

Grêmio Rádio Umbro: ‘Glocalização’ e ‘Gremioatividade’

Mauricio Gasparini Vanzaler de MATOS¹

Jefferson Ferreira SAAR²

1. Introdução

“Está formado o descontrole!”. É desta forma que a ‘Grêmio Rádio Umbro - 90.3 FM’ celebra os gols feitos pelo ‘Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense’. ‘A Rádio Grêmio’ chega a mais de 120 municípios rio-grandenses e atende a milhares de gremistas espalhados pelo Mundo. No ano de 2015, primeiro ano na frequência FM, a rádio alcançou o segundo lugar de audiência durante as partidas do Grêmio, ficando atrás somente da tradicional Rádio Gaúcha, pertencente ao grupo RBS (IBOPE, 2015).

2. De Gremista pra Gremista

A rádio foi criada em 2007, como uma web rádio, a ideia era aproximar o torcedor do clube, sendo mais parcial, porém, dando também mais informações sobre o Grêmio. Em 2011, a rádio chega aos aplicativos de celular, mas, foi em 2015, a partir da parceria com a fornecedora inglesa de material esportivo ‘Umbro’, que a ‘Rádio Grêmio’ chegou aos lares de milhares de torcedores (SITE TUDORÁDIO.COM).

A ‘Rádio Grêmio’ tem mais de quatro horas dedicadas ao acompanhamento pré-jogo, narração da partida e repercussão do pós-jogo. A equipe é composta pelos narradores Cristiano Oliveski, Rodrigo Fatturi e Renan Jardim; na reportagem Márcio Neves, Luciano Rolla, Rodrigo Fatturi, Ígor Póvoa, Renan Jardim, e Jéssica Maldonado e os técnicos Carlos Pereira e Vitor Pereira. Fechando a equipe, nos comentários dois grandes ex-jogadores do clube, Carlos Miguel e Mazaropi.

3. Do Rio Grande para o Mundo

Para colocar em prática a ideia de estar presente nas rádios, o Grêmio realizou um amplo planejamento e viabilizou a compra de um espaço dentro da programação da Rádio Felicidade 90.3

¹ Aluno do curso de jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP) – gasparinimau@gmail.com

² Professor Doutor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP) – projefferson@hotmail.com

FM da cidade de Novo Hamburgo. São quatro horas dedicadas aos bastidores da partida. A iniciativa do clube foi uma das pioneiras entre os times de futebol brasileiro. A criação da rádio, desde a exclusividade na internet até as ondas de frequência modulada, marcou um salto na comunicação e marketing do Grêmio.

Com cerca de 8 milhões de torcedores, dentro e fora do Rio Grande do Sul, uma das principais motivações para a implementação da rádio foi possibilitar aos torcedores o acompanhamento das partidas e, principais das notícias do clube. Segundo Castells (2001), esse fenômeno pode ser identificado como “glocalização”, na qual é possível ter acesso a informações locais de forma global.

Para Neuberger (2012), a presença de profissionais especializados, com a capacidade de lidar com uma linguagem mais apropriada para o público destinado é imprescindível para a boa aceitação do projeto. A participação da torcida durante as jornadas esportivas, por exemplo, é denominada pela equipe da Rádio como “gremioatividade”, uma vez que não é citado o nome do rival nas transmissões.

Essa foi uma das principais motivações para a criação da Grêmio Rádio, uma vez que tentava fugir de uma possível “falsa imparcialidade” das emissoras radiofônicas que transmitiam as partidas. Na Grêmio Rádio todos são gremistas, o que contribui para uma relação mais honesta entre comunicador e ouvinte. Quem está na cabine de rádio é tão gremista quanto quem está ouvindo na outra ponta, torce junto, mas não deixa de informar e tecer críticas quando necessário, ainda que de forma parcial.

4. Considerações Finais

Seja no ‘radinho de pilha’ colado ao ouvido nas arquibancadas do Velho Casarão, como era chamado o estádio Olímpico Monumental, seja nas transmissões via internet nos modernos *smartphones*, a torcida do Grêmio tem espaço para manter-se informada. O Grêmio já prepara o lançamento de uma plataforma de *streaming*, a ‘Grêmio Play’, onde será possível acompanhar todas as informações do clube, ouvir a ‘Grêmio Rádio’ e se conectar ainda mais com a paixão que une pessoas em todo o Brasil.

Palavras-chave: Futebol; Grêmio Rádio; Audiência; Glocalização; Jornalismo.

5. Referências:

CASTELLS, Manuel (2001). **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo; Paz e Terra.

CORREIO DO POVO (SITE). **Grêmio prepara lançamento de plataforma que reunirá conteúdo esportivo e entretenimento (2021)**. Disponível em: <<https://www.correiodopovo.com.br/esportes/gr%C3%AAmio/gr%C3%AAmio-prepara-lan%C3%A7amento-de-plataforma-que-reunir%C3%A1-conte%C3%BAdo-esportivo-e-entretenimento-1.598904>>. Acessado em 11 de abril de 2021.

GRÊMIO RÁDIO UMBRO (SITE). **O Descontrole Está Formado. Grêmio Libertador (2016)**. Disponível em: <<http://www.gremiolibertador.com/gremio-radio-umbro-o-descontrole-esta-formado/>>. Acessado em 11 de abril de 2021.

GRÊMIO AVALANCHE (SITE). **Grêmio Rádio Umbro 90.3 FM é sucesso de audiência. (2015)**. Disponível em: <<https://www.gremioavalanche.net/news.asp?nID=15976>>. Acessado em 11 de abril de 2021.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves (2012). **O Rádio na Era da Convergência das Mídias**. Cruz das Almas/BA; UFRB.

TUDORADIO.COM (SITE). **Entrevista com Fabio Ritter (2015)**. Disponível em: <<https://tudoradio.com/entrevistas/ver/145-fabio-ritter-gremio-radio-umbro>>. Acessado em 10 de abril de 2021.

UOL ESPORTES (SITE). **Rádio do Grêmio vira 2ª no Ibope com 'clima de arquibancada'. Até na crise (2015)**. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2015/10/28/radio-do-gremio-vira-2-no-ibope-com-clima-de-arquibancada-ate-na-crise.htm>>. Acessado em 10 de abril de 2021.