limite de duas reportagens por semana.

O panorama só mudou quando a Segunda Guerra Mundial, em 1939. Quando a urgência da situação fez com que o dinamismo do rádio mais uma vez aparecesse e mostrasse a relevância de tudo o que ocorreu para o mundo.

As décadas de 30 e 40 foram os chamados “anos dourados do rádio”, período em que este veículo ocupou uma posição hegemônica na mídia, não só como meio de informação, mas sobretudo de propaganda e entretenimento. (MEDITSCH, p.25, 2001).

No Brasil, Zuculoto divide o rádio brasileiro em seis fases, baseando-se nas mudanças da história da notícia abordada pelo rádio: “A periodização está focada na construção histórica da notícia radiofônica brasileira, mas como se insere na história do rádio nacional, também apresenta os principais aspectos desta [...]” (ZUCULOTO, 2012, p. 27).

A primeira fase, no início da década de 1920 até meados da década de 30 ficou marcada pelo amadorismo nas transmissões. A segunda fase começou em 1935 e seguiu até os anos cinquenta, abrangendo o apogeu do radioespetáculo e o começo do radiojornalismo, com o Repórter Esso sendo o principal agente revolucionário do jornalismo informativo no Brasil.

A fase posterior trata do rádio nos tempos da televisão, que vai dos anos 50 aos anos 60, compreendendo as adaptações que o meio teve de passar após perder vários profissionais para a TV.

Na quarta fase, o destaque foi o desenvolvimento da FM, destacando o potencial da música no rádio, além da segmentação musical. Foi presente entre as décadas de 70 e 80.

A quinta fase envolve os anos 90, período que abrangeu novas técnicas de produção de notícia e em que foi registrada a criação das rádios *all-talk* e *all-news*,

além do fato das FMs não terem apenas música em sua programação, mas também darem destaque pras notícias.

Por fim, a sexta fase compreende os anos 2000 até o atual momento, incluindo as mudanças pelas quais o rádio teve de passar para se adequar à internet. Formas de produção de conteúdo, mudança de programação e serviços.

No Brasil, o radiojornalismo ganhou impacto na fase do apogeu do radioespetáculo. A Segunda Guerra Mundial foi um fator determinante para que o gênero ganhasse impulso em solo nacional. O evento, por si só, já tinha um grande interesse da população; e a participação brasileira neste marco da história mundial fez com que o público se interessasse ainda mais pelos fatos da Guerra.

Em 1941, a filial brasileira da companhia americana de combustíveis Esso trouxe ao Brasil o noticiário Repórter Esso. No começo, era apenas transmitido pela Rádio Nacional. Conforme o sucesso foi aumentando, espalhou-se para emissoras como Record (São Paulo), Farroupilha (Rio Grande do Sul) e Inconfidência (Minas Gerais), por exemplo.

O sucesso foi praticamente instantâneo. O Repórter Esso ficou no ar durante 27 anos e transmitiu grandes momentos da história, como o fim da Segunda Guerra Mundial e o suicídio de Getúlio Vargas. “(...) Mas a maior contribuição do Esso foi a introdução no Brasil de um modelo de texto linear, direto, corrido e sem adjetivações, apresentado em um noticiário ágil e estruturado.” (FERRARETTO, p. 127, 2001).

O sucesso foi tanto que houve a criação da primeira redação para jornalismo de rádio no Brasil, em 1948, um marco para o desenvolvimento do modelo no País, na Rádio Nacional.

Outro exemplo de sucesso foi “Grande Jornal Falado Tupi”, porém apresentava um modelo diferente do Repórter Esso. Um texto mais parecido com o da mídia impressa e com vinhetas para diferentes seções, como esporte, economia e etc. (FERRARETTO, 2001, p. 130).

A Rádio Continental, do Rio de Janeiro, também foi muito importante para o desenvolvimento do radiojornalismo no Brasil. Com um formato focado em música, esportes e notícia, a emissora deu uma nova roupagem ao consumo do rádio, fazendo com que concentrasse cada ouvinte interessado em um assunto. Mauro de Felice, estudioso acadêmico, atribui a Carlos Pallut, um dos ex-integrantes da

emissora, a criação da reportagem e de coberturas jornalísticas no local do fato. (ZUCULOTO, 2012).

A partir do crescimento dos programas de estúdio na televisão, o jornalismo virou destaque nas emissoras de rádio, caso da Bandeirantes, a Jovem Pan e a Guaíba, que se tornaram referência nos anos 60 e 70, por trazerem um conteúdo que é veiculado até hoje, com esportes, notícia e prestação de serviço.

Nas décadas de 80 e 90, as emissoras investiram na segmentação. Com o radiojornalismo não foi diferente, surgiram as emissoras *all news*, que deram nova cara ao gênero, mesclando conteúdos jornalísticos informativos, interpretativos e opinativos, elencando a informação como seu principal produto. Geralmente, elas ficavam nas emissoras AM, mas se transferiram para a FM com o decorrer do tempo.

No século XXI, de acordo com Zuculoto, vive-se a sexta fase do jornalismo. A fase contemporânea tem como característica o princípio do serviço do serviço digital e a implantação de serviços multimídia. Com a internet, tornou-se possível a criação de rádios que funcionam apenas na *web*, as chamadas webrádios.

Na visão da autora, o meio atualmente passa por um período de mudanças constantes, tentando encontrar seu melhor formato. A característica agilidade da informação radiofônica foi enfatizada por fenômenos de alcance mundial, como a globalização e a digitalização da comunicação, favorecendo o acesso à informação, sobretudo para quem acompanha notícias ou conteúdo internacional.

Nesta fase atual, o método de produção também se encontra em processo de mudança. Com a portabilidade e praticidade dos celulares, tornam-se cada vez mais comuns as entradas ao vivo do local do fato e o acompanhamento *in loco* do desenvolvimento do fato. O reflexo disso é que “O jornalismo radiofônico busca e persegue fisicamente o desenvolvimento dos fatos, da notícia, da informação.” (ZUCULOTO, 2012, p. 32).

Ao longo da história do radiojornalismo, várias formas de se expressar jornalisticamente no rádio foram desenvolvidas, aplicadas e aprimoradas. A essas formas de expressão dá-se o nome de gêneros, tema abordado no tópico seguido.

## 4 GÊNEROS JORNALÍSTICOS

Para abordar os gêneros jornalísticos, é necessário, antes, tratar do gênero radiofônico. Ferraretto (2001, p. 201) divide os gêneros radiofônicos em dois grandes grupos: informação e entretenimento.

O grupo de informação tem em sua composição noticiários, programas de entrevista e opinião; mesas-redondas e documentários. Os de entretenimento, por sua vez, são de humor, dramatização, auditório e musical.

Os gêneros de entretenimento tiveram seu ápice durante a era de ouro do rádio. Porém, muitos desses estilos hoje se mostram obsoletos no cenário atual, casos das radionovelas e dos programas de calouros. Outros se tornaram impraticáveis, como os programas de auditório e de dramatização, por conta da migração de seus profissionais para a televisão, originando a fase de decadência do rádio, entre 1955 e 1970, narrada no item anterior.

A despeito disso, a era de ouro foi uma grande escola para o rádio, em termos de experimentalismo de linguagem e formatos, bem como de tipos de conteúdo. É dos conteúdos irradiados, ou seja, das formas de expressão, que se tem a subdivisão em gêneros, que ajudam a deixar a emissora com uma programação heterogênea, importante para atrair públicos diversos ao veículo.

Barbosa Filho (2009) divide os gêneros radiofônicos em: jornalístico, educativo-cultural, entretenimento, publicitário, propagandístico, gênero de serviço e gênero especial.

O gênero jornalístico deve muito de sua evolução e desenvolvimento à crise do meio rádio. Foi o impacto pós-televisão que permitiu ao radiojornalismo ampliar seu espaço. O gênero também se aproveitou da tecnologia, primeiro por meio do FM, do transistor e do sistema de gravação, para se manter atual, como afirma Zuculoto:

[...] É este desenvolvimento da eletrônica que também auxiliou o rádio a não se transformar somente numa vitrola e perceber que o jornalismo, da mesma forma que poderia rodar música, poderia ser alternativa de sobrevivência. Neste período, então, o radiojornalismo volta a ganhar impulso. (ZUCULOTO, 2012, p. 99).

A partir de 1970, por conta da valorização do jornalismo, o gênero evoluiu para vários tipos de abordagem. Para Ferraretto (2014, p. 95), os gêneros

jornalísticos no rádio são divididos em cinco tipos: informativo, interpretativo, opinativo, utilitário e diversional.

O jornalismo informativo, na visão de Ferraretto (2001, p. 201), é o gênero preponderante no noticiário, já que se adapta diretamente ao texto conciso do rádio. O jornalismo interpretativo é aquele que situa o ouvinte e contextualiza o acontecimento (ibidem). Já o jornalismo opinativo é aquele que emite opinião à respeito de determinado assunto. Este juízo de valor pode vir de um julgamento pessoal, ou até mesmo da empresa de comunicação. (op. cit, p. 202).

Já na classificação de Barbosa Filho, para o gênero jornalístico têm-se os tipos: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário, mesas redondas, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica. Esse conjunto de tipificação resultante da práxis jornalística no rádio é exaltado pelo autor.

É o instrumento que dispõe o rádio para atualizar seu público por meio da divulgação, do acompanhamento e da análise dos fatos. Os seus relatos podem possuir características subjetivas do ponto de vista dos conteúdos e, portanto, acrescentar ao ato de informar opiniões particulares sobre os acontecimentos. (BARBOSA FILHO, 2009, p. 89).

Para a descrição das tipificações presentes nos gêneros jornalísticos do grupo informativo no rádio, adotam-se a seguir as classificações de Barbosa Filho (2009).

O autor classifica a nota como uma informação sintética de um fato atual, com um tempo de irradiação baixo, por volta de 40 segundos. A notícia, por sua vez, é caracterizada como um módulo básico da informação. Seu tempo, em geral, fica na casa de 90 segundos. Dependendo da quantidade de informações, pode ser lida por um ou dois locutores. (op. cit., p. 90).

O boletim é classificado por Barbosa Filho como um pequeno programa informativo de até cinco minutos, com possibilidade de entrevista, podendo ser constituído por notas e notícias. (op. cit., p. 92).

A reportagem é conceituada como uma narrativa que engloba diversas variáveis do acontecimento e consegue aprofundar o fato narrado (ibidem) enquanto a entrevista é tida pelo autor como uma técnica que engloba a maioria das matérias

jornalísticas. Dentro de uma matéria, é muito provável que tenha alguma entrevista, como observa o autor.

Já o comentário é visto como o gênero mais próximo do editorial, por meio do que o comentarista emite uma opinião qualificada sobre determinado assunto, indicando o posicionamento dele sobre o tema. (op. cit., p. 95). Ainda no gênero opinativo, o editorial é o tipo de gênero no qual a emissora transmite sua opinião sobre determinado tema, com uma utilização rara. (op. cit., p. 97); e a crônica, no rádio, acompanha as características do texto impresso. Literária, pode trazer efeitos para ajudar a descrever o enredo e a aguçar a imaginação do ouvinte (ibidem, p. 99).

Em relação ao tempo de produção e execução, o radiojornal é um dos longos, sendo caracterizado como um conjunto de formatos jornalísticos, que pode ser dividido em várias editorias (seções) e de periodicidade diária. (op. cit., p. 100).

Para Barbosa Filho, o documentário jornalístico tem como função aprofundar um tema, com apresentação dos fatos in loco, com opiniões de especialistas, a visão de personagens e investigação dos fatos. (2009, p. 102).

Outro formato envolve as mesas-redondas, qualificadas pelo autor como um programa de debate, em que participam pessoas que defendem lados, posições e argumentos, especialistas e um mediador, que condiciona as regras do programa e coloca limite de tempo nas falas dos demais. (supra cit., p. 103).

Além desses tipos há o programa esportivo, que pode ser feito de diversas maneiras, podendo ser composto por notícias, comentários, boletins, reportagens e entrevistas. O que caracteriza o programa, para o autor, é o seu tema, que tem o futebol como carro-chefe. (op. cit., p.108).

E, por fim, há os programas de divulgações tecnocientíficas, evidenciado por Barbosa Filho como de importância para evidenciar temas científicos, o que exige cuidado na construção do texto de forma a facilitar a compreensão do ouvinte, principalmente no que se refere ao uso de jargões. (op. cit., p. 109).

O formato síntese noticiosa, tema deste trabalho, será abordado em item específico a seguir.

#### 4.1 SÍNTESE NOTICIOSA

A síntese noticiosa, no Brasil, começou a ser utilizada em 1941, com a chegada do programa Repórter Esso, transmitido, de início, pela Rádio Nacional, do Rio de Janeiro.

O contexto do surgimento dessa síntese é um ponto diferencial e importante, na visão de pesquisadores de rádio como Ferraretto (2001) e Zuculoto (2012). Na ocasião de seu lançamento, o mundo vivia a Segunda Guerra Mundial. Os países buscavam parceiros tanto para o lado dos Aliados quanto para o lado do Eixo, resultando em conflitos ideológicos que impactaram em diversas nações, caso do Brasil, que passou a viver uma onda de 'invasão' cultural americana. Sob investimentos norte-americanos, os brasileiros vivenciaram o *american way of life*, que resultou na vinda de produtos, marcas famosas e tendências dos Estados Unidos para o Brasil. A síntese noticiosa foi uma destas contribuições.

Houve muita expectativa para a implantação do programa no país. Desde 1940 foram veiculados, um ano antes da estreia do programa, anúncios sobre o programa, que já existia em outros países da América do Sul. O fato de ser uma novidade internacional permitiu ao programa ganhar certo destaque.

O gênero, à época, fez sucesso e se expandiu para outras regiões do país. Para Ferraretto, a síntese:

Trata-se de um tipo informativo em que as notícias seguem uma hierarquia que joga com a importância destas para o ouvinte, procurando segurar a atenção do público até o final, quando aparece aquela de maior destaque. Trata-se de uma sequência de notas apresentadas por um único locutor e com um patrocinador exclusivo. (FERRARETTO, 2014, p. 140).

O modelo também foi importante no Brasil para trazer uma nova maneira de se fazer radiojornalismo, de acordo com Olegário:

As perguntas tradicionais do jornalismo como conhecemos: o quê, quando, o porquê, quem, onde e como – começam a ser respondidas nas primeiras frases no noticiário de rádio no Brasil, a partir do Repórter Esso. Antes, os textos radiofônicos – a maioria provenientes de jornal - usavam o recurso textual do nariz de cera ou pouca concisão para contar os fatos. (OLEGÁRIO, 2016, p. 51).

O gênero é caracterizado pelo seu tempo de duração, em geral de cinco minutos, além de sua estrutura de montagem, que consiste na utilização da notícia segunda mais importante primeiro e da mais importante encerrando o programa, de forma a manter a audiência cativa do início ao fim da irradiação.

Um elemento importante do Correspondente é fechar a sua edição sempre com a notícia mais importante do momento, na avaliação do editor-chefe. Esse modelo vem do Repórter Esso, que visa começar e terminar o noticiário com fatos importantes. (OLEGÁRIO, 2016, p. 110).

O texto da síntese noticiosa não é diferente do que encontramos no radiojornalismo em geral. A concisão e a clareza discursivas são fundamentais, além de sempre falar de maneira que o ouvinte consiga entender, mas sempre mantendo a forma culta. Klöckner afirma que houve uma grande mudança na maneira de fazer jornalismo devido ao Repórter Esso.

As notícias despertavam o interesse dos ouvintes, mas eram pulverizadas em meio à programação, sem tratamento especial, sem tempo determinado. Com o Repórter Esso, inaugurava-se, no Brasil, a síntese noticiosa, caracterizada por frases diretas e mais curtas, lidas em cinco minutos. (KLÖCKNER, 2011, p. 57).

Por conta dessas características textuais, somada à preocupação com a atualidade e o impacto das informações, o programa permaneceu no ar durante 27 anos e se tornou um modelo a ser seguido dentro do radiojornalismo nacional.

Atribui-se ao Repórter Esso ter aberto o caminho para o radiojornalismo brasileiro buscar uma linguagem e formas de realização próprias, porque é a partir dele que começam, inclusive, a surgir regras de redação, apresentação e coleta de informações para as notícias radiofônicas. (ZUCULOTO, 2012, p. 88).

Entretanto, com o passar do tempo, surgiram novos gêneros noticiosos, que foram dando à notícia novo caráter e um novo formato, fazendo com que cinco minutos se tornassem excessivamente enxutos. Outra característica foi a entrada de sonoras, que valorizavam ainda mais a fonte, somada à incorporação da tecnologia dos gravadores portáteis. O Esso chegou a adotar a inserção de sonoras em seu programa, que era apenas falado por seus locutores, porém sucumbiu com os anos.



No cenário atual, como citado no capítulo anterior, verifica-se uma maior preocupação com o desenrolar e com o desenvolvimento do fato em si, então o modelo síntese tende a ser deixado de lado para outros tipos de produções.

O conceito de síntese também se altera. Em sua obra de 2014, Olegário consta que mudanças sobre o tempo de duração e seu espaço:

Assim, como o conceito, na atualidade, pode ser (re)definido como: programa com duração de até dez minutos de periodicidade e frequência estabelecidas na grade de programação e apresentador(es) fixo(s) com a finalidade de informar sobre os principais acontecimentos de uma ou mais editorias, ocorridos no intervalo de tempo entre a última edição do mesmo noticiário e a próxima a ser veiculada. (OLEGÁRIO, 2014 p. 123).

Será um dos desafios a serem abordados na construção do nosso produto, que é o tema abordado no próximo capítulo.

## 5 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

O produto desenvolvido para este trabalho foi uma síntese noticiosa, com conteúdo segmentado para a área esportiva. O projeto é voltado a um público mais específico, que gosta de esportes e, sobretudo, de futebol, e prevê notas e comentários sobre o notícias no futebol, com predominância de conteúdo voltado ao futebol paulista, abordando os principais clubes paulistas, além do campeonato europeu e seus destaques.

Foram escolhidos estes subtemas do futebol porque regionalmente são os mais populares, observados empiricamente. As equipes da Capital e o Santos são considerados os maiores e mais importantes equipes do estado pela mídia esportiva e torcedores, com mais torcida e influência em São Paulo, devido suas conquistas e sucesso durante a trajetória dentro do esporte.

A opção pelo futebol europeu foi porque se observa nos canais segmentados do país a transmissão de jogos de diferentes países da Europa: Inglaterra, Alemanha, Espanha, França, Itália, Portugal, Rússia e Holanda, países de muita tradição no esporte, são exemplos. Portanto, julgou-se importante deixar o público antenado sobre o assunto.

Como critérios de noticiabilidade foram utilizados atualidade, notoriedade e excepcionalidade. A atualidade é um dos principais critérios do *hard news*. Sempre prezando pelo atual e pelo que é considerado “quente”, em determinado segmento. A notoriedade se destaca por algo um feito que não pode acontece de maneira não tão frequente, ou em um grande evento. Algo que seja notícia por si só ganha destaque com um grande feito. Excepcionalidade é o diferente, como explica Cremilda Medina (1978): “[...] a notícia não é quando um cachorro morde um homem, mas quando um homem morde o cachorro [...]”.

A adoção desses critérios justifica-se porque, em um programa de curto período de tempo, são poucas as notícias veiculadas por edição, ainda mais por se tratar de uma síntese cujas informações serão acompanhadas de comentários. O conteúdo opinativo foi utilizado por dois motivos: evitar monotonia, imprimindo dinâmica à abordagem, como recomenda Barbosa Filho (2009), e a importância de um especialista que comprove e analise o assunto de maneira competente, como prevê Ferraretto (2014).

O comentarista representa a opinião. Ele analisa o fato, dando mais profundidade à abordagem, mas sempre de forma didática para que o público consiga acompanhar o raciocínio. “Representa o elemento da opinião. No dia a dia, possui geralmente um espaço fixo na programação. Durante a transmissão de um evento esportivo, analisa, considera, sugere, opina e critica o que está ocorrendo.” (FERRARETTO, 2014, p. 216).

Para amparar as decisões em torno do produto, foram realizadas escutas de programas esportivos de outras emissoras, no caso os programas: Lado B da Bola e Camisa Dez. Foram analisadas por meio do método descritivo as duas últimas edições de cada programa dentro do cronograma de realização do produto final. Dias 10, 17 e 16 de outubro, respectivamente.

Por meio da audição, seguida da descrição dos conteúdos, foi detectada a predominância de notícias sobre futebol nacional, com mais tempo dedicado aos times que figuram no primeiro escalão do estado de São Paulo, como: Sport Club Corinthians Paulista, Palmeiras, São Paulo Futebol Clube e Santos Futebol Clube no programa Camisa Dez.

Enquanto o programa “O Lado B da Bola” aborda exclusivamente o futebol internacional, com predominância para o futebol europeu. Foi constatado também que ambos os programas utilizam jogadores brasileiros como referências para descrever o time, ou até mesmo o país em que determinado atleta atua.

Os programas foram escolhidos, além do conteúdo, devido ao tempo de duração. Cada edição destes programas possuía trinta minutos. A opção por eles deve-se ao fato de estarem no segmento mais próximo do que é o Rádio Gol.

O programa da Jovem Pan conta com um apresentador, um comentarista e repórteres, setoristas das quatro grandes equipes do estado de São Paulo. Além disso, observou-se a interação entre ouvinte e membros do programa, através de áudios via *WhatsApp*.

No programa do dia 16 de outubro de 2017, foi abordada a rodada do Campeonato Brasileiro do fim de semana. As vitórias de São Paulo e Palmeiras, além da derrota do Corinthians. Ainda se tratou da possibilidade de o Santos se aproximar do líder do campeonato, caso vencesse seu duelo contra o Vitória, da Bahia, na segunda-feira.

Na edição da terça-feira, 17 de outubro, o destaque foi o empate do Santos contra o Vitória e como isso influencia na disputa do título nacional. Também foram

trazidas notícias do Corinthians, que treinou naquela manhã para a rodada da quarta-feira, na qual a equipe enfrentaria o Grêmio, de Porto Alegre. Destacou-se a importância da partida, já que, àquela altura, seria um jogo entre primeiro e segundo colocado do torneio, além da rotina do São Paulo e de Palmeiras.

O Lado B da Bola conta com três participantes que conversam e comentam sobre o futebol do exterior. Eles se dividem nas funções de comentarista. A apresentação é designada a um, apenas.

Na edição do dia 10 de outubro do Lado B da Bola, o destaque foi a rodada das eliminatórias europeias para a Copa do Mundo, com Sérvia, Islândia e a seleção do Egito garantiram vaga para o Mundial, além de uma reportagem sobre um clássico no Uruguai, uma pauta mais fria, diferenciando-se do conteúdo mais quente deste projeto.

Na edição do dia 17 de outubro, foram transmitidos comentários sobre o retorno dos campeonatos nacionais na Europa, a goleada do *Manchester City*, na Inglaterra, com dois gols do brasileiro Gabriel Jesus; o clássico italiano entre Inter de Milão e *Milan*; além notas sobre jogos dos campeonatos francês, alemão e espanhol. Houve também uma reportagem sobre o futebol no Afeganistão.

A fim de resolver o problema em torno da questão (“Como adequar o formato da síntese noticiosa radiofônica de conteúdo sobre futebol tendo em vista a mudança de perfil de público e as alterações nos hábitos de consumo de mídia?”), avalia-se que a pesquisa descritiva permitiu observar os formatos dos conteúdos esportivos no rádio, indicando suas convergências e permitindo refletir sobre diferenciais.

A estrutura de apresentação envolve apresentador e comentarista, para que, além da veiculação de notícias em forma de nota, sejam realizados comentários concisos e que contextualizem o ouvinte a respeito da situação abordada, a fim de prender a atenção do receptor o máximo possível. Para auxiliar a contextualização mencionada previamente, também se previu a utilização de elementos plásticos como trilha sonora e música de fundo, para ilustrar melhor o tema abordado. O ritmo do programa é mais conversado por conta do tema ser leve. Foi detectado nos programas analisados isto e foi uma decisão trazer este formato “leve” ao projeto.

Além disso, o projeto conta com identidade visual, para que os ouvintes consigam identificá-lo em alguma plataforma da internet. As cores previstas são o

preto e o branco, tradicionais na referência à bola, além do verde, que representa os gramados.

A seleção e o conteúdo seguem a tendência dos principais assuntos publicados nas plataformas digitais segmentadas que são líderes no País, como o Globo Esporte e a *ESPN*.

Para a produção das três edições, cujos links estão presentes no apêndice B deste trabalho, os roteiros foram executados poucas horas antes das gravações serem realizados, para manter a factualidade. A estrutura do roteiro foi redigida por este autor e locutada pelo jornalista Ronaldo Aparecido Carvalho, que participou do trabalho voluntariamente. As laudas eram lidas antes da gravação, de forma que o locutor compreendesse o sentido do texto e para propiciar entrosamento entre o redator, que também fez as vezes de comentarista, permitindo torná-lo o mais dinâmico possível.

Nas duas primeiras edições, realizadas em meados de outubro, as ligas do mundo não estavam ativas. Desta forma, optou-se por tratar das classificações de França e Portugal para a Copa do Mundo, mantendo fidelidade à ideia de abordar o conteúdo internacional.

Os programas foram feitos considerando como referência os dias nove, dez e dezessete de outubro de 2017. Cada programa teve, em média, dez minutos de duração. Em um primeiro momento, a apresentação foi atribuída ao jornalista Ronaldo Carvalho, colaborador, e os comentários foram feitos pelo responsável por este projeto, João Rafael Venâncio. Entretanto, avaliou-se, após a audição, que os perfis deveriam ser readequados às funções. Desta forma, Ronaldo ficou com os comentários e João, com a apresentação.

A primeira edição abordou as eliminatórias para a Copa do Mundo de 2018, com jogos disputados na Europa e na América do Sul. Foram analisadas as eliminações da Holanda e da Ucrânia, além das classificações de Islândia e Sérvia. Também foi comentado sobre a partida do Corinthians, contra o Coritiba, dando destaque sobre a possível presença do atacante corinthiano Jô, que era dúvida para o confronto. Além das classificações de França e Portugal nas eliminatórias da Copa.

A segunda edição foi a que mais se aproxima do ideal do Rádio Gol. Gravada na segunda-feira dezesseis de outubro, abordou os seguintes conteúdos: campeonato inglês, campeonato italiano, campeonato alemão, campeonato francês

e campeonato brasileiro, além dos próximos jogos que as equipes realizariam. Todos os conteúdos foram acompanhados de comentários precisos, tendo em vista que a concisão é uma característica necessária ao texto radiofônico, segundo Ferraretto (2014).

A terceira e última edição foi realizada no dia 24 de outubro e abordou a cerimônia da FIFA, que premiou os melhores atletas do mundo. Também tratou de a vitória do Botafogo no Campeonato Brasileiro, para o Botafogo, além de apresentar a sequência de jogos dos três primeiros, para os comentários de Ronaldo, indicando qual equipe teria a sequência até o fim do campeonato.

Comparando as três edições produzidas, observou-se que a grande diferença se encontra no tempo dos programas. O produto previsto neste trabalho foi fixado com dez minutos de duração, enquanto os produtos estudados possuem tempo três vezes maior. Acredita-se que o desafio esteja em apresentar conteúdo parecido, com comentários, não ficando apenas na nota, porém em quantidade de tempo reduzida, uma vez que a síntese atende ao perfil do ouvinte que realiza a escuta em trânsito ou dispõe de pouco tempo para manter-se informado.

Em relação à semelhança com os programas apresentados, aparecem: tema, presença de comentarista no estúdio, e o modo conversado com o qual o programa é levado. Já como diferenças encontram-se o tempo entre os programas analisados, além de alguns produtos estarem disponíveis em plataformas como o *YouTube*, caso do Camisa Dez, da Jovem Pan. No caso do Lado B da Bola, as edições ficam disponíveis no aplicativo que a CBN tem para smartphones.

Além da diferença de tempo e no número de integrantes, o Rádio Gol se difere também porque não há o uso de reportagem dentro do produto. Primeiro porque demandaria mais tempo que a ideia do projeto; segundo porque perderia a identidade do que foi proposto no começo do estudo, que tinha como objetivo ser uma síntese noticiosa. Para a produção do trabalho, estima-se que foram utilizadas 9h para a produção de três programas. Três horas de produção, três horas dedicadas às gravações e três horas de edição.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho trouxe como objetivo geral produzir uma síntese noticiosa que possa ser executada tanto ao vivo quanto *on-demand*. Com os resultados obtidos durante as gravações, acredita-se que seja possível a execução devido à estrutura enxuta e ágil para realizar o programa.

Também como objetivo foi previsto atualizar um modelo já pouco usado no rádio. Acredita-se que este objetivo tenha sido parcialmente alcançado, já que, por mais que o projeto se utilize do formato e recorra a um acervo na *web* para que seus programas sejam localizados e executados a qualquer momento, ele não conta com interações e mecanismos que outros programas contam, nos quais há participações de ouvintes por redes sociais como *Twitter*, *Facebook* e *WhatsApp*. Apesar disso, avalia-se que isto poderia ser algo a ser estudado futuramente para que fosse adaptado.

Outro objetivo determinado foi valorizar a cultura do futebol no País. O autor acredita que o programa conseguiu satisfazer a este quesito, devido ao engajamento de sua produção para com o tema e maneira como o conteúdo foi transmitido. Durante as três edições, foram abordados oito campeonatos diferentes, o que mostrou que ser possível realizar a produção de conteúdo jornalístico no rádio dedicada ao futebol em muitos lugares do mundo.

Já o problema, se tratava sobre como adequar o formato da síntese noticiosa radiofônica de conteúdo sobre futebol tendo em vista a mudança de perfil de público e as alterações nos hábitos de consumo de mídia.

Durante a pesquisa, o autor do trabalho entendeu que o meio rádio poderia ser um fator que ajudasse na resolução do problema. Por mais que novos meios tenham surgido após, o rádio continua sendo instantâneo, então o rádio tem condições de estar no mesmo patamar de meios como a internet, por exemplo.

O projeto se sustenta através de sua justificativa. A manutenção da relação histórica entre futebol e rádio reforça que a modalidade sempre estará presente junto com o rádio no país do esporte bretão. E, também, entende-se que o rádio não acabará, como já foi bradado tantas e tantas vezes após a criação da TV e o advento da internet. O rádio é um meio condenado a ser eterno. É mutável. Consegue se recompor. É mágico, como demonstra a sua história e a história da notícia no rádio, segundo os resultados obtidos na pesquisa bibliográfica.

Para o jornalismo, acredita-se que a principal contribuição deste trabalho seja a retomada do uso do formato de síntese noticiosa, que foi muito importante na construção da história do rádio brasileiro. Além da retomada, o importante foi o desafio de desenvolver o produto que contém um formato dinâmico, acrescido comentários, com a missão de fazer com que o produto demonstrasse ter qualidade informativa, fosse conciso e claro, com 10 minutos de duração, em média, indicando ser possível a execução de produto de maneira mais rápida, mas sempre de maneira clara e precisa.

Como considerações finais pessoais, o autor acredita que o trabalho gerou frutos gratificantes, pois permitiu aprendizado a respeito de como lidar com dificuldades, pressões, além de várias experiências gratificantes, como idealizar, executar e ver o projeto se tornando realidade. Avalia-se que poder ver a ideia que partiu de um quinto semestre de faculdade tornar-se um objeto de estudo para um trabalho de conclusão de curso julga-se é algo muito bonito.

Foram encontradas muitas dificuldades durante a jornada, mas, por fim, avalia-se que houve superação pessoal para se atingir a meta traçada.

A experiência em executar o projeto também evidenciou o amor do autor pelo meio rádio. No começo do período de graduação não era assim, porém conforme o curso passou, este amor foi descoberto, fomentando a possibilidade de que este pesquisador pode ser um bom profissional na área, futuramente.

Quanto ao futebol, este trabalho torna-se pertinente porque aborda um esporte considerado de interesse nacional, em um formato que possui relevância histórica na história do radiojornalismo. O formato de síntese noticiosa ajudou a comunicação brasileira a pensar sobre textos radiofônicos. Vários manuais de redação de rádio foram criados a partir do Repórter Esso, a síntese noticiosa que fez com que o Brasil parasse para escutar rádio.



## REFERÊNCIAS

ABERT. **90% da população brasileira tem acesso ao rádio, aponta pesquisa Ibope Media** <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/23522-90-da-populacao-brasileira-tem-acesso-ao-radio-aponta-Pesquisa-ibope-media>> Acesso em: 28/05/2017.

CHANTLER; STEWART; Paul, Peter. **FUNDAMENTOS DO RADIOJORNALISMO**. Editora Roca, 2006.

COELHO, Paulo Vinícius. **JORNALISMO ESPORTIVO**. São Paulo Editora Contexto, 2003.

EBC. **IBGE: 100 milhões de pessoas com 15 anos ou mais não praticam esporte no Brasil** <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2017-05/pesquisa-diz-que-123-milhoes-com-15-anos-ou-mais-nao-praticam>> Acesso em: 28/05/2017.

FERRARETTO, Luis Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

FERRARETTO, Luis Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 2001.

KLÖCKNER, Luciano. **O REPÓRTER ESSO**. A síntese radiofônica mundial que fez história. EDIPUCRS, 2011.

LAGO; BENETTI. Cláudia, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Editora Vozes, 2007.

MARCONI; LAKATOS; de Andrade, Marina; Maria, Eva. **Fundamentos de metodologia científica**. Editora Atlas, 2010.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 1999.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda** – Jornalismo na sociedade urbana e industrial. Summus, 1978.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**. – Teoria e técnica do novo radiojornalismo. EDUFSC, 1998.

OLEGÁRIO, Leandro. **Radiojornalismo e síntese noticiosa**. Editora Metamorfose, 2014.

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

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO. **Guia para normalização de trabalhos acadêmicos**. 6.ed. 2016. Disponível em: [www.usc.br/guia-de-normalizacao/](http://www.usc.br/guia-de-normalizacao/) Acesso em: 12 MAI 2016.

ZUCULOTO, Valci. **No ar: A história da notícia de rádio no Brasil**. Insular, 2012.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – ROTEIROS DOS PROGRAMAS

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  1
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Rafael Venâncio	
ASSUNTO: Abertura	

(Trilha)

(Desce a música)

(João)

Alô você ligado na Web Rádio USC! Mais um Rádio Gol no ar! Eu sou João Rafael Venâncio e traremos tudo sobre futebol. Ao meu lado, Ronaldo. E aí, João? Tudo certo?//

(Ronaldo)

Salve, salve Ronaldo! Salve, salve ouvintes da Web Rádio USC! Eu sou Ronaldo Carvalho e estou aqui para trazer e analisar o que de melhor rola no futebol!

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  2
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Venâncio	
ASSUNTO: Futebol europeu	

(João)

Ronaldo, vamos começar falando sobre futebol europeu, então?/ Mais duas seleções garantidas na Copa do Mundo da Rússia em 2018!

Então, hoje conhecemos duas na Europa. Pelas eliminatórias da UEFA, a Islândia e a Sérvia garantiram vaga no próximo Mundial. Os islandeses bateram o Kosovo por dois a zero, com gols de SIGURDSSON E GUDMUNDSON e estão com a vaga assegurada. No mesmo grupo, a Croácia venceu a Ucrânia em Kiev, também por dois a zero, com dois gols de Kramaric e conseguiu vaga na repescagem./ Outra seleção que garantiu vaga foi a Sérvia. Nesta tarde, os sérvios venceram a equipe da Geórgia./ Prijovic marcou o gol que colocou os sérvios de volta às Copas após a ausência em 2014./

E, João, agora me fala uma coisa: essa classificação inédita da Islândia pra Copa aponta que outras seleções como Croácia e Ucrânia estão em decadência, ou o futebol islandês que está em ascensão?//

(Ronaldo)

Comentários.

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  4
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho	
ASSUNTO: Futebol sul-americano	

(João)

Ronaldo, ainda nesta pegada de Copa do Mundo, vamos pra América do Sul! Tem rodada importante na terça-feira. E aí, dá pra cravar alguma coisa?

(Ronaldo)

Então, João... a única coisa que eu cravo é que o Brasil está classificado (risos). Brincadeiras à parte, não dá pra saber. Tudo muito imprevisível. As partidas amanhã vão começar no mesmo horário: oito e meia da noite./ O Brasil recebe o Chile no Allianz Parque. O Chile, que precisa vencer de qualquer jeito pra se garantir no Mundial./ O Paraguai pega a já eliminada Venezuela e depende de dois tropeços, além de uma vitória para ter a vaga direta./ O Uruguai, praticamente classificado, encara a Bolívia./ Um empate deixaria o time, no máximo, na repescagem./ Agora, estes dois jogos a seguir vão pegar fogo: em Lima, o Peru recebe a Colômbia. Quem vencer daí, encaminha vaga e, dependendo dos resultados, elimina o adversário./ E o drama da Argentina, que é sempre bom de ver./ Os hermanos vão visitar o Equador, que já está eliminado./ Uma vitória, aliado a um tropeço do Chile ou de Peru e Colômbia, dá a vaga direta ao time de MESSI./ Agora, se a Argentina tropeçar ou todos repetirem seus resultados, a Copa de 2018 não terá uma de suas últimas finalistas.//

(João)

Ronaldo, agora eu pergunto pra você: é legal a Copa sem a Argentina?

(Ronaldo)

Comentários

(João)

Eu já acho que a Argentina não tem que ir, não!/ (risos)

(Ronaldo)

Você gosta é do circo pegando fogo! (risos)

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  5
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Rafael Venâncio	
ASSUNTO: Futebol brasileiro	

(João)

Ronaldo, agora vamos parar de falar de Copa do Mundo, porque quarta-feira o Brasileirão já volta./ Pra começar, vamos falar do líder Corinthians, que pode ter jogador importante voltando! O atacante Jô treinou no último domingo e o técnico Fábio Carille confirmou em entrevista que ele pode estar à disposição pro confronto de quarta-feira, contra o Coritiba, em Itaquera.

(Ronaldo)

Comentários.

(João)

E aí, Ronaldo? Essa má fase do Corinthians acaba, ou a equipe ainda tropeça?

(Ronaldo)

Comentários.

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  6
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Venâncio	
ASSUNTO: Futebol europeu	

(João)

Hoje, a seleção holandesa venceu a Suécia por dois a zero. A partida foi realizada em Amsterdã, capital da Holanda. Os gols da laranja foram marcados por Arjen Robben. Um gol de pênalti e outro da entrada da área. O resultado não foi suficiente para os holandeses, que voltam a ficar de fora da Copa. O último mundial em que a Holanda não participou foi em 2002. Eles ficaram em terceiro no grupo 10. João, pra você o que se atribui esse fiasco da Holanda?

(Ronaldo)

Comentários.

(João)

Pois é, mas vamos falar de quem tá dentro? Ainda no grupo A, a França garantiu a vaga direta ao bater Belarus por dois a um. Giroud e Griezmann fizeram os gols da equipe. Saroka descontou para os visitantes. A última vez que a França ficou de fora de uma Copa foi em 1994. Desde então, sempre presente. E, pra mim, com status de favorita, é isso, Ronaldo?

(Ronaldo)

Comentários.

(João)

Ainda na Europa, quem se garantiu na Copa foi Portugal. Os lusos bateram a Suíça por dois a zero e terminaram líderes do grupo B. A pontuação foi a mesma da vice-líder Suíça, mas o saldo 28 gols, contra 16 dos suíços pesou a favor. Os gols foram marcados por Djourou, contra, e André Gomes. Os portugueses são os atuais campeões europeus e contam com Cristiano Ronaldo em seu elenco. Com CR7, a seleção portuguesa é favorita pra Copa?//

(Ronaldo)

Comentários.

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  7
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Rafael Venâncio	
ASSUNTO: Encerramento	

(Ronaldo)

Pois é, galera... terminou o Rádio Gol!/ Muito obrigado pela sua companhia e até a próxima edição!//

(João)

Até mais, galera!/ Valeu pela audiência!/ Até a próxima!//

(Trilha)

(Ficha técnica)



**APÊNDICE B – ROTEIROS DOS PROGRAMAS**

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  1
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Rafael Venâncio	
ASSUNTO: Abertura	

(Trilha)

(Desce a música)

(João)

Alô você ligado na Web Rádio USC! Mais um Rádio Gol no ar! Eu sou Ronaldo Carvalho e traremos tudo sobre futebol./ Ao meu lado, João Rafael Venâncio. E aí, João? Tudo certo?//

(Ronaldo)

Salve, salve Olá, João! Olá, ouvintes da Web Rádio USC! Eu sou Ronaldo Carvalho e estou aqui para trazer e analisar o que de melhor rola no futebol!

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  2
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Venâncio	
ASSUNTO: Futebol europeu	

(João)

Vamos começar pela Europa! Mais precisamente na Inglaterra: O Manchester City, de Pep Guardiola, goleou o Stoke City na oitava rodada da Premier League./ DAVI SILVA, FERNANDINHO, ISTÁRLIN, GABRIEL JESUS DUAS VEZES, BERNARDO SILVA E LERROÁ SANÊ fizeram os gols do time azul de Manchester. Walker contra e Diouf marcaram para os visitantes. O time de Guardiola é o líder do campeonato, com 22 pontos, seguido pelo United, que tem 20. Disputou o clássico contra o Liverpool e ficou no zero a zero. Ronaldo, qual a sua avaliação desse começo de Premier League? O Guardiola encontrou o ritmo dele no City?//

(Ronaldo)

Comentários

(João)

Meio de semana, os jogos de ingleses na Champions: Tottenham v Real; City v Napoli; United visita o Benfica e Chelsea v Roma.

(João)

Agora, vamos para a Itália. No domingo, tivemos o grande clássico Inter e Milan. Em uma partida emocionante, o argentino MAURO ICARDI balançou a rede três vezes na vitória NEADZURRI sobre o time rossonero. Os gols do Milan foram anotados por BONAVENTURA e SUSO./ A Inter é a vice-líder do campeonato, apenas atrás do NAPOLI./ Os napolitanos estão cem por cento na liga italiana e no sábado bateram a Roma por 1 a 0./ Gol de INSINHE./ Já a Juventus, sempre comentada, está em quarto lugar. A equipe foi derrotada pela Lazio, por dois a um./ Ronaldo, te surpreende esse começo de campeonato italiano?//

(Ronaldo)

Comentários.

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  3
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Rafael Venâncio	
ASSUNTO: França	

(João)

Na Alemanha, o Bayern voltou a vencer com técnico novo. A equipe bateu o FRAIBURG por 5 a 0. Mas o líder ainda é o Borussia Dortmund. A equipe de Aubameyang perdeu para o RB LAIPZIGUI por 3 a 2 em casa./ Agora a vantagem para o vice-líder Bayern diminui./ Ronaldo, o Borussia vai conseguir manter o gás e segurar essa liderança, ou o Bayern vai passar em questão de tempo?

(Ronaldo)

Comentários.

(João)

Na França, o PSG segue mais líder do que nunca. O time do Neymar bateu o Dijon por dois a um. Mas o brasileiro não fez gol. MONIÊ, duas vezes fez para os parisienses. Ronaldo, e o PSG só conta as rodadas pra ser campeão né?

(Ronaldo)

Comentários.

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA  4
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Rafael Venâncio	
ASSUNTO: Brasil	

(João)

Agora, vamos pro Brasil? Pois é... o Corinthians perdeu mais uma e agora pode ver a vantagem para o Santos cair. O Timão visitou o Bahia e perdeu por dois a zero, gols de VINÍCIUS e REGIS. Triunfo importante pro Bahia, né Ronaldo?

(Ronaldo)

Comentários.

**APÊNDICE C – ROTEIROS DOS PROGRAMAS**

PROGRAMA: Rádio Gol	LAUDA
REDATOR: João Rafael Venâncio	
LOCUTOR: Ronaldo Carvalho e João Rafael Venâncio	5
ASSUNTO: Encerramento	

(João)

Pois é, galera... terminou o Rádio Gol!/ Muito obrigado pela sua companhia e até a próxima edição!//

(Ronaldo)

Até mais, galera!/ Valeu pela audiência!/ Até a próxima!//

(Trilha)

(Ficha técnica)

## APÊNDICE D - MÍDIAS

Os programas gravados estão disponíveis nos links:

Primeiro programa: <https://soundcloud.com/jo-o-rafael-venancio/radio-gol-tcc-1>

Segundo programa: <https://soundcloud.com/jo-o-rafael-venancio/radio-gol-edicao-2>

Terceiro programa: <https://soundcloud.com/jo-o-rafael-venancio/radio-gol-edicao-3>