



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**  
Centro de Educação e Humanidades  
Faculdade de Comunicação Social

Paulo Sérgio de Jesus Madureira

**Panorama da narração radiofônica de futebol na Região  
Metropolitana do Rio de Janeiro no início do século XXI**

Rio de Janeiro  
2016

Paulo Sérgio de Jesus Madureira

**Panorama da narração radiofônica de futebol na Região Metropolitana do Rio de Janeiro no início do século XXI**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCom/Uerj). Área de concentração: Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky

Rio de Janeiro

2016

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

M183    Madureira, Paulo Sérgio de Jesus.  
          Panorama da narração radiofônica de futebol na Região Metropolitana do  
          Rio de Janeiro no início do século XXI / Paulo Sérgio de Jesus Madureira.  
          – 2016.  
          129 f.

          Orientador: Marcelo Kischinhevsky.  
          Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.  
          Faculdade de Comunicação Social.

          1. Comunicação Social – Teses. 2. Rádio – Brasil – Teses. 3.  
          Futebol – Teses. I. Kischinhevsky, Marcelo. II. Universidade do Estado do  
          Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

esCDU 070(81)

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Paulo Sérgio de Jesus Madureira

**Panorama da narração radiofônica de futebol na Região Metropolitana do Rio de Janeiro no início do século XXI**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCom/Uerj). Linha de Pesquisa: Tecnologias de Comunicação e Cultura.

Aprovado em 7 de abril de 2016.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky  
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. João Batista de Abreu  
Universidade Federal Fluminense – UFF

---

Prof. Dr. Ronaldo Helal  
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Rio de Janeiro

2016

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos que fazem do rádio um amigo para todas as horas. Depois de passar 25 anos atuando em rádio no dia a dia, trabalhando em emissoras comerciais de grande porte, agradeço a oportunidade de observar o veículo com os 'olhos da Academia'. Independentemente de onde esteja sendo analisado, o rádio segue sendo mágico e intrigante.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, José e Rosalina, por todo o esforço e pela estrutura oferecida, apesar das dificuldades, ao longo da minha formação como homem e profissional.

Agradeço também as minhas irmãs Regina e Sônia, parceiras ao longo de toda essa jornada, juntamente com o cunhado Sílvio e os sobrinhos Rosa e Júnior. Sem vocês seria extremamente mais difícil, praticamente impossível.

À família que formei ao lado da esposa Concetta e da filha Carolina. Espero deixar as duas felizes com a conclusão deste trabalho.

Aos amigos de infância, e também aos mais recentes, que ajudam a dar força nos momentos mais complicados desta trajetória.

Ao meu orientador Marcelo Kischinhevsky, sempre ágil e presente, indicando o caminho a seguir de maneira objetiva e construtiva.

Aos integrantes da banca de avaliação João Batista de Abreu e Ronaldo Helal, professores que deram suporte aos questionamentos e dúvidas que surgiram ao longo do trabalho.

Registro também as aulas ministradas pelos professores Ricardo Freitas e Fernando Gonçalves, com quem tive a oportunidade de deixar o pensamento fluir e absorver muito conhecimento.

Aos colegas da turma do Mestrado de 2014 – PPGCOM Uerj - e aos outros que foram se chegando no decorrer dos últimos meses.

“Nada do que posso me alucina  
Tanto quanto o que não fiz.  
Nada do que eu quero me suprime  
Do que por não saber ainda não quis”.

*Jura Secreta: Sueli Costa e Abel Silva*

## RESUMO

MADUREIRA, Paulo Sérgio de Jesus. **Panorama da narração radiofônica de futebol na Região Metropolitana do Rio de Janeiro no início do século XXI.** 2016. 129 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

O objetivo desta dissertação é apresentar o quadro atual e apontar possibilidades de desdobramentos para o futuro em relação à ‘escola de narração esportiva radiofônica da Cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana’ nesse início de século XXI. A proposta é cartografar os narradores esportivos titulares (números 1) das rádios com transmissão regular de futebol em suas respectivas grades de programação, além de mapear as próprias emissoras. A iniciativa contextualiza, ainda, a importância do rádio e do futebol, mais especificamente, no cotidiano do morador das áreas anteriormente mencionadas. Quem são as vozes que dão vida à narração de uma partida de futebol? De que maneira esse trabalho é desenvolvido? Como são criados os slogans e bordões dos locutores que ajudam a dar ‘brilho’ à narração? Essas e outras questões são apresentadas nessa pesquisa. A narração de jogos de futebol é o carro-chefe da cobertura esportiva, que por sua vez, representa um dos conteúdos mais valorizados do rádio em termos de programação e, conseqüentemente, do ponto de vista comercial. A trajetória começa com o então ‘speaker’ Amador dos Santos, na década de 1920, passando por nomes como Ary Barroso, Oduvaldo Cozzi, Waldir Amaral, Jorge Cury e Doalcei Bueno de Camargo, até chegar aos dias de hoje, com destaque para narradores como José Carlos Araújo e Luiz Penido, entre outros. O desenvolvimento tecnológico, a chegada da TV e da Internet serão ressaltados ao longo do trabalho, que pretende analisar, através de conceitos teóricos e entrevistas qualitativas e semiestruturadas, a formação e o desenvolvimento da escola narrativa esportiva de radiodifusão da Cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana, tema que ainda carece de bibliografia e aprofundamento específicos.

Palavras-chave: Rádio. Narração. Futebol. Escola. Rio de Janeiro.



## ABSTRACT

MADUREIRA, Paulo Sérgio de Jesus. **Panorama of the radiophonic football narration in Rio de Janeiro City and Metropolitan Area in the beginning of the 21st Century**. 2016. 129 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

This thesis's goal is to present the status quo and point out possible future developments to the "Rio de Janeiro City and Metropolitan Area School of Radiophonic Sports Narration" in the beginning of the 21st century. The proposal is to map the main sports narrators from radios with regular soccer transmission in their programming as well as the radio stations themselves. Furthermore, this initiative contextualizes the importance of radio and, more specifically, soccer in the daily activities of the inhabitants of the previously mentioned area. Whose are the voices that bring life to the narration of a soccer match? How is that work developed? How are the slogans and catchphrases that liven up the locution created? These and other questions are presented in this research. The narration of soccer games is one of the main events in sports coverage which, in its own right, represents one of the most valuable contents for a radio station in terms of programming and, consequently, commercially as well. The trajectory begins with the speaker Amador dos Santos from the 1920s and goes through other names such as Ary Barroso, Oduvaldo Cozzi, Waldir Amaral, Jorge Cury and Doalcei Bueno de Camargo before reaching our current time, with emphasis on narrators such as José Carlos Araújo and Luiz Penido, among others. Technological development, the arrival of television and internet will be duly mentioned throughout the work, which intends to scientifically map, through theoretical concepts and semi-structured qualitative interviews, the formation and development of the "Rio de Janeiro City and Metropolitan Area School of Radiophonic Sports Narration", a subject lacking in specific bibliography and in-depth studies.

Keywords: Radio. Narration. Soccer. School. Rio de Janeiro.

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	9
1	<b>RÁDIO E FUTEBOL</b> .....	17
1.1	<b>O início do rádio e do futebol no Brasil</b> .....	22
1.2	<b>Afinidade com o público desde a década de 1920</b> .....	25
1.3	<b>A evolução da narração esportiva pelo rádio</b> .....	30
1.4	<b>As novas tecnologias e as funcionalidades do meio</b> .....	32
1.5	<b>Especificidades entre narrações esportivas no rádio e na TV</b> .....	34
1.6	<b>A Internet como aliada</b> .....	38
2	<b>A ESCOLA RADIOFÔNICA ESPORTIVA DA REGIÃO METROPOLITANA DO RIO DE JANEIRO</b> .....	41
2.1	<b>O atual momento da narração esportiva e a dificuldade de inovar</b> .....	41
2.2	<b>O narrador como destaque de toda a programação</b> .....	47
2.3	<b>A criação de slogans e bordões</b> .....	52
2.4	<b>Criar imagens somente com estímulos auditivos</b> .....	57
2.5	<b>Conceito de jornada esportiva radiofônica</b> .....	59
2.6	<b>Em busca de inovações durante as transmissões</b> .....	63
3	<b>METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS</b> .....	71
3.1	<b>A importância dos enunciados</b> .....	72
3.2	<b>Critérios de seleção dos entrevistados</b> .....	74
4	<b>ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS</b> .....	79
4.1	<b>Em busca de particularidades</b> .....	79
4.2	<b>Estrutura narrativa</b> .....	88
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	91
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	97
	<b>APÊNDICE A - Entrevista semiestruturada</b> .....	103
	<b>APÊNDICE B - Transcrição de entrevistas qualitativas e semiestruturadas</b> ...	104

## INTRODUÇÃO

O meio de comunicação de massa rádio, que atingiu o auge em termos de audiência e plenitude de prestígio no Brasil nas décadas de 1940 e 1950, enfrenta hoje um momento de muitas incertezas e indefinições quanto ao caminho futuro a seguir. A disputa por audiência é muito mais intensa que no século passado e os atuais estímulos sonoros são bastante sedutores. Além disso, o ouvinte dos dias de hoje não fica mais limitado apenas ao 'ouvir'. A audiência do início do século XXI busca uma participação cada vez mais ativa ao longo do fluxo programacional criando, editando e distribuindo conteúdos radiofônicos.

No momento, é preciso entender quem é esse ouvinte e quais são os seus desejos e necessidades para conseguir delimitar as reais capacidades de ação e apresentar um conteúdo capaz de seduzir essas respectivas audiências, que estão cada vez mais seletivas. Depois dos primeiros momentos de enfrentamento, tensões e previsões pessimistas com as chegadas da televisão (década de 1950) e da Internet (década de 1990), o rádio 'descobriu' novas possibilidades de atuar, ou seja, encontrou seu espaço dentro do espectro midiático. Mas a magia do veículo – alguns pesquisadores como João Batista de Abreu, por exemplo, destacam que a falta de imagem é justamente o grande diferencial do meio -, segue disponível para continuar a estimular o ouvinte, criar o encantamento e seduzir a audiência.

Ao contrário do que se possa pensar, o rádio é um meio essencialmente visual. Os olhos constituem a imaginação do ouvinte, o que aumenta a polissemia interpretativa. Uma imagem em cada mente (ABREU, 2001, p.2).

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia – 2014<sup>1</sup>, que analisou hábitos de consumo de mídia pela população brasileira, o rádio é o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros, perdendo apenas para a televisão. Ainda segundo a pesquisa, 21% da população nacional ouvem rádio todos os dias da semana (frequência), com média de consumo de 3h07, de segunda-feira a sexta-

---

<sup>1</sup> Pesquisa do Ibope Media sobre o consumo de rádio no Brasil, baseada nas medições regulares feitas pelo Instituto em 13 regiões metropolitanas do País. De acordo com o estudo, 53 milhões de brasileiros que residem nas áreas pesquisadas consomem rádio, sendo que a maior faixa etária é a de 30 a 39 anos de idade, representando 28% do total pesquisado. Última consulta em 15/02/2016. <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

feira, e de 3h durante os fins de semana (intensidade). Outro dado destacado pelo estudo e que tem relação direta com essa dissertação de Mestrado é que o Estado do Rio de Janeiro (Região Sudeste), ao lado de Goiás (Região Centro Oeste), apresentam as maiores médias nacionais quando o quesito em análise é a intensidade de consumo do meio rádio, tanto durante a semana quanto aos sábados e domingos, com as seguintes durações: 3h38 e 3h28, respectivamente. Especificamente no caso dos fins de semana, o Rio de Janeiro mantém uma média nacional significativa, enquanto que toda a Região Centro Oeste (incluindo Goiás) registra redução do uso do meio rádio.

Já que a narração (transmissão) de jogos de futebol faz parte da grade regular de programação das emissoras de rádio analisadas (Bradesco, Brasil, CBN, Globo, Nacional, Manchete, Transamérica e Tupi,) na Cidade do Rio de Janeiro e Grande Rio, podemos entender que o esporte como um todo, e de maneira mais específica o futebol, é, conseqüentemente, presença marcante na vida de boa parte dos moradores dessas áreas em geral. A importância do futebol no dia a dia do carioca e fluminense também pode ser constatada através do expressivo número de músicas, filmes, peças teatrais, exposições, enfim, diferentes formas de expressão cultural e artística que abordam a temática do futebol, ou que fazem dela pelo menos o pano de fundo (segundo plano) de seus trabalhos principais.

Além disso, outra maneira de identificar a importância do rádio e do futebol no cotidiano nacional é através do espaço (minutagem, centimetragem, número de toques ou caracteres), tanto em termos quantitativo quanto qualitativo, dedicado pela imprensa em geral aos temas em destaque. Na televisão aberta temos produções como Globo Esporte, Esporte Espetacular (TV Globo); Jogo Aberto Rio (local), Jogo Aberto (em nível nacional, ambos na TV Bandeirantes); SBT Esporte Rio (TV SBT), entre outros. Na televisão por assinatura, emissoras como SporTV, Fox Sports e ESPM, entre outras dedicam horas de programação ao esporte. No rádio, temos a emissora Bradesco Esportes FM, que dedica horário integral à cobertura de eventos esportivos, além de programas como Globo Esportivo e Panorama Esportivo (Rádio Globo); Giro Esportivo (Rádio Tupi); Momento Esportivo (Rádio Brasil). Em termos de impresso, a maioria das publicações contam com cadernos estruturados para a cobertura da editoria de esportes (O Globo, Extra, O Dia, Meia-Hora). A situação é a mesma na web, onde diversos sites se dedicam ao tema como, por exemplo, [globoesporte.com](http://globoesporte.com); [esporteinterativo.com.br](http://esporteinterativo.com.br); [lance.com.br](http://lance.com.br).

Reiteramos que algumas empresas de comunicação contam com programações específicas para trabalhar o esporte em suas respectivas grades de programação. No Rio de Janeiro, em relação ao rádio, por exemplo, podemos destacar a emissora Bradesco Esportes FM 91,1, que é a primeira emissora *all sport* do País. Válido acrescentar que esse segmento representa, nos Estados Unidos, 3,1% do share, com 133 emissoras FMs e 556 AMs, segundo dados da pesquisa *Radio Today*<sup>2</sup> 2013, da consultoria especializada Arbitron. No caso da televisão, temos como exemplos os canais por assinatura SporTV, Fox e ESPN, entre outros.

Sob o viés acadêmico, o rádio e o futebol também despertam um interesse significativo dos estudiosos, gerando estudos com o objetivo de aprofundar o conhecimento, teórico e prático, sobre os dois objetos de estudo em destaque. Em termos de angulação, essas pesquisas apresentam diversidade focando o rádio e o futebol sob os mais variados prismas: social, tecnológico, comportamental, interatividade ou interação, conteúdo, programação, mercadológico, etc...

A relevância e a justificativa estão baseadas no interesse de contribuir para o desenvolvimento dos estudos sobre a escola de narração esportiva do Rio de Janeiro através do rádio. Identificar quem são os donos das vozes da narração esportiva radiofônica no Rio de Janeiro, profissionais que criaram bordões inesquecíveis como 'veja o jogo ouvindo a Rádio Globo', 'brasileiro não vive sem rádio, seu melhor companheiro', e 'que lindo!' faz parte desse trabalho. A narração de um jogo de futebol acaba tornando-se 'outro espetáculo' (além da partida propriamente dita), visto que a velocidade, o ritmo, a sonoplastia, a intensidade e a entonação, entre outros recursos aplicados à transmissão do evento, são realmente capazes de transformar uma partida de futebol monótona e com poucos atrativos em uma disputa verdadeiramente emocionante e cheia de alternativas em termos de definição de placar.

Mas a transmissão feita através do rádio nos dias de hoje é muito mais multifacetada do que no século passado, por exemplo, quando o meio estava restrito às ondas hertzianas. Independentemente do desejo de consumir informação ou entretenimento através do rádio (que de maneira mais generalizante e reducionista, no passado, ficava restrito ao perfil das programações AM ou FM), a multiplicidade

---

<sup>2</sup> Pesquisa da consultoria especializada Arbitron, do ano de 2013, com informações sobre hábitos e maneiras de consumo de rádio nos Estados Unidos. Última consulta em 15/02/2016.  
[http://www.arbitron.com/downloads/Radio\\_Today\\_2013\\_execsum.pdf](http://www.arbitron.com/downloads/Radio_Today_2013_execsum.pdf)

de ofertas e variações de como receber essa programação (plataforma a ser utilizada pelo interessado) dificultam uma angulação única, específica e objetiva sobre o tema em questão.

Prova disso é que alguns pesquisadores ainda estão em busca de um conceito sobre o que é o rádio e/ou radiofônico nesse começo de século XXI. A definição do que é rádio (radiofônico) envolve, preliminarmente, o estabelecimento de parâmetros para que o entendimento do referido conceito seja aceito e partilhado por todos. E já não se trata apenas de classificar as transmissões hertzianas em AM ou FM (comprimento das ondas de transmissão eletromagnéticas) de outrora. Entraram em ação, entre outros atores, a transmissão via satélite, a Internet, a transmissão digital e as facilidades de poder ouvir determinada programação ao vivo ou através de podcasting (gravação - interferindo diretamente na questão do tempo real). Esses são alguns dos 'novos' fatores que acabam problematizando a estruturação do que é radiofônico ou não.

A pesquisadora Nair Prata destaca a importância da Internet nesse contexto midiático.

A história do rádio é marcada por dois momentos de intensos debates acerca de sua existência no futuro. O primeiro grande debate aconteceu na década de 50. Com o surgimento da televisão, acreditava-se que o rádio iria acabar, já que o novo veículo que nascia, além do som, tinha também imagem. Hoje, neste início do século XXI, um novo debate toma conta dos profissionais da radiofonia e do meio acadêmico: a internet vai engolir o rádio? Os novos e modernos formatos em áudio podem ser definidos como rádio? Os novos gêneros de rádio que surgem na web vão acabar com o modelo tradicional que todos nós conhecemos? Mídias como rádio, TV e jornal terão existência apenas no computador em um futuro próximo? (PRATA, 2008, p. 1)

Os pesquisadores Luiz Artur Ferraretto e Marcelo Kischinhevsky ressaltam a complexidade da questão, que afeta até mesmo profissionais da área.

O que é rádio? A pergunta soou óbvia, para leigos ou pesquisadores, até o advento da internet. Há, é claro, outras tecnologias que integram o processo de convergência, mas a ascensão do computador como meio de acesso a conteúdos sonoros – informativos e/ou musicais – tem peso relevante. Hoje, década e meia após a chamada world wide web ter adquirido feições comerciais e, cada vez mais, massivas, a questão reveste-se de importância tal que respondê-la aponta caminhos para a sobrevivência do meio e de sua utilização como negócio dentro da economia de teor capitalista. De fato, há que associá-la não só à tecnologia, mas a um quadro mais amplo. (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2010, p. 1)

Nesse trabalho, o objetivo é traçar a criação e o desenvolvimento da cobertura jornalístico-esportiva através do rádio, mais detidamente focando a questão da narração futebolística, desde a época dos pioneiros como Nicolau Tuma, em São Paulo, e Amador Santos, no Rio de Janeiro, passando por nomes como Gagliano Netto, Oduvaldo Cozzi, Ary Barroso, Waldir Amaral, Jorge Cury, Doalcey Bueno de Camargo e Luiz Mendes (antes de se transformar no “Comentarista da Palavra Fácil”, Mendes foi narrador esportivo), chegando aos dias de hoje, quando nomes como José Carlos Araújo – ‘O Garotinho’; Luiz Penido – ‘O Garotão da Galera’, Ruy Fernando - ‘O Cara’, para citar apenas alguns, se transformaram em referências da narração esportiva radiofônica do Rio de Janeiro.

Interessante alertar que todos os narradores contam com epítetos ou bordões que fazem uma alusão direta ou indireta ao trabalho desenvolvido junto aos ouvintes e/ou torcedores de futebol. A necessidade e o processo de criação desses epítetos, slogans e bordões serão aprofundados ao longo da dissertação. A evolução profissional dos atuais narradores esportivos do rádio do Rio de Janeiro e Grande Rio e o respectivo desenvolvimento do estilo de cada um também serão abordados, além de buscar o entendimento sobre como eles encaram o fato de serem as ‘estrelas das companhias’, geralmente com remunerações<sup>3</sup> bem acima da média dos demais colegas.

Em termos de linguagem radiofônica e futebolística, daremos atenção aos estilos diferenciados que são escolhidos pelos narradores para dar vida ao espetáculo, ao show radiofônico que envolve signos, seus respectivos objetos e os diferentes significados atribuídos individualmente pelo torcedor/ouvinte. Os narradores investem na criação de códigos de fácil compreensão para atingir aquele que detém um conhecimento mínimo sobre o esporte. Mas os fanáticos pelo esporte, os ‘conhecedores’ de futebol não são esquecidos ou deixados de lado pelos narradores. Essa linguagem é cheia de expressões que fazem um caminho de ida e vinda ininterrupto das arquibancadas para outros setores da sociedade e vice-versa. Esse poder de captar a linguagem popular será detalhado ao longo da dissertação,

---

<sup>3</sup> Optamos pelo termo ‘remuneração’ ao invés de ‘salário’ já que os narradores José Carlos Araújo (Rádio Tupi) e Luiz Penido (Rádio Globo) são contratados como pessoas jurídicas (PJ), diferentemente dos demais radialistas analisados nesse trabalho. Além disso, dependendo dos termos firmados em cada contrato, esses profissionais podem ter direito a ‘janelas na programação’, ou seja, espaços comerciais para negociação direta com os anunciantes interessados.

visto que é um dos pontos nevrálgicos para se entender como se dá a comunicação do radialista com a massa (torcedor/ouvinte).

O trabalho traz ainda uma breve abordagem sobre o surgimento do rádio como veículo de comunicação de massa nos Estados Unidos e a chegada do mesmo, juntamente com o futebol ao Brasil; a transição de ambos de 'artigos' de elite para itens de consumo popular e a consequente afinidade do ouvinte com a emissora e os respectivos radialistas preferidos, bem como as programações. Outros temas de destaque são a relação do rádio com a televisão e com a Internet. Inicialmente considerados inimigos e potencialmente perigosos para a programação radiofônica, com o passar do tempo, todos os veículos foram se ajustando e descobrindo que podem conviver harmonicamente, além de se ajudar mutuamente, em uma verdadeira simbiose.

O dia a dia da cobertura jornalística de um clube de futebol e o dia do jogo serão apresentados para que exista a possibilidade de contextualizar as diferentes situações. O que diferencia uma narração de outra, já que a partida de futebol é a mesma? Quais são as especificidades de cada narrador? Como se dá o processo de criação de bordões, slogans e epítetos que servem para aproximar o ouvinte da emissora e do narrador, criando um vínculo de afinidade que pode representar o sucesso de determinado narrador e/ou emissora de rádio?

A evolução tecnológica e incontestável, sempre facilitando o trabalho de transmissão das partidas de futebol, seja ao vivo, acompanhando o jogo direto do estádio (independentemente de cidade, estado ou país) ou através de aparelhos de televisão instalados em estúdios de rádio (essa atitude é conhecida no meio radiofônico como transmissão 'off-tube' ou 'geladão'). Essa prática ganhou força em função da economia proporcionada pelo fato de mandar apenas um repórter e um operador de áudio para o estádio. A economia fica por conta de todas as despesas referentes ao envio de um segundo repórter, narrador, comentarista de arbitragem e/ou analista da partida (comentarista). Além do número de profissionais envolvidos na cobertura deste determinado jogo, é preciso levar em conta outros aspectos relevantes como passagens de avião, estadias em hotéis, alimentação, despesas com transporte (geralmente táxi) e diárias.

Em contrapartida, de acordo com os depoimentos fornecidos pelos oito narradores considerados os 'números 1' das emissoras de rádio que fazem as transmissões de jogos de maneira regular na Cidade do Rio de Janeiro e Grande



Rio, o momento parece ser de estagnação em relação a novidades sob o viés do conteúdo programacional das emissoras de rádio de maneira generalizada. O veículo rádio vem perdendo audiência gradativamente, segundo informações do instituto de pesquisas Ibope, o que será detalhado mais à frente da dissertação. O detalhe é que essa perda de audiência diz respeito ao meio e não a emissoras propriamente ditas. O rádio tradicional como um todo vem perdendo ouvintes para outras modalidades de transmissão radiofônica como, por exemplo, emissoras de serviços de rádio social: Spotify, Lastfm ou Rdio. A questão foi dissecada pelo pesquisador Marcelo Kischinhevsky.

O conceito de rádio social abrange, em contrapartida, sites que apresentam circulação predominante de arquivos digitais de música, mas comportam também áudio de programas, reportagens, comentários e outros conteúdos típicos da radiofonia. Em geral, como veremos a seguir, estes serviços fazem alusão à radiodifusão sonora em seus próprios nomes. (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 4-5)

O atual momento do dial do rádio esportivo carioca e do Grande Rio será apresentado de maneira a facilitar a compreensão da importância da transmissão esportiva para essas emissoras e suas respectivas audiências, bem como uma comparação com outras escolas de narração esportiva radiofônica do País. Diferentemente do estilo 'metralhadora' (muita rapidez na locução) dos paulistas de outrora, no Rio de Janeiro a 'levada' (maneira de transmitir um jogo de futebol) é muito mais descritiva e tranquila, mas sem perder a emoção. Teremos o cuidado de abordar a questão da narração o mais próximo possível do tempo real (a diferença é mínima). Ainda com o objetivo de facilitar o entendimento, a pré-produção e a pós-produção de uma jornada esportiva também serão analisadas com ênfase na atividade produzida pelos narradores ao longo de todo esse processo.

Quando da entrevista com os narradores esportivos do rádio da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, baseamos o trabalho nos conceitos propostos por pesquisadores como Jorge Duarte, Antonio Teixeira de Barros (DUARTE, 2005), Rogério Diniz Junqueira (2006) e George Gaskell (2004), especialmente sob o viés da validade e confiabilidade de entrevistas qualitativas e semiestruturadas. A análise desse material deverá fornecer indicações para um melhor entendimento da narrativa do futebol pelo rádio na Cidade do Rio de Janeiro e Grande Rio desde o

século passado até os dias de hoje e com as respectivas perspectivas sobre o que poderá ser criado e/ou adotado no futuro.

## 1 RÁDIO E FUTEBOL

Neste primeiro capítulo, o objetivo será identificar a importância da união entre o esporte e a comunicação, mais especificamente no tocante à narração esportiva radiofônica de jogos de futebol. Para contextualizar a questão, lançaremos mão da cronologia histórica com o objetivo de facilitar o desenvolvimento do texto e a compreensão do leitor.

O surgimento oficial do rádio no Brasil data de 1922, sendo marcado por um discurso do então presidente Epitácio Pessoa, em comemoração ao centenário da independência, em 7 de setembro, para uma plateia composta pela elite carioca do início do século XX. O transmissor foi instalado no Morro do Corcovado, na Zona Sul do Rio de Janeiro, que era a capital federal à época. Mesmo assim, existem relatos de experimentações envolvendo a radiodifusão antes da data oficial. O trecho abaixo, extraído do site oficial da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV<sup>4</sup>, de autoria de José de Almeida Castro, fundador e ex-presidente da Abert, por exemplo, cita o ano de 1893.

Em 10 de junho de 1900, o “Jornal do Comércio”, do Rio de Janeiro, relatou a experiência em 1893, do padre gaúcho Roberto Landell de Moura, com vários aparelhos de sua invenção. No Alto de Santana, em São Paulo, o jovem sacerdote e promissor cientista, em meio a seus estudos, fizera importantes descobertas sobre a propagação do som, da luz e da eletricidade, através do espaço, da terra e dos mares. Sem recursos e sem apoio, Landell de Moura não patenteou seus inventos.

Quem também reivindica o início das transmissões radiofônicas no país é a Rádio Clube de Pernambuco, fundada em 6 de abril de 1919. Aliado à data de fundação, a Rádio Clube de Pernambuco afirma ter feito a primeira transmissão oficial de um estúdio improvisado na localidade de Ponte d’Uchoa, em Recife. Entretanto, pelo que foi brevemente exposto, parece haver um consenso de que experimentações radiofônicas devam realmente ter ocorrido antes da data oficial de surgimento do rádio no país.

---

<sup>4</sup> Pesquisa feita junto ao site oficial da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV (Abert). Última consulta em 15/02/2016. <http://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomos/historia-do-radio-no-brasil?tmpl=component&print=1>

Outra polêmica envolve a criação do rádio propriamente dito. A maioria dos pesquisadores aponta o italiano Guglielmo Marconi, nascido em 1874, na cidade de Bolonha, como o inventor do rádio. Apaixonado pelas ciências e mais notadamente por Física e Eletricidade, Marconi desenvolveu e aperfeiçoou as experiências de outros colegas cientistas como Heinrich Hertz e Augusto Righi, entre outros, dando uma significação prática aos projetos ainda embrionários de transmissão de sinais a distância. As primeiras e rudimentares experiências de Marconi nessa área datam de 1895. Aqui no Brasil, o padre gaúcho Roberto Landell de Moura é considerado pelo pesquisador Hamilton de Almeida, por exemplo, como o ‘pai da radiofonia’ por ter conseguido superar Marconi e transmitir voz, enquanto que o cientista italiano teria ficado limitado à transmissão de sinais até a década de 1910. Hamilton de Almeida é jornalista e escritor, tendo trabalhado no Jornal Zero Hora, em Porto Alegre, e no Portal dos Jornalistas, além de ter publicado livros sobre a história de Landell de Moura.

O pesquisador Luiz Artur Ferraretto, por sua vez, faz a opção de enaltecer a capacidade de Marconi de organizar os trabalhos desenvolvidos por outros cientistas de maneira pragmática e mais eficiente.

Mais do que tudo, o italiano foi um industrial astuto e empreendedor. A sua empresa detinha patentes sobre diversos inventos que ele soube – e aí está talvez o seu grande mérito – aprimorar, desenvolvendo novos e mais potentes equipamentos. A aparelhagem das primeiras experiências de Marconi, em 1894, na Villa Grifone, exemplifica bem isto. Incluía um oscilador semelhante ao desenvolvido por Heinrich Hertz, mas aperfeiçoado por Augusto Righi, pesquisador de quem o jovem Guglielmo era uma espécie de discípulo. A antena seguia o modelo utilizado pelo russo Aleksandr Popov. Além disso, Marconi empregava coesores como os de Branly e tinha conhecimento do trabalho de Lodge. (FERRARETTO, 2001, p. 82)

Cabe apontar, entretanto, o trabalho de pesquisa desenvolvido pelo padre Roberto Landell de Moura. Interesses políticos, econômicos e militares mundiais à época podem estar por trás dessa polêmica em relação à invenção do rádio. O novo meio de comunicação de massa demonstrava alto potencial de utilidade estratégica para a Marinha inglesa, que liderava as ações nesse campo de atuação (comunicação sem fios) no final do século XVIII e início do século XIX, seguida dos norte-americanos.

De qualquer maneira, os experimentos de Guglielmo Marconi, Roberto Landell de Moura e outros cientistas seguiram em frente e, em 1916, o russo de

origem judaica, radicado nos Estados Unidos, David Sarnoff percebe novas e instigantes possibilidades de utilização do invento. O rádio surgiu como um meio de comunicação bidirecional entre dois agentes fisicamente afastados, ou seja, adotando, nesse primeiro momento, o conceito de radiotelefonia. Coube, então, a Sarnoff o mérito de perceber a possibilidade de transformação da novidade em um meio de comunicação de massa, deslocando a bidirecionalidade (um para um) dos estágios embrionários para a unidirecionalidade (um para todos). Essa situação, que atualmente parece ser de fácil entendimento, precisou, na verdade, ser trabalhada de maneira intensa para se estabelecer como realidade nos dias de hoje.

De maneira lenta e gradual, todas essas ideias vão ganhando corpo, tomando forma e, no dia 2 de novembro de 1920, na cidade de Pittsburgh (EUA), a radiodifusão é inaugurada com a transmissão da emissora KDKA<sup>5</sup>, com a produção e a veiculação de conteúdos radiofônicos.

Importante salientar o aspecto econômico que envolve essa fase de implantação do rádio no Brasil, ainda sem o rótulo de veículo de comunicação de massa. Especificamente no caso brasileiro, as empresas Westinghouse e Western Electric, ambas norte-americanas, foram as responsáveis pela instalação dos 80 receptores e dois transmissores, respectivamente, que possibilitaram a audição do discurso do então presidente Epitácio Pessoa e de trechos da ópera O Guarani, de Carlos Gomes. O interesse despertado com essa apresentação foi grande entre os admiradores da novidade, com destaque para Edgard Roquette Pinto, considerado o 'pai da radiodifusão' nacional, que esteve diretamente envolvido nessa experimentação radiofônica.

Sob o viés da adoção de um modelo radiofônico, os Estados Unidos registraram um desenvolvimento mais rápido e robusto do que a Europa. Por esse motivo, desde então, a influência norte-americana no modelo radiofônico brasileiro foi e ainda segue sendo muito intensa. Uma linha de pesquisadores aponta que o rádio do Brasil ainda é marcadamente apoiado no modelo de radiodifusão norte-americano.

---

<sup>5</sup> O primeiro noticiário da KDKA foi ao ar em 2 de novembro de 1920, abordando a cobertura das eleições norte-americanas daquele ano, com a vitória do senador republicano Warren Harding e a derrota do democrata James Cox. O jornalista especializado em tecnologias digitais, Ethevaldo Siqueira destaca a longevidade da emissora, que pode ser ouvida através do site <http://pittsburgh.cbslocal.com>.

A história oficial conta que o futebol, por sua vez, tem em Charles Miller, um jovem paulista filho de ingleses, seu personagem principal em termos de estabelecimento no País. Em outubro do ano de 1894, o jovem Miller desembarcou em São Paulo com duas bolas de futebol, um esporte até então considerado de elite, já que tinha na elegância e na obediência de um rígido código de conduta suas marcas principais. Já em 1896, o suíço Oscar Cox, do então Paissandu Cricket Club, apresenta o futebol aos cariocas. Os sobrenomes dos dois (Miller e Cox) já oferecem subsídios para atestar a elitização do futebol à época. Importante citar que alguns pesquisadores consideram essa versão, na verdade, mistificadora, lembrando os operários de fábricas de capital inglês, como a de Bangu, por exemplo, ou os britânicos que trabalhavam em navios e disputavam ‘peladas’ (jogos de futebol sem o rigor disciplinar e das regras do esporte e com caráter eminentemente recreativo) em áreas portuárias.

De maneira gradativa, entretanto, o futebol vai se popularizando. A década de 1910 foi marcada pela manutenção do caráter aristocrático do então novo esporte. Mas a partir dos anos 20 do século passado, o futebol passa a despertar o interesse de um número cada vez maior de brasileiros de origem não elitizada. O trecho abaixo, de autoria dos pesquisadores Márcio Micelli e Alda de Almeida, demonstra a popularização do esporte.

As “peladas” nos campos de várzea deixam de ser reprimidas pelas autoridades e surgem os estádios para o *derby* dominical, entre as décadas de 10 e 20. Com as transmissões esportivas de rádio, os estádios, como num passe de mágica, parecem crescer de tamanho, conquistando um número cada vez maior de apaixonados. Se o futebol ajudou a compor uma programação radiofônica verdadeiramente popular (junto com o humor, os programas de auditório e as radionovelas), o rádio também fez muito pelo futebol; contribuiu para transformar esse esporte de origem inglesa em paixão nacional, transportando-o do campo para o imaginário popular. (MICELLI; ALMEIDA, 2004, p. 1-2)

Já nessa fase de instalação do futebol no País, entretanto, é possível observar tensões que ultrapassavam os limites esportivos e colocavam a elite branca e urbana em confronto com a classe popular, mestiça e interiorana. De acordo com os pesquisadores Ronaldo Helal e Cesar Gordon, a situação pode ser descrita da seguinte maneira:

As primeiras décadas são marcadas por um embate no interior desse novo “campo” de relações, no qual havia duas forças contrapostas: uma ciosa em

manter o futebol restrito a essa elite educada e europeizada; outra, favorável à abertura e à expansão desse campo ao resto da sociedade. Objetivamente, tal confronto ganhou nome nos anos vindouros, opondo de um lado os defensores do amadorismo, e de outro, os do profissionalismo no futebol. Mas devemos observar que a lógica do amadorismo não pode ser completamente abstraída do ambiente ideológico e do contexto cultural em que estava absorvida. A defesa do amadorismo – explícita ou implicitamente – era a defesa de um futebol não-negro, fechado às classes populares, circunscrito às elites urbanas. O debate em torno do profissionalismo surge no final da década de 10, mas torna-se uma questão central, a partir de 1923, quando o Vasco da Gama sagra-se campeão no Rio de Janeiro. Pela primeira vez, um time composto em sua maioria por jogadores mulatos, negros e de classe social inferior conquistou um título. (GORDON; HELAL, 2002, p 40)

Válido complementar que nos anos de 1940 o Brasil começou a enfrentar um processo de transformação de sociedade rural para urbana, juntamente com suas respectivas tensões e dificuldades para implantação. Apesar do exposto, a prática do futebol consegue obter inserção nos dois extremos dessas pirâmides econômica e social. De acordo com os pesquisadores Alda Almeida e Márcio Micelli, a penetração do esporte se deu de maneira homogênea, independentemente da classe social.

Dois caminhos foram seguidos pelo futebol no Brasil. Um foi o dos trabalhadores – em geral imigrantes - das estradas de ferro. Outro caminho, ao contrário, foi o dos clubes ingleses liderados pelos dirigentes endinheirados que introduziram o futebol em meio às elites num período convencionalmente chamado de “Belle Époque”, no qual o modo de comportamento era inspirado no modelo europeu (parisiense e londrino, principalmente). Os esportes de modo geral, e o futebol de modo particular, fizeram parte dos “bons princípios e modos” que nossa sociedade elitista aspirava naquela época. O início da prática dos esportes modernos no Brasil demonstra rupturas quanto ao exercício relacionado ao corpo. Até o final do século XIX, as atividades concernentes às atividades atléticas restringiam-se basicamente à caça, à pesca, à cavalgada e à natação. Todas as atividades mencionadas faziam parte do universo agrário e rural, elementos bastante presentes em nossa sociedade desse período. Nesse sentido, o caráter lúdico-esportivo de práticas como o futebol ou o voleibol, por exemplo, não pode ser entendido como similar às práticas de então, uma vez que estas são atividades próprias do universo urbano e industrial. (MICELLI; ALMEIDA, 2004, p. 1-2)

Aliado ao momento de transição da sociedade brasileira, que trocava o campo pelas cidades, as classes menos favorecidas, que literalmente se limitavam a ‘espionar’ os jogos através dos alambrados, começaram a se interessar cada vez mais pelo novo esporte.

Para exemplificar e contextualizar melhor a situação descrita acima, podemos citar o pesquisador Filipe Fernandes Ribeiro Mostaro e o artigo “1938: a estréia do

rádio brasileiro em Copas do Mundo”, que integra o livro “O Rádio e as Copas do Mundo”.

O governo Vargas no Brasil foi responsável pela transição da população do campo para a cidade. A industrialização e a urbanização de forma acelerada concretizaram-se nesta época. Na política, mesmo assumindo provisoriamente e com a Constituição de 1934, Getúlio instaurou o Estado Novo em 1937, e ia precisar ainda mais de unificar o país em torno de suas ideias. Os valores da pátria estavam no auge, sentimentos nacionalistas e a deglutição cultural pregavam um país com orgulho próprio, que precisava se desprender do seu passado, que não dependesse externamente de outros países na economia, que tivesse uma valorização e a consolidação de uma cultura nacional, o que apenas um Estado forte seria capaz de fazer. (MOSTARO, 2012, p.2)

Era a fase de início do relacionamento, que acabaria se tornando muito estreito, entre o rádio e o futebol. A questão citada acima do nacionalismo e da valorização cultural pode ser observada quando assistimos a um jogo da seleção brasileira e percebemos a camisa oficial da equipe como um dos símbolos nacionais. Depois de Getúlio Vargas, outros presidentes da república exploraram, em maior ou menor graus de intensidade, o desempenho da seleção brasileira de futebol na disputa por uma Copa do Mundo ou qualquer outra competição de prestígio internacional.

### **1.1 O início do rádio e do futebol no Brasil**

Em termos históricos, não existe um consenso sobre o pioneirismo das transmissões de futebol pelo rádio no Brasil. Alguns pesquisadores, por exemplo, apontam o mês de julho de 1931, em São Paulo, como o marco das transmissões futebolísticas radiofônicas. Nicolau Tuma narrou, pela Rádio Educadora Paulista, um jogo entre as equipes de São Paulo e do Paraná, válido pelo Campeonato Brasileiro de Seleções. O apelido de ‘metralhadora’ que Tuma ganhou foi motivado pelo ritmo acelerado com que transmitia as partidas de futebol.



Outros estudiosos, como Renato Murce<sup>6</sup>, por exemplo, afirmam, em contrapartida, que o primeiro locutor de futebol brasileiro foi, na verdade, Amador Santos, que trabalhava na Rádio Clube, no final da década de 1920, no Rio de Janeiro. Diferentemente do estilo ‘metralhadora’ de Nicolau Tuma, Amador Santos se destacou pela sobriedade com que narrava os jogos de futebol. Os dois são considerados os fundadores das duas primeiras escolas de narradores esportivos do rádio brasileiro.

A partir daí, os narradores (inicialmente conhecidos como ‘speakers’) foram se aperfeiçoando, criando bordões e gradativamente recebendo sustentação de comentaristas de jogo, de analistas de arbitragem, de repórteres de campo e setoristas, enfim, uma rede de profissionais criada para ajudar a compor o show radiofônico que envolve uma partida de futebol.

Com todo esse aparato que foi sendo criado, surgiu também uma nova linguagem com o objetivo de fazer com que o ouvinte/torcedor se sentisse à ‘beira do gramado’ (para usar uma expressão consagrada pelos profissionais de rádio que cobrem o futebol). Como o tema envolve paixão, os profissionais da narração esportiva radiofônica perceberam que deveriam estimular ainda mais essa passionalidade, transformando o jogo em uma verdadeira ‘guerra’, exacerbando os sentimentos de amor e ódio, de sucesso ou fracasso, sempre de maneira dicotômica, indo do Céu ao Inferno.

Inicialmente (décadas de 1920 e 1930), no Brasil, as transmissões radiofônicas e os jogos de futebol eram considerados ‘artigos’ da então elite brasileira. Com o passar do tempo, entretanto, houve uma relação simbiótica e popularizante, como podemos constatar no breve relato dos pesquisadores Márcio Micelli e Alda de Almeida.

Nascidos um para o outro. A frase banal ainda é a que melhor define a união vitoriosa entre o primeiro veículo de comunicação de massas e o esporte, a maior paixão popular. Filhos da elite, futebol e rádio tornaram-se catalisadores de emoções e ídolos do povo. Pegaram carona nas profundas mudanças por que passou o Brasil nas primeiras décadas do século XX, com o eixo econômico deslocando-se do campo para a cidade e a conseqüente urbanização da população brasileira. A alta concentração de trabalhadores nas cidades exigia lazer para as massas, principalmente a baixo custo. (MICELLI; ALMEIDA, 2004, p. 1)

---

<sup>6</sup> No livro Bastidores do Rádio – Fragmentos do rádio de ontem e de hoje, o autor Renato Murce trabalha de maneira mais intensa com o conceito de memória e não com dados, o que gera polêmica com relação a datas, fatos e acontecimentos.

De maneira concomitante, rádio e futebol ajudaram a despertar e consolidar os sentimentos nacionalistas, de integração nacional e de valorização da nossa cultura. Mas o caminho foi penoso. Depois de uma discreta apresentação na Copa do Mundo de 1930, no Uruguai, o Mundial de 1934, na Itália, evidenciou a divisão entre atletas profissionais e amadores. O amadorismo administrativo fez com que Carlito Rocha, inscrito como árbitro, comandasse a equipe do banco de reservas, exercendo, de fato, as funções de treinador. Oficialmente, o técnico da seleção era Luís Vinhais. Carlos Martins da Rocha, informalmente conhecido como Carlito Rocha, nasceu em 1894 e faleceu em 1981, aos 87 anos de idade. Foi um atleta, torcedor e dirigente com intensa ligação com o Botafogo de Futebol e Regatas e sobre quem se contam muitas histórias pitorescas, como a do mascote Biriba, um cão que supostamente trazia sorte ao time Alvinegro.

Chegando ao ano de 1934, a recém-criada Confederação Brasileira de Desportos (CBD), condenava o profissionalismo, que começava a se instalar em São Paulo. Assim como no Uruguai, o Brasil foi eliminado da Copa do Mundo da Itália sem despertar atenção no cenário internacional. O Mundial de 1934, entretanto, revelou a apropriação política e ideológica do evento. Ao longo da história, outros países sede utilizaram o Mundial com fins políticos, com destaque para Benito Mussolini, na Itália, justamente em 1934, e Jorge Rafael Videla, na Argentina, em 1978, auge da ditadura militar em Buenos Aires.

Em termos de melhoria de desempenho da seleção brasileira, algumas medidas administrativas e burocráticas precisaram ser efetivadas pela CBD para fosse regulamentada a atuação dos atletas, eliminando conflitos internos, como cita Mostaro.

Foi logo após a Copa de 1934 que a CBD teve que ceder aos clubes e instaurou a profissionalização no futebol. O momento político e cultural do Brasil incentivava o trabalhador assalariado. Portanto, foi uma atitude mais populista que visionária. Por meio dela, desejava-se controlar, disciplinar e sindicalizar os jogadores para o que já se enxergava como grande manifestação popular da época. Essa intervenção do Estado culminou com a criação, em 1941, do Conselho Nacional do Desporto. (MOSTARO, 2012, p. 17)

De maneira pragmática, Mostaro afirma que houve um verdadeiro flerte entre rádio e futebol ao longo dos anos de 1930. Em 1931, no entanto, pode-se dizer que ambos deram as mãos e iniciaram uma relação proveitosa e de sucesso para ambos

os lados. Fábio Franzini, autor de 'Corações na ponta da chuteira: capítulos iniciais da história do futebol brasileiro', corrobora a afirmação de Mostaro com a publicação abaixo.

Os anos 30 são um momento decisivo na relação entre o futebol e a sociedade brasileira. Enquanto o meio político-cultural começa a redefinir as suas concepções acerca do 'nacional', a popularidade do futebol é impulsionada tanto pelo desenvolvimento do rádio como meio de comunicação de massa quanto pela oficialização do profissionalismo dos jogadores, fato este que transforma o jogo em trabalho. O futebol, assim, estabelece-se como um meio de integração e ascensão sócio-econômica para as camadas populares – historicamente excluídas -, bem como torna-se um dos elementos que viriam a caracterizar a identidade nacional brasileira. (FRANZINI, 1997, p.6)

O Mundial de 1938, por sua vez, disputado na França, tem importância muito significativa por marcar a estreia do rádio brasileiro na cobertura dos jogos da seleção. Politicamente, o então presidente do Brasil, Getúlio Vargas, percebia o potencial do rádio e as iniciativas de Mussolini, na Itália, especialmente em relação ao uso do rádio como agente mobilizador das massas. Vargas percebeu que a união de futebol e rádio era inevitável e usou os dois para expandir os sentimentos nacionalistas.

Importante ressaltar que além da questão esportiva, mais nitidamente o futebol, o rádio passa a fazer o papel de integrador da cultura popular brasileira, com a parte artística muito embasada na música e, ainda que embrionariamente, um jornalismo que começa a ser preliminarmente rascunhado nesse momento.

## **1.2 Afinidade com o público desde a década de 1920**

Mantendo a cronologia e a linha de raciocínio adotadas pelos autores já citados nessa dissertação, é importante pontuar o momento em que já é possível afirmar categoricamente que a relação entre rádio e futebol está sendo estabelecida e que atravessa um momento de desenvolvimento pleno, já que a disputa por audiência fica cada vez mais acirrada. Para isso, lançamos mão do trabalho do pesquisador argentino José Luis Fernández que destaca no livro 'La Captura de la

Audiencia Radiofónica<sup>7</sup> que a definição sobre o conteúdo programacional das emissoras de rádio foi feita ainda em meados da década de 1930<sup>8</sup> e permanece praticamente inalterado nos dias de hoje.

Em 1935 já estão fixados os grandes gêneros da radiofonia e todos estão inclusos no modelo de 'rádio-emissão'. São eles: informativo, show radiofônico, radioteatro e programas de relatos desportivos. Havia também a publicidade, que se impôs de maneira intensa na maior parte das emissoras cujo modelo comercial era americano. (FERNÁNDEZ, 2012, p.68)

Ainda segundo o autor, e buscando fazer uma analogia com alguns dos programas esportivos da atualidade, podemos perceber claramente algumas das observações citadas anteriormente por Fernández. No Programa 'Show do Apolinho', da Rádio Tupi (RJ), que vai ao ar de segunda-feira a sexta-feira, entre 17h e 19h, apresentado por Washington Rodrigues, temos no próprio nome do programa a evidenciação de que se trata de um 'show radiofônico'. E no que consiste esse show? Recorrendo ao livro 'La Captura de La Audiencia Radiofónica', temos presentes os gêneros informativo, com destaque para a cobertura do dia a dia dos clubes de futebol do Rio de Janeiro; o 'show radiofônico', propriamente dito, com a tentativa de capturar a 'rica vida do espetáculo urbano' apelando para ferramentas como humor (piadas e situações cômicas apoiadas pelo personagem 'Robetão, o Robô ET Anão' – interpretado pelo próprio Washington Rodrigues com a voz distorcida por programas de edição de áudio); a música (o nome do quadro é 'Lembra dessa?' – nada mais que um flashback de músicas consideradas 'bregas' e que fizeram sucesso no passado); e o grotesco (notas policiais produzidas pelo experiente e caricato repórter Alberto Brandão – quanto mais inusitado o caso policial, maior a audiência).

Sob o viés da inovação em termos de transmissões esportivas pelo rádio, mais especificamente no quesito do conteúdo programacional e plástica, não podemos deixar de citar Ary Barroso, compositor e profissional de Comunicação

<sup>7</sup> No original: "En 1935 ya están fijados los grandes géneros de la radiofonía y todos están incluidos dentro de la radio-emission; ellos son el informativo, el show radiofónico, el radioteatro e los programas de relatos desportivos y, a su vez, habiéndose impuesto em la mayor parte de las emisoras el modelo comercial americano, ya estaba presente com fuerza la publicidad".

<sup>8</sup> No Brasil, a primeira radionovela a ser levada ao ar, pela Rádio Nacional, em 1941, foi 'Em busca da felicidade', uma produção originalmente cubana, de autoria de Leandro Blanco, com adaptação de Gilberto Martins.

ligado à área cultural que trabalhou como narrador esportivo tendo destaque nas décadas de 1930, 1940 e 1950.

Especificamente em relação ao rádio, coube a Ary Barroso introduzir estímulos sonoros para despertar a atenção do ouvinte/torcedor com a famosa ‘gaitinha’, que se tornou referência e passou a ser imitada pelos concorrentes (com as devidas adaptações necessárias para evitarem a acusação de plágio). Era o início da fase de inserção de estímulos sonoros (vinhetas, cortinas, prefixos, BGs) como forma de criar a paisagem sonora (sonoplastia) que acolhesse o torcedor/ouvinte.

“... entrou numa loja, na Rua da Carioca, de propriedade do falecido Chocolate, na época diretor do basquete do Vasco da Gama. Eu tenho uma caixa de um negócio que sopra e sai um som bem curioso. Quer vê-la? Perguntou Chocolate. Ary disse que sim. Chocolate trouxe um monte daquelas “gaitinhas” que haveriam de lembrar, para sempre, o locutor esportivo Ary Barroso.” (MORAES, 79, p. 38)

Vale exaltar que em termos técnicos, os microfones daquela época não tinham a qualidade e a direcionalidade dos equipamentos da atualidade. Sob o viés do posicionamento dos narradores, não havia nenhuma preocupação com isolamento, seja físico ou acústico. O locutor trabalhava na arquibancada, ao lado dos torcedores/ouvintes. Por esse motivo, em momentos de grande emoção como gols, a voz do narrador, então ‘speaker’, acabava sendo ofuscada pelo som ambiente. O som da ‘gaitinha’, no entanto, conseguia sobressair e realizar a função de informar que o momento era fundamental para o andamento da partida. Além disso, devemos explicar a questão da ‘atenção compartilhada, ou seja a possibilidade de consumir rádio desempenhando outras funções. No momento em que a ‘gaitinha’ de Ary Barroso era acionada, a atenção do ouvinte/torcedor se voltava 100% para a partida, deixando completamente de lado a atividade que vinha sendo desenvolvida em segundo plano.

Ary Barroso, um apaixonado por futebol, de acordo com o relato de Mário de Moraes no livro “Recordações de Ary Barroso”, também foi protagonista de algumas situações pitorescas, mas sempre em busca do melhor durante a realização da cobertura de um determinado evento esportivo, mais notadamente, jogos de futebol. Defensor de que o ar é livre, Barroso buscava alternativas pouco convencionais para fazer a locução de um jogo, mesmo quando tinha a entrada impedida por algum

dirigente da época. O trecho abaixo, da pesquisadora Alda Almeida retrata essa situação.

Entre os episódios que entraram para a história, destaca-se a verdadeira “ginástica” para narrar uma partida em São Januário pela Rádio Tupi, quando estava proibido pela direção do Vasco da Gama de pisar no clube, por conta das críticas que fizera à “cartolagem” vascaína. Ary chegou a convencer o dono da Cinédia, Ademar Gonzaga, que ficava próxima ao estádio, a deixá-lo transmitir do telhado da produtora. Conseguiu a permissão, mas foi dedurado e a direção do Vasco decidiu pregar-lhe uma peça. Quando o locutor foi a Cinédia no sábado, véspera do jogo, para checar a instalação dos equipamentos, teve uma surpresa. Tapando-lhe a visão, os cartolas cruzmaltinos tinham mandado instalar um imenso painel em homenagem ao Fluminense, que fazia aniversário. (ALMEIDA, 2004, p.13)

Ary Barroso não esmoreceu e finalmente conseguiu transmitir os lances da partida, ajudado por um binóculo, instalando-se no telhado do Ginásio Pio-Americano. Era a fase de um Rádio esportivo amador e romântico, mas que parece poder traduzir a paixão que o veículo despertava em profissionais e ouvintes. É um momento de início de profissionalização do rádio, que começa a se afirmar como negócio. Isso fez com que os ‘cartolas’ (maneira popular de designar os dirigentes dos clubes de futebol) ficassem receosos com uma possível perda de arrecadação em função do esvaziamento dos estádios com a transmissão das partidas através do rádio. Para tentar evitar esse eventual revés nas bilheterias, os dirigentes dos clubes proibiram o acesso dos profissionais de rádio aos estádios.

Retomando a linha de raciocínio do pesquisador Jose Luiz Fernández, o autor adverte que não existem indícios de que os meios sonoros – com apenas 100 anos de existência -, durem para sempre. O autor esclarece que é difícil imaginar uma sociedade contemporânea sem a mediação feita através de imagens. Ampliando a questão, Fernández afirma não sentir a mesma força quando a afirmação anterior é feita em relação à mediação sonora. E completa ressaltando que desde o surgimento do rádio, a sociedade vem permanentemente tentando anexar imagens aos textos sonoros.

Recorrendo-se à categorização proposta por José Luiz Fernández (2008), podemos entender o rádio como um meio constituído a partir das inter-relações entre três modos gerais de enunciação:

- 1) **Modo transmissão** – Constrói um espaço *social*, de vida externa ao meio (um estádio de futebol, um comício, uma conferência), buscando uma espécie de *transparência* da mediação tecnológica da rádio;
- 2) **Modo suporte** – Um espaço *zero*, em que não se constrói ou se projeta no imaginário qualquer espaço (um programa com música pré-gravada, por exemplo)
- 3) **Modo emissão** – Um espaço midiático, que abrange desde a construção de um *efeito estúdio* (em que este ganha contornos na imaginação do ouvinte) até a plena articulação espacial possibilitada pela comunicação entre estúdio e outros ambientes (para ficar no exemplo do futebol, a cabine de locução no estádio, a apuração da rádio, o repórter na arquibancada, o repórter à beira do gramado, o repórter que acompanha a movimentação de torcedores nas ruas próximas)

O rádio, como meio de difusão, nasce com a pretensão de se posicionar como rádio-transmissão. Com a chegada da Frequência Modulada (FM), assume-se como rádio-suporte. E, hoje, cada vez mais opera como modo rádio-emissão (FERNÁNDEZ, 2008, p. 49-50), ou seja, articulando espaços físicos e imaginários, encenando espetáculos midiáticos do cotidiano, ao transmitir, por exemplo, em fluxo contínuo relatos de fatos que estão acontecendo praticamente naquele mesmo instante.

Passando a abordar a importância do enunciado, Fernández cita o compatriota Oscar Steimberg para esclarecer sua importância e seus riscos. De acordo com os pesquisadores, 'é a partir do efeito de sentido dos processos semióticos em um texto que se constrói uma situação comunicacional através de dispositivos que podem ser ou não de caráter linguístico'.

Madureira e Kischinhevsky atribuem essa falta de entendimento à noção de alta fidelidade como argumento de vendas da indústria de equipamentos fonográficos. Os pesquisadores destacam que no trabalho mais conhecido, em que delinea uma *história do som* – abarcando desde os primórdios das técnicas de áudio, como o estetoscópio, até a emergência de uma mídia sonora, parte da transição de uma América vitoriana para uma sociedade do consumo, dos anos de 1870 aos 1920 –, Jonathan Sterne cita memorando interno da RCA sobre a transmissão de uma luta de boxe entre os pugilistas Dempsey e Carpentier para

frisar que esta confusão não existia entre executivos da emergente indústria da radiodifusão sonora: “A RCA transmite uma ‘descrição de voz’ da luta, não a luta em si”. (STERNE, 2002).

Reforçando esse raciocínio, os pesquisadores Marcelo Kischinhevsky e Paulo Madureira acrescentam que:

A cobertura esportiva foi pioneira ao criar a percepção dos acontecimentos minuto a minuto. Pode parecer óbvio para muitos que o rádio não transmite os acontecimentos em si, mas sim relatos a seu respeito. Só que o marketing das emissoras não raro busca apagar essa distância entre fatos e relatos. (MADUREIRA; KISCHINHEVSKY, 2015, p. 3)

De lá para cá, o gênero de relatos desportivos, amalgamado ao show radiofônico, vem demonstrando extraordinária resiliência, adaptando-se à chegada da TV e da Internet, porém conservando sua gramática elementar, como veremos a seguir. Válido observar que programas humorísticos e novelas levadas ao ar pelo rádio não conseguiram resistir aos novos tempos e acabaram sendo praticamente extintas.

### **1.3 A evolução da narração esportiva pelo rádio**

Nos anos de 1950, a realização do Mundial no Brasil estabelece um marco da Copa do Mundo como acontecimento midiático. Pela primeira vez na História, um acontecimento no país conseguiu mobilizar de maneira categórica a atenção dos públicos interno e externo. Nesse contexto, precisamos explicar também a importância comercial, já que os anunciantes percebem o potencial do veículo para alavancar as vendas de produtos ou serviços. De acordo com o pesquisador Mozahir Salomão Bruck, o rádio já fazia parte do cotidiano do brasileiro em geral, influenciando e moldando a realidade. De acordo com Bruck:

Pode-se afirmar que o futebol, no Brasil, a partir da Copa de 1950, transformou-se de evento essencialmente social em evento midiático. Teria sido, assim, a Copa do Mundo um marco importante da midiatização eletrônica e massiva do futebol. Afinal, pela primeira vez um evento em terras brasileiras agendava a atenção nacional e internacional. Além disso, o desejo de acompanhar de perto todos os passos da Seleção Brasileira (deslocamentos, treinos, detalhes da preparação, etc) e os jogos e



curiosidades das outras doze seleções participantes da copa fizeram com que o país se ligasse em tempo integral no rádio. (BRUCK, 2012, p.3)

Importante expor que o esporte começa a fazer parte da programação das emissoras antes mesmo da criação dos departamentos de radiojornalismo, o que demonstra a importância do rádio na vida do brasileiro. Seguindo essa linha de raciocínio, torna-se válido lembrar que em rádio, não existem editorias nas redações. A única exceção fica justamente por conta do departamento de esportes. Tirando os eventos de caráter esportivo, o jornalismo fica responsável pela divulgação de todas as demais editorias (economia, política, nacional, internacional, cultura, cidade, etc...)

Outra questão relevante foi a coincidência de a Copa do Mundo de 1950 ter sido realizada no Brasil justamente no momento em que o veículo vivia seu 'boom', ou seja, a Era de Ouro, compreendendo as décadas de 1940 e 1950. Sob o viés administrativo, o rádio recebia investimentos significativos, já que a disputa por audiência era muito acirrada. Esses investimentos também foram responsáveis pelo aprimoramento da programação esportiva nas emissoras de rádio do Brasil. Emissora de destaque à época, a Rádio Nacional comprovava a importância do ingresso desses recursos com a presença de dois narradores que fizeram história no rádio carioca: Jorge Cury e Antonio Cordeiro, que se destacavam com a Escola Denotativa de narração, como explica Bruck.

A Rádio Nacional, então a emissora mais conhecida e ouvida em todo o país, deu atenção mais do que especial à cobertura de todos os acontecimentos da Copa do Mundo, e, claro, às transmissões dos jogos. A dupla titular de narradores da Rádio Nacional era composta por Jorge Cury e Antonio Cordeiro (a narração era dividida entre os dois locutores pelas duas metades do campo, o chamado sistema duplo). No dia 16 de julho, ambos faziam a transmissão da final entre Brasil e Uruguai. Com um estilo descritivo, claro e direto – próprios da locução esportiva à época. (BRUCK, 2012, p. 9)

Analisando a questão da narração propriamente dita, podemos recorrer aos estilos denotativo e conotativo, explicitados mais à frente, com base no livro "A Bola: O Rádio Esportivo em São Paulo", de Edileuza Soares. De acordo com Bruck e Soares, em termos de estilo, até o início dos anos de 1950, a descrição dominava, com prioridade para o detalhamento da 'cena' em questão. Nesse momento, segundo Bruck, ainda não existia a preocupação em buscar o envolvimento com o ouvinte através da emoção. Sob o viés das figuras de linguagem, de maneira

consequente, o uso de artifícios como metáforas, hipérboles e metonímias era praticamente inexistente.

Desta forma, em 1950, em termos de estilos narrativos, temos o auge da Escola Denotativa. Gradualmente, o início da década de 1960 já apresenta um estilo diferente, mais rápido, envolvente e empolgante, ou seja, estava em ação a Escola Conotativa de narração futebolística carioca pelo rádio, com destaque para o momento de maior emoção do jogo: o gol, que antes era mencionado de maneira contida, passa a ser transmitido com o tradicional grito alongado e com forte fator emocional envolvido. Podemos realçar que os anos de 1950 registraram a midiaticização do futebol através do rádio, estabelecendo duas novas paixões nacionais.

#### 1.4 As novas tecnologias e as funcionalidades do meio

Sob a análise das inovações tecnológicas, uma das que merecem destaque ao longo dessa dissertação foi a utilização, em 1958, justamente para a cobertura do Mundial de Futebol na Suécia, da ‘single side band’ (SSB), um sistema de transmissão inovador para a época. A ousada e pioneira iniciativa no Brasil com esse sistema de banda lateral única (SSB)<sup>9</sup> foi feita pela Rádio Guaíba, ligada à tradicional família Caldas, do Rio Grande do Sul, que começou a fazer testes de qualidade e a buscar patrocinadores para arcar com os altos custos de transmissão, no ano de 1957. A qualidade do sinal recebido foi muito superior ao das emissoras concorrentes locais como podemos comprovar através do relato do pesquisador Luiz Artur Ferraretto.

---

<sup>9</sup> A sigla SSB é uma referência à expressão inglesa *single side band*, em português ‘faixa lateral única’. Na radiodifusão AM, trabalha-se com um emissor colocando o sinal no espaço. Para que isso aconteça, é necessário que a antena irradie uma onda sinusoidal com a frequência a ser transmitida. Trata-se da ‘portadora’. Para que a voz humana seja captada é preciso modular esse sinal em amplitude. Quando sintonizamos uma emissora, captamos o som que foi modulado em duas bandas simétricas e laterais. O problema é que essa prática consumia metade da potência de transmissão. A outra metade, que serve como uma espécie de suporte, era subdividida pelas duas bandas laterais. Desta forma, metade da energia gasta não tem utilidade. O SSB converte a metade da potência não útil ao ouvido humano em uma única banda, economizando energia/espaço no espectro da radiodifusão.

...obtinha uma irradiação “aproximadamente dez vezes mais poderosa do que as dos transmissores e receptores comuns, de mesma potência”. A qualidade das emissões da Guaíba vai ser valorizada desde então com as constantes referências ao som local da rádio ligada a Caldas Júnior, um diferencial já presente nas transmissões iniciais, mas que ganha relevância depois da abertura da copa na Suécia. (FERRARETTO, 2012, p. 70)

Ainda sob o viés tecnológico, a transmissão do Mundial da Suécia tem como diferencial mais evidente a possibilidade de os radialistas que estavam no estúdio, em Porto Alegre (RS), poderem conversar com a equipe que estava no estádio, fazendo a cobertura *in loco* de uma determinada partida daquela Copa do Mundo de futebol.

Para além da questão tecnológica, importante comentar a proposta de periodização do próprio Ferraretto, que aponta para quatro períodos distintos. O primeiro é o da fase de implantação, que vai do final da década de 1910 até a segunda metade dos anos 1930. Essa fase corresponde à instalação das estações pioneiras de rádio, organizadas sob a forma de entidades associativas. O segundo momento de destaque em termos de periodização do rádio nacional é descrito pelo estudo de Ferraretto como a fase de difusão, que principia no início da década de 1930 e vai até a segunda metade dos anos 1960. O terceiro período a ser destacado é a fase de segmentação, do final da década de 1950 até o início do século 21. A quarta fase é descrita como a de convergência, tendo início em meados da década de 1990 até os dias de hoje. (FERRARETTO, 2015, p.4-5)

A análise do desenvolvimento do rádio brasileiro é complexa e requer um aprofundamento que a presente pesquisa não se propõe. O objetivo é apresentar, de maneira sucinta, dados que facilitem a compreensão da busca incessante por melhorias no processo de desenvolvimento do meio, como afirma o próprio Ferraretto:

Ao se finalizar este esboço metodológico para a abordagem de uma pesquisa histórica a respeito da trajetória do rádio brasileiro, cabe explicitar que um estudo de tal monta deve considerar as origens do meio no país, o processo de desenvolvimento deste, a sua consolidação na forma de indústria cultural e a hegemonia exercida a seu tempo por esta ou por aquela emissora comercial. Neste sentido, precisa responder algumas questões centrais: (1) Como se dá a relação do rádio com outros meios?; (2) Quais os hábitos de consumo da audiência em termos de produtos simbólicos?; (3) Quais os conteúdos radiofônicos predominantes ao longo do tempo?; (4) Como as tecnologias comunicacionais estão relacionadas à evolução do meio?; (5) Quais as estratégias empresariais dominantes?; e (6) Como se dão os movimentos hegemônicos e contra-hegemônicos dentro do setor? (FERRARETTO, 2015, p.13)

Talvez mais importante que o desenvolvimento tecnológico e das funcionalidades do meio seja perceber e dar atenção ao fato de que o rádio é, desde o transistor um companheiro individual do ouvinte. Citando um bordão de José Carlos Araújo, o Garotinho, “brasileiro não vive sem rádio, seu maior companheiro”. Aliado a isso, a questão da regionalidade também merece destaque, mesmo se a opção por uma transmissão nacional vier a ser adotada, provavelmente com base em estudos econômicos, e não de conteúdo programacional. Nesse caso, os blocos locais, de publicidade e jornalismo, devem ser tratados com a merecida atenção.

### **1.5 Especificidades entre narrações esportivas no rádio e na TV**

Na sequência do desenvolvimento deste trabalho, é preciso contextualizar o momento da chegada da televisão ao Brasil. De acordo com a Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), em 1950 o meio rádio vivenciou um momento de expansão considerável.

Assiste-se ao surgimento de novas emissoras de rádio, ao aperfeiçoamento dos equipamentos (inclusive por determinação legal) e a ampliação do número de estações de ondas curtas. Este novo quadro, que se configurou no início dos anos 1950, criou uma situação de favorecimento aos patrocinadores que possuíam um campo de atuação nacional. (ABERT, 2004)

Confirmando esse momento de intenso desenvolvimento da radiodifusão nacional à época, o pesquisador Mozahir Salomão Bruck registrou dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) que reforçam a tendência de expansão do veículo de comunicação de massa no País.

Fato é que o período pós-guerra registrou um importante desenvolvimento para o rádio. Segundo dados do Anuário Estatístico do IBGE, o número de emissoras no país cresceu 93% entre os anos de 1947 e 1951, passando de 178 para 345, sendo que São Paulo e Minas Gerais concentravam a metade das estações (eram 178 em 1947; 227 em 1948; em 1949, 253; 300 em 1950 e em 1951, já eram 345 emissoras espalhadas pelo país), algumas delas, como Nacional, Tupi, Record entre outras, operando em ondas curtas e transmitindo para todo o Brasil. (BRUCK, 2012, p.31)

É justamente nesse contexto que a televisão chega ao Brasil, ou seja, com o rádio em alta e amplamente consolidado como veículo de maior prestígio e reconhecimento entre a população nacional. De maneira lenta e gradual, entretanto, a televisão vai ganhando espaço e começa a tirar verbas publicitárias e, conseqüentemente, profissionais (apresentadores, comunicadores, produtores e repórteres, entre outros) do rádio para criar uma linguagem própria, específica do veículo TV.

Em 1970, durante a Copa do Mundo do México, passados exatos 20 anos da chegada da televisão ao País, ainda era possível perceber o poder e o grande prestígio do rádio, como podemos comprovar através do relato do pesquisador Márcio Guerra.

Já que tocamos no assunto, não podemos deixar de lembrar que os brasileiros já puderam assistir à Copa do Mundo do México em casa. Apenas 40% dos lares brasileiros tinham televisão, que era ainda uma grande novidade. Ainda mais que se anunciava que já se poderia assistir aos jogos em cores. O que, na verdade, não se configurou. (GUERRA, 2012, p. 116)

Ainda de acordo com Márcio Guerra, apesar de todo o esforço da TV, ainda em 1970 o rádio mantinha o prestígio adquirido ao longo de aproximadamente 50 anos de existência no País. Um fato curioso, entretanto, é que o autor considera que o Mundial do México foi o marco de uma experiência ainda rotineira e que atinge parte da população brasileira: assistir ao jogo pela TV, mas com o áudio do rádio. Segundo Guerra, esse hábito perdura até hoje, independentemente de toda a tecnologia e infraestrutura das transmissões de jogos de futebol pela televisão. O Brasil vivia o chamado 'milagre econômico' e o então governo militar estimulava amplamente a aquisição de aparelhos de TV para fortalecer a indústria e, conseqüentemente, estimular a economia nacional. Houve um processo de ampliação da eletrificação e de melhoria da telefonia no país, dentro de uma estratégia de integração nacional. Mesmo com toda essa onda favorável à televisão, segundo o pesquisador Márcio Guerra, o rádio não sentiu nenhum abalo significativo especialmente na questão da preferência popular.

Mas mesmo com todo esse esforço governamental e todo o encantamento da população pelas imagens da TV, o grande campeão de audiência continuou sendo o Rádio. Começa aqui o hábito de ver o jogo pela TV com o som vindo do rádio. Paixão essa, segundo nosso entendimento, que até

hoje perdura, mesmo diante de toda a tecnologia e de alguns narradores que começam a ajustar as suas transmissões ao veículo TV. (GUERRA, 2012, p.118)

Outro ponto a ser destacado é que o ano de 1970 é considerado como marco do início das transmissões esportivas radiofônicas no estilo ‘geladão’ ou ‘off-tube’. A prática consiste na transmissão de uma partida de dentro do estúdio de rádio, acompanhando todos os lances do jogo pela televisão. O objetivo desta prática é reduzir custos com o deslocamento de toda uma equipe (narrador, comentaristas, repórteres e operadores de áudio – técnicos) para um determinado estádio, independentemente da praça, para fazer a cobertura do jogo de futebol *in loco*. Normalmente, apenas um repórter é enviado ao gramado, com o restante da equipe trabalhando na sede da emissora. Ainda segundo o pesquisador Márcio Guerra, o lado negativo dessa prática do ‘geladão’ ou ‘off-tube’ é o empobrecimento da narrativa radiofônica.

E também foi na Copa do México que aconteceu, segundo Luís Mendes, a primeira transmissão no estilo ‘geladão’ no rádio brasileiro. Ele conta que Waldir Amaral, então chefe da equipe de esportes e um dos narradores que dividia com Jorge Curi as transmissões, determinou que Vitorino Vieira (narrador da Nacional no pool de emissoras), transmitisse uma partida direto da sala de imprensa, via imagens da TV (dia 17 de junho de 1970). Uma prática que se tornou comum nos dias atuais, com a redução de gastos imposta pelas direções de emissoras de rádio e que tanto empobreceu a narrativa, uma vez que a cobertura no estádio ganha outra dimensão. (GUERRA, 2000, p. 118-119)

Já que os narradores de rádio se utilizam de outros recursos, além da ‘bola rolando’ para informar a audiência, o fato de transmitir uma partida ficando limitado ao que é transmitido pela TV dificulta sobremaneira esse trabalho. Mas uma das virtudes do rádio sempre foi a versatilidade, a capacidade de improvisar, de se moldar, de se ajustar para superar dificuldades.

Desde os anos de 1930, o rádio caiu no gosto popular. O mesmo aconteceu, com pequenas diferenças temporais, com o futebol. Mas a chegada da TV impôs algumas dificuldades ao rádio, obrigando-o a se adaptar em termos tecnológicos, sempre buscando uma melhor qualidade de som para as transmissões, bem como na questão da criação de uma linguagem específica para fazer a união entre rádio e futebol. Por já estar consolidado quando da chegada da TV ao País, o rádio não precisou, nesse primeiro momento, se preocupar com a questão da linguagem

especificamente. A televisão, por outro lado, precisou definir uma maneira de se expressar, buscando as devidas adaptações em função das especificidades do veículo.

A maior dificuldade da TV foi a questão da redundância, já que o espectador acaba ficando saturado com a repetição do que está sendo visto com o que está sendo falado através da voz do narrador televisivo. A TV precisou buscar artifícios para evitar essa repetição do que está sendo ‘falado’ com o que está sendo ‘visualizado’ e a inserção de informações estatísticas foi um ponto favorável (gráficos e artes em geral). Além disso, com o passar do tempo, alguns narradores desenvolveram uma linguagem específica para a televisão. Mas esse detalhamento da linguagem televisiva não é o foco da dissertação.

Em relação ao rádio, além de Ary Barroso, outro nome de destaque na linha evolutiva das narrações de futebol pelo rádio no Rio de Janeiro foi Oduvaldo Cozzi, que inclusive empresta o nome ao viaduto localizado nas proximidades do Estádio Mário Filho, o popularmente conhecido Maracanã. De acordo com Luiz Mendes, coube a Oduvaldo Cozzi, na extinta Rádio Mayrink Veiga do Rio de Janeiro, a ousada estratégia de colocar no ar repórteres que estavam cobrindo outros jogos simultaneamente. A crítica, nesse primeiro momento, segundo Luiz Mendes, era a inexistência de preocupação com a qualidade sonora do material que era levado ao ar, especialmente na questão da voz desses repórteres.

O sujeito ia lá só para informar e possuía vozes cavernosas. Cozzi foi o primeiro a montar uma transmissão ‘triplex’. Depois, eu entrei na Rádio Globo e criei uma série de coisas: vozes boas em todos os campos passaram a transmitir de todos os campos simultaneamente quatro ou cinco jogos. Coloquei também repórteres em campo. Cozzi havia colocado atrás dos gols para se informar o que se passava na outra baliza. E a transmissão foi se modernizando. Ary Barroso transmitia pela Rádio Tupi e quando saía o gol, tinha gaitinha. Isso me inspirou a criar para hora e placar um passarinho ‘cuco’, um relógio que, de cinco em cinco minutos, fazia cantar e dizia: trinta minutos de jogo pelo meu Eterna de precisão protegida, trinta minutos de jogo. Aí, dava o placar e outros detalhes. Foi o primeiro ‘sonzinho’. (HALLACK, 1998, p. 68)

Outro momento marcante na evolução das transmissões futebolísticas pelo rádio diz respeito ao momento do gol. Atualmente é quase uma obrigação exaltar de maneira intensa o momento em que ‘a bola ultrapassa a última linha de jogo’. No começo das narrações, entretanto, a lógica não era essa. Coube ao narrador Rebello Júnior, em 1946, em São Paulo, apresentar essa nova plástica que enaltecia

o momento do gol. Por esse motivo, Rebello Júnior ficou conhecido como o ‘narrador do gol inconfundível’<sup>10</sup>.

Elogiável, ainda, explicar que a busca incansável pelo melhor em termos de narração de jogos de futebol pelo rádio acabou auxiliando no desenvolvimento do veículo como um todo. As dificuldades que se apresentavam na tarefa de cobrir o desenrolar das partidas precisavam ser superadas e, desta forma, acabavam criando verdadeiros protocolos a serem colocados em ação quando do surgimento de determinada adversidade novamente. Além desses macetes, a versatilidade (jogo de cintura) e a capacidade de improviso dos locutores foram fundamentais para que os desafios que se apresentavam fossem sendo superados, como cita o pesquisador Márcio Guerra.

Além de inúmeras expressões que foram criadas por todos esses locutores, esses profissionais fizeram uma escola que tem continuidade com tantos outros que hoje têm a responsabilidade de manter o rádio como o principal companheiro do torcedor, dentro ou fora do estádio. Em todos os estudos feitos sobre o desenvolvimento do rádio no Brasil, os pesquisadores não deixam de destacar que a transmissão esportiva foi a responsável pelo desenvolvimento técnico e jornalístico do meio nos outros setores. (GUERRA, 2000, p. 25)

Ao que tudo indica, assim como já ocorreu com a chegada da TV e, mais recentemente com a própria Internet, o rádio, através de sua simplicidade, não perderá a capacidade de estimular a imaginação do ouvinte, mantendo, desta forma, seu lugar no espectro midiático. Novos desafios poderão surgir ao longo dos anos, mas tudo indica que o rádio fará as devidas adaptações para se manter como fornecedor de informação ou entretenimento, dependendo da escolha/necessidade da audiência.

## 1.6 A Internet como aliada

Nos dias de hoje, com o conceito de rádio expandido, as delimitações do objeto de estudo ficaram muito mais interligadas em função da amplitude da

---

<sup>10</sup> Informação disponível no site da Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de São Paulo, AceesO: [http://www.aceesp.org.br/presidentes\\_imortais.asp](http://www.aceesp.org.br/presidentes_imortais.asp). Último acesso em 20/02/2016.



diversidade. A questão foi abordada anteriormente pelo pesquisador Marcelo Kischinhevsky, que fez questão de ressaltar a complexidade do rádio contemporâneo.

O rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para a telefonia móvel, a TV por assinatura, a rede mundial de computadores, agregando audiência às mídias sociais, aos sites de conglomerados de mídia, a portais inicialmente desenhados para a circulação de música. A escuta radiofônica se dá agora não apenas em frequência modulada (FM), ondas médias (AM), curtas e tropicais, mas também em tocadores multimídia, celulares, microcomputadores, *notebooks*, *tablets*; ao vivo (no dial ou via *streaming*) ou sob demanda (*podcasting* ou através da busca em arquivos ou diretórios). (KISCHINHEVSKY, 2014)

No artigo acima, Marcelo Kischinhevsky destaca a dificuldade de se estabelecer parâmetros para uma alocação do rádio entre as mídias eletrônicas, além de explicitar a necessidade de entender o funcionamento dessa nova reconfiguração do veículo. Pesquisas buscam um aprofundamento sobre a questão, mas parece haver um consenso de que a conjugação de: fala humana, música, silêncio e efeitos sonoros sejam indispensáveis para a constituição do que possa ser classificado como linguagem radiofônica.

Além disso, essa diversificação atinge também os tópicos gêneros e formatos radiofônicos, mas sempre com a manutenção do básico, que acaba sendo constituído por: informação, entretenimento, música, esporte e dramaturgia. Voltando a citar Kischinhevsky, mais importante que parametrizar o radiofônico seria entender como ele funciona.

Neste contexto, não faz mais sentido discutir os limites do radiofônico, mas sim debater, pesquisar, analisar suas diversas modalidades, suas interfaces, prestando especial atenção às mudanças em andamento em termos de linguagem, práticas interacionais, rotinas produtivas, emergência de novos atores no mercado, estratégias de circulação e hábitos de escuta. (KISCHINHEVSKY, 2011, p. 14)

Em ‘Sintonizando el futuro’, Juan Ignacio Gallego Pérez ratifica o que já foi brevemente exposto por outros pesquisadores, salientando o atual momento de incertezas com a massificação da Internet (últimas três décadas). No momento, segundo Gallego Pérez, os maiores desafios são superar o que ele qualifica como uma fase de fragmentação extrema, além do aumento da concorrência pela atenção do ouvinte, que está sendo aliciado por ‘sedutores *inputs* sonoros e audiovisuais

graças à multiplicação de canais digitais'. Além disso, Gallego Pérez destaca outra importante questão: o ouvinte de hoje não quer mais ficar restrito apenas ao ouvir. Para o autor, na atualidade, o ouvinte de rádio quer criar, opinar, votar, misturar e distribuir, com todas essas operações atuando de maneira transmidiática. A partir do que foi exposto, Gallego Pérez ressalta o que considera fundamental em termos de atividade da audiência moderna: criação, programação, financiamento, remixagem, participação, ativismo e, como não poderia deixar de ser, a escuta, propriamente dita.

O pesquisador Juan Ignacio Gallego Pérez alerta que o futuro do rádio (e por consequência dos produtores de conteúdo sonoro de maneira mais ampla) passa pelo completo entendimento de como o ouvinte da atualidade se comporta diante desse novo veículo, já que é possível baixar somente os áudios que interessam, deixando de lado a transmissão tradicional. Com isso, estaria sendo criada uma nova forma de escuta, que, conseqüentemente, prejudica ainda mais a audiência tradicional. Tudo isso deve ser levado em consideração no momento de produzir conteúdos. A criação radiofônica moderna deve compreender esse ouvinte que ainda mantém atitudes e papéis semelhantes aos tradicionais, mas cuja evolução vem proporcionando alterações de funções em relação ao produto final em termos de rádio.

## **2 A ESCOLA RADIOFÔNICA ESPORTIVA DA REGIÃO METROPOLITANA DO RIO DE JANEIRO**

O segundo capítulo dessa dissertação apresenta o atual momento do estilo de narração esportiva da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, destacando a importância do narrador como peça fundamental para o bom funcionamento de toda a equipe de Esportes, único departamento existente nas redações de rádio, além do radiojornalismo. A tarefa é complexa, visto que o narrador precisa criar um campo de jogo na mente de cada um dos ouvintes/torcedores. Para ajudar na execução dessa articulação do imaginário, os bordões, epítetos e slogans são fundamentais para dar significação ao processo sinestésico que se estabelece a partir do momento em que o interessado liga o aparelho de rádio (ou plataformas mais novas como smartphones, tablets, etc...) Daí pra frente, temos o início da jornada esportiva, conceito relativamente novo (década de 1980), que compreende o pré-jogo, a 'bola rolando' e o pós-jogo, como veremos de maneira mais detalhada ao longo desse capítulo.

Em uma análise sob o ponto de vista comercial, a ampliação do acompanhamento de uma transmissão esportiva representa melhores e maiores possibilidades de faturamento através da atuação dos departamentos comerciais das emissoras, que podem 'vender' esses espaços (blocos comerciais) com mais facilidade.

### **2.1 O atual momento da narração esportiva e a dificuldade de inovar**

Câmeras de vídeo são instaladas dentro dos estúdios de rádio, mas são exploradas com pouca potencialidade, ou seja, sem que haja um trabalho específico de 'venda' dessa imagem da melhor maneira possível. A luz não recebe nenhum tratamento específico (dificultando a visualização); não existem 'tomadas' de ângulos (*takes*) que favoreçam determinado momento da programação radiofônica; não existe a devida preocupação com a aproximação ou o afastamento da imagem (zoom). Na verdade, um dos pontos fortes do rádio é justamente trabalhar com o

imaginário, com as imagens criadas na mente do ouvinte graças à linguagem do narrador e à imaginação de cada ouvinte/torcedor. No momento em que uma câmera de vídeo desfaz esse ‘imaginário’, pode estar, na verdade, acabando com a própria magia do veículo.

Sob o viés específico do conteúdo da narração esportiva pelo rádio na Cidade do Rio de Janeiro e Grande Rio, de acordo com os oito narradores de rádio entrevistados para essa dissertação, o cenário contemporâneo apresenta pouca ou nenhuma inovação. O rádio de hoje convive com uma estrutura elaborada em meados da década de 1930, com ajustes pontuais em função de necessidades específicas. Nos dias de hoje, o narrador não fala que o jogador ‘X’ está ‘na crista da onda’, e sim que ele está ‘bombando’, ‘mandando bem’ ou mesmo ‘detonando’ para explicitar uma boa fase que esteja sendo vivida pelo atleta. Deixando de lado os quesitos técnicos, podemos dizer que o rádio esportivo – em termos de programação e conteúdo -, parece ter envelhecido e não apresenta sinais evidentes de rejuvenescimento.

Com essa ausência de novidades que despertem a sensorialidade e a imaginação da audiência, identificamos que podemos acabar colocando em risco, a médio ou longo prazos, o reencantamento, que é descrito de maneira positiva pelo pesquisador Hans Ulrich Gumbrecht.

Descrever a experiência do esporte como a de “perder-se numa intensidade focada” sugere que o esporte pode se tornar, tanto para os atletas quanto para os espectadores, uma estratégia de reencantamento secular, uma vez que “perder-se” converge com a definição do sagrado como um domínio cujo fascínio reside no fato de ele estar separado do mundo cotidiano; epifanias pertencem à dimensão do reencantamento exatamente porque a tendência, própria da modernidade, à abstração sempre acarretou também a tendência de se substituir as epifanias por “representações”, isto é, modos não-substanciais de aparecimento; além disso, a intensidade caracteriza um nível da nossa relação com o mundo e com nós mesmos que normalmente está destinado a desaparecer na trajetória para o desencantamento (que se tornou estranhamente tão normativo para nós) – e que, ao mesmo tempo, se transforma numa condição para que o reencantamento aconteça. Ainda mais do que em outros casos de reencantamento secular, parece evidente que praticar esportes e assistir a eventos esportivos podem ser considerados “estratégias” sociais. Por enquanto não está claro o que exatamente essas práticas podem estar substituindo na cultura contemporânea, e, enquanto não associamos a elas um único objetivo ou uma função mais ampla, temos a impressão de que a presença e a importância crescentes do esporte hoje ocupam o lugar de algo – e devem de fato estar ocupando o lugar de algo – que perdemos. (GUMBRECHT, 2007, p.12)

Nesse ponto, é relevante mencionar a profissionalização do esporte e os respectivos fatores positivos e negativos das assessorias de imprensa/comunicação. É possível perceber a possibilidade desse caráter profissionalizante que adentra o campo esportivo com cada vez maior intensidade provocar uma paradoxal perda de interesse sobre a atividade fim. A preocupação deve ser justamente em ter a noção exata de até que ponto ir, pelo menos nesse momento, para não fazer com que a audiência perca o interesse em função da profissionalização excessiva sobre um tema (esporte), que mexe com a paixão, com o lúdico do torcedor em geral.

Os pesquisadores João Batista de Abreu e Roberto Falcão identificaram uma cisão entre profissionais das assessorias de imprensa/comunicação e jornalistas esportivos de rádio.

Este relacionamento entre profissionais de dois campos de trabalho do jornalismo tem sido marcado por um afastamento progressivo e as razões deste distanciamento merecem aprofundamento no campo acadêmico. Precisamos entender por que um meio que ajudou a projetar o esporte, especialmente o futebol, em segmentos populares é jogado para escanteio pelo marketing. (ABREU; FALCÃO, 2015, p.1)

Abreu e Falcão levantam três hipóteses para o rádio esportivo não ser considerado preferencial para as assessorias de imprensa/comunicação. A primeira delas seria a falta de imagem, o que reduz a exposição das marcas dos patrocinadores. Em segundo lugar, o rádio esportivo não consegue retroalimentar a mídia com a mesma intensidade do impresso e/ou da TV. A terceira possibilidade seria a dificuldade de mensurar, através do *clipping*, os resultados obtidos com a exposição através do rádio.

Ainda segundo Abreu e Falcão, no rádio, fazer o testemunhal (falar o nome do patrocinador ao vivo) acaba se transformando em um corte na transmissão do determinado evento.

O capital investido necessita de retorno a curto e médio prazos. Um dos parâmetros na organização dos eventos esportivos na contemporaneidade diz respeito a sua capacidade de gerar retorno aos investimentos de patrocínio, e a forma mais utilizada de se alcançar este objetivo é potencializar o programa esportivo de competição para a transmissão de TV. O objetivo empresarial é conseguir o máximo de exposição para o evento e, conseqüentemente, para as marcas dos patrocinadores. Dentro desta lógica capitalista que associa a exposição da marca ao retorno do investimento, o rádio é relegado a segundo plano. Uma das razões seria a ausência de imagem. A menção ao patrocinador depende diretamente dos participantes da cobertura, a saber: o narrador, o comentarista e os repórteres. O problema é que, no rádio, a menção aos patrocinadores precisa fazer parte da transmissão. Ela representa uma pausa. Pode ser

para anunciar o tempo de jogo, o placar parcial, a intervenção do repórter. Portanto representa sempre uma intervenção na transmissão. (ABREU; FALCÃO, 2015, p.5)

Por um lado, é cômodo para o repórter de rádio fazer a cobertura do dia a dia de um determinado clube e, ao final das atividades, esperar pelo profissional que é designado para conceder uma entrevista coletiva à imprensa. Por ser um representante do clube, 'chancelado' pela assessoria de imprensa, dificilmente haverá o chamado 'furo de reportagem'. Basta o jornalista ficar atento às respostas e 'montar' a reportagem, geralmente produzindo uma abertura, selecionando e encaixando a sonora (fala do entrevistado) que achar mais conveniente, e preparando um 'pé' (encerramento). Esse é o lado que deixa o repórter mais tranquilo, já que tudo de oficial que poderia ser dito sobre aquele dia de trabalho no clube está exposto a todos, de maneira simultânea e sem privilégios de qualquer espécie (pelo menos na teoria).

O lado ruim é o fato de que, com o passar do tempo, as coletivas parecem ser todas iguais, visto que os próprios assessores dos clubes procuram dar visibilidade aos jogadores menos polêmicos, mais contidos e experientes. No meio jornalístico é o que podemos chamar de material 'morno' ou do cotidiano, ou seja, que não despertará nenhum tipo de atenção especial. A repetição desse tipo de cobertura jornalística pode, no futuro, provocar uma sensação de *deja vu* que acaba sendo repassada, mesmo que involuntariamente, aos ouvintes/torcedores. Esses, por sua vez, também percebem, em maior ou menor grau, uma homogeneização da cobertura esportiva jornalística através do rádio. Destaco que a análise está sendo feita especificamente sobre o meio rádio, mas a tendência de pasteurização pode ser observada em outras mídias.

Importante frisar que essa homogeneização da reportagem radiofônica esportiva pode dificultar a 'construção' de narrativas míticas contemporâneas especificamente em se tratando de futebol carioca pelo rádio, que parece enfrentar uma crise programacional, de qualidade e de variedade de conteúdo. Nesse contexto de limitação (um verdadeiro filtro imposto pelos assessores, mas com a aquiescência dos representantes dos clubes) de conteúdo, as assessorias de imprensa e/ou comunicação têm papel relevante.

Quanto à espetacularização, conceito que permeia jogo de futebol como um espetáculo, podemos lembrar o neologismo 'tautismo', criado por Lucien Sfez para

relacionar tautologia com autismo, para abordar a questão da repetição para uma audiência que, de maneira geral, não reflete sobre o que está consumindo. Primo lembra a crítica de Lucien Sfez sobre a interatividade, considerada pelo francês um argumento de vendas – tanto mercadológico quanto acadêmico. Estaríamos vivendo uma confusão entre representação e expressão.

Crê-se estar na expressão imediata, espontânea, onde reina soberana a representação. Delírio. Creio exprimir o mundo, esse mundo de máquinas que me representam e que, na verdade, se exprimem em meu lugar (SFEZ, p. 75-76, apud PRIMO).

A questão é mais grave se a análise for feita com base no AM (rádio companheiro, mais tradicional). Mas também ocorre no FM (musical, de entretenimento). As playlists das emissoras do segmento adulto-contemporâneo (JB FM, MPB FM, Sul-América Paradiso) apresentam muitas similaridades em termos de artistas e horários de veiculação.

Por sua vez, a argumentação de que as mídias alternativas podem ser a solução abre a possibilidade de questionar se essa possível solução já não estaria dentro do que os grupos hegemônicos aceitam para não serem tachados de intolerantes. Mas quando analisamos projetos, ou mais especificamente, radialistas que se destacam em emissoras de menor porte, as rádios maiores simplesmente oferecem um salário maior e contratam esses destaques. A iniciativa tem um efeito duplo. Em um primeiro momento desestabiliza a programação da emissora rival que começava a despontar. Em seguida a rádio de grande porte ‘molda’ esse recém-contratado radialista à linha editorial da empresa de comunicação. No rádio, temos os seguintes exemplos: Beto Brito, que trocou a Metropolitana pela Globo; Tino Júnior, que optou pela Globo em detrimento da Mix; Mário Belisário, que deixou a Manchete e seguiu para a Tupi; e Heleno Rotay, que mudou da Nativa para a Tupi (nesse caso, vale ponderar que ambas pertencem ao grupo dos Diários Associados).

Importante pressupor que em termos de veiculação das programações, temos a simples repetição (espelho) do que é produzido para a frequência AM no FM e também na Internet. No caso da web, as emissoras estão apostando em algumas novidades como a instalação de câmeras de vídeo nos estúdios e a disponibilização de matérias de destaque nos sites (podcast). Mesmo assim, parece haver espaço e

públicos interessados em consumir rádio de maneiras específicas, seja no AM, no FM e na Internet.

Ilustrando a questão acima, destacamos um trecho do livro *A Sociedade do Espetáculo*, de Guy Debord:

Emancipar-se das bases materiais da verdade invertida. É nisso que consiste a auto-emancipação de nossa época. A tarefa histórica de instaurar a verdade no mundo cabe, ainda e sempre, à classe que é capaz de ser a dissolução de todas as classes, ao resumir todo o poder na forma desalienante da democracia. (DEBORD, 1997, p.141)

Além disso, as imagens e o discurso dos meios de comunicação de massa fazem com que a sociedade opte por um modo de vida movido pelas aparências e pelo consumo permanentes, seja de informação, mercadorias, produtos e/ou serviços. Segundo Debord: "toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos".

Parece ser o momento ideal para criar, uma boa chance de produzir algo novo, diferente e interessante para despertar a atenção do ouvinte e depois fidelizá-lo na eterna disputa por audiência das emissoras comerciais. Importante citar que toda essa construção depende de fatores subjetivos, o que aumenta ainda mais a complexidade da questão. Desde o manifesto de Bertolt Brecht, que citava a potencialidade do rádio para enaltecer o caráter público da radiofonia (destacando a classificação das rádios 'livres'), a luta pelas maiores fatias do 'bolo publicitário' segue intensa. Nas reflexões pioneiras de Brecht, desenvolvidas entre os anos de 1927 e 1932, podemos identificar o incentivo à participação popular, além de uma relação estreita com o teatro, cujas técnicas deveriam ser aplicadas à prática da radiodifusão.

A partir de um trabalho de pesquisa para identificar quem é o ouvinte da atualidade e satisfazer suas necessidades e desejos, a criação radiofônica poderia entender esse ouvinte, que ainda assume parte dos papéis da audiência tradicional do século passado, mas que também deseja, nos dias de hoje, criar, editar e distribuir a produção radiofônica, entre outras funcionalidades contemporâneas já comentadas pelo pesquisador Gallego Pérez. Visto que a que a evolução é constante, é igualmente fundamental acompanhar essa trajetória e não perder a audiência/torcida.



Como pontos favoráveis, de acordo com os oito narradores entrevistados para esse trabalho: Ruy Fernando, Rádio Nacional; Bruno Cantarelli, Rádio Transamérica; Maurício Moreira, Super Rádio Brasil; Edilson Silva, Rádio Bradesco; Luiz Penido, Rádio Globo; José Carlos Araújo, Rádio Tupi; Rodrigo Campos, Rádio Manchete; Evaldo José, Rádio CBN; temos o fato de os torcedores ainda levarem o rádio (cada vez mais outros equipamentos como smartphones) para os estádios com a argumentação de ‘ver melhor’ a partida mesmo estando presente à arena, bem como a frequente opção de ver o jogo pela TV, mas com o áudio do rádio. A partir desses subsídios, é coerente afirmar que a vertente da narração esportiva através do rádio parece estar definitivamente incorporada ao ‘show radiofônico’, ao espetáculo propriamente dito.

## **2.2 O narrador como destaque de toda a programação**

A transmissão radiofônica regular de jogos de futebol na Cidade do Rio de Janeiro está restrita a oito emissoras: Bradesco, Brasil, CBN, Globo, Manchete, Nacional, Transamérica e Tupi. Importante relatar que temos emissoras fora da capital que transmitem jogos de futebol, como por exemplo, Grande Rio (Seropédica) e Fluminense (Niterói), bem como a Tamoio, que transmite os jogos dos clubes do Rio de Janeiro, no sistema off-tube (geladão), diretamente para o Ceará. A equipe de Esportes da Rádio Tamoio no Rio de Janeiro, entretanto, foi extinta há quatro anos. Situação semelhante foi enfrentada pela Rádio Manchete, que chegou a cogitar a possibilidade de eliminar a equipe de Esportes se não conseguisse patrocinadores.

Entre os narradores esportivos do rádio carioca e fluminense, José Carlos Araújo, de 75 anos, também conhecido como ‘Garotinho’, é o mais experiente. São 51 anos de experiência na transmissão de eventos esportivos, com destaque para o futebol. Nascido em Vila Isabel, bairro da Zona Norte do Rio de Janeiro, José Carlos Araújo, é professor de Geografia e oficial da reserva do Exército brasileiro. Garotinho trabalhou em emissoras de rádio como Globo, Nacional, Transamérica, Bradesco e Tupi, entre outras. Acumula experiência também com programas esportivos de televisão como Mesa Redonda, na CNT; Jogo Aberto Rio, na Bandeirantes; e SBT

Rio, no canal de mesmo nome. Em 2009, o jornalista Rodrigo Taves lançou o livro 'Paixão pelo Rádio', com detalhes da carreira de José Carlos Araújo. Mesmo na Rádio Tupi, Garotinho coordena a equipe de Esportes da Rádio Transamérica, através de um contrato assinado com a empresa de publicidade dele.

Luiz Penido, o 'Garotão da Galera', tem 60 anos de idade e 45 anos de profissão. Ele nasceu em Juiz de Fora (MG), mas construiu a carreira no Rio de Janeiro. Começou a trabalhar, em 1969, na Rádio Globo, integrando a equipe de Waldir Amaral, radialista citado por todos os entrevistados como referência do rádio carioca e fluminense). Penido também atuou em outras emissoras de rádio como Tupi, Nacional, Eldorado e Tropical (as duas últimas não existem mais). Também acumula experiência em programas esportivos de TV como o Balanço Esportivo (CNT). Tem um estilo de narração que se destaca pela informalidade e pelo aproveitamento de palavras e expressões do dia a dia como: 'nas ondas do rádio', 'barato bom, barato bom é do *cita o determinado clube*' e 'guardou' (quando da marcação de um gol).

O também experiente Ruy Fernando, da Rádio Nacional, tem passagens por emissoras de rádio como Globo e Tupi, entre outras. Atualmente, além das jornadas esportivas, Ruy Fernando apresenta o Programa Bate Bola Nacional, que vai ao ar entre 12h30 e 13h30, de segunda-feira a sexta-feira, nos 1.130 AM ou pela Internet. Bacharel em Comunicação Social, Jornalismo, Ruy Fernando começou a carreira como outros locutores esportivos, ou seja, brincando de narrar jogos de botão (futebol de mesa) na infância. O início no rádio esportivo foi atuando como repórter de campo e setorista da extinta Rádio Capital. Além de repórter, Ruy Fernando também exerceu outras funções no rádio esportivo como plantonista, produtor e comentarista.

Narrador da Rádio CBN, Evaldo José é jornalista formado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Natural de Formosa do Oeste, no Paraná, Evaldo José veio para o Rio de Janeiro em 1989. Evaldo José também trabalha como professor de Ensino Médio (área de Ciências Humanas) e a carreira como locutor esportivo ocorreu depois de um curso de especialização na Biblioteca Pública do Rio de Janeiro, no Centro da capital fluminense. Com 46 anos de idade, Evaldo José se considera um otimista e aposta na rapidez e na credibilidade do rádio e das transmissões esportivas como diferencial do veículo em relação aos demais. O profissional destacou a importância das novas tecnologias. O radialista esclareceu

que essas novidades ficam por conta, por exemplo, de um *feedback*, em tempo real, possibilitado pelas novas tecnologias, pela Internet. Evaldo José acrescentou que esse retorno por parte da audiência pode ser feito antes, durante e após o jogo. Além disso, segundo o entrevistado, essa interação com os ouvintes possibilita a levada ao ar de algum tema polêmico que desperte atenção significativa além da ‘bola rolando’ propriamente dita. Outra inovação, segundo o radialista, é a preparação de um ‘plano A’ muito bem estruturado para preencher o determinado tempo que será usado no pré-jogo (de minutos a horas de programação). Atualmente, segundo Evaldo José, as novas tecnologias possibilitam a produção de ‘planos B’, como, por exemplo, a segurança de ter um locutor de *stand by* no estúdio, caso ocorra algum tipo de problema com a transmissão do estádio; reportagens pré-gravadas que podem ser utilizadas para dar apoio e superar o obstáculo que não estava previsto e, para encerrar, uma agenda prévia que facilita a superação de eventuais imprevistos.

Entusiasta da radiodifusão esportiva, Maurício Moreira, narrador da Rádio Brasil, tem 38 anos de idade e 13 de experiência profissional. Também formado em Jornalismo, Comunicação Social, vibra ao falar sobre o tema radioesportivo. Começou a trabalhar em emissoras de menor porte, exercendo diferentes atividades dentro dessas emissoras. Com estilo sóbrio, não deixa de atender ao torcedor mais apaixonado nos momentos de maior intensidade emocional durante as narrações esportivas de jogos de futebol. Lamenta a pouca renovação em termos humanos e de conteúdo na radiofonia esportiva do Rio de Janeiro, mas segue confiante no futuro do rádio carioca e fluminense. Tem como referências profissionais Waldir Amaral, Jorge Cury e José Carlos Araújo, entre outros.

O jovem Bruno Cantarelli, de 26 anos de idade, da Rádio Transamérica, é o caçula dos narradores esportivos do Rio de Janeiro e Região Metropolitana. Jornalista formado pela extinta Universidade Gama Filho (UGF), Cantarelli teve breves passagens pela TV Bandeirantes e rádios Band News, Bradesco Esportes e Globo. O locutor admite ser um apaixonado por esportes e, apesar do pouco tempo de carreira se comparado aos mais experientes, percebe uma mudança na tendência de apresentar as narrações com um ar mais descontraído. Em grande parte isso se deve ao público alvo da emissora. Conseqüentemente, Bruno Cantarelli admite ser dependente das novas tecnologias e ferramentas para se comunicar com a audiência como Twitter, Facebook e Whatsap. Para ele, o

momento atual da narração esportiva é péssimo, com poucas vagas e emissoras para trabalhar. Sobre novidades, Cantarelli é categórico ao afirmar que a renovação é praticamente nenhuma.

Nascido no interior do Estado do Rio de Janeiro, mais precisamente em Volta Redonda, Edilson Silva acumula a apresentação do Programa “Os Donos da Bola”, na TV Bandeirantes, além da narração esportiva radiofônica na Bradesco Esportes FM. Formado em Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Edilson Silva soma 15 anos de experiência na narração esportiva, aos longo dos 30 anos de carreira, tendo exercido diferentes cargos e funções em diferentes emissoras do Vale do Paraíba até chegar à capital fluminense. Edilson Silva classifica o atual momento do rádio carioca e da Região Metropolitana como de readaptação, destacando o avanço tecnológico e identificando uma renovação lenta e gradual que teria tido início 15 anos atrás. Edilson Silva se diz favorável a uma união de todos os que militam no meio rádio para rediscutir mudanças em benefício de um futuro melhor para todos.

Atualmente sem vínculo empregatício, Rodrigo Campos, ex-Manchete e ex-Bradesco Esportes, desempenhou diferentes cargos e funções em emissoras como Manchete e AM O Dia, além de prestar serviços como correspondente da CBF para rádios de outros estados. Começou a carreira como plantonista e repórter até chegar ao cargo de narrador esportivo. Cita Luiz Penido e José Carlos Araújo, entre outros, como referências profissionais. Rodrigo Campos enaltece o avanço tecnológico e a consequente qualidade do áudio como fatores positivos ao longo dos 20 anos de experiência trabalhando em rádio. Em termos negativos, critica o ‘cerceamento’ imposto pelas assessorias de imprensa ao trabalho dos jornalistas. Rodrigo Campos é outro profissional que não identifica mudanças significativas na estrutura da narração esportiva. Mesmo assim, Rodrigo Campos destaca que a criatividade deve ser usada ao extremo para superar o que classificou como dificuldades impostas pelos assessores.

De qualquer maneira, foi possível observar através das entrevistas que Ruy Fernando, Nacional; Maurício Moreira, Brasil; Bruno Cantarelli, Transamérica; Edilson Silva, Bradesco; Rodrigo Campos, Manchete; Evaldo José, CBN; têm formação superior na área de Comunicação Social. José Carlos Araújo, Tupi; e Luiz Penido, Globo; alcançaram o reconhecimento na profissão de maneira empírica, começando a trabalhar em emissoras de rádio ainda crianças, com 14 anos de idade. Outro dado relevante é que nenhum dos locutores começou a carreira

exatamente como narrador esportivo, e sim como repórter de clube (Esporte) ou de geral (radiojornalismo).

Em termos de faixa etária, é curioso observar a lacuna de algumas décadas existente entre narradores já consagrados e experientes como José Carlos Araújo, da Rádio Tupi, com 75 anos de idade, e Luiz Penido, da Rádio Globo, com 60 anos, na comparação, por exemplo, com jovens como Bruno Cantarelli, da Transamérica, o mais novo de todos, com 26 anos, e Maurício Moreira, da Rádio Brasil, com 36 anos de idade. Os oito narradores entrevistados confirmaram que existe essa lacuna, o que demonstra a dificuldade em termos de renovação da escola de narração esportiva carioca e da Região Metropolitana.

Todos os entrevistados citaram Waldir Amaral como o grande responsável pela reconfiguração da linguagem em termos de narração esportiva pelo rádio na Cidade do Rio de Janeiro e Grande Rio. Os nomes de Jorge Cury, Doalcey Bueno de Camargo, Cezar Rizzo e José Carlos Araújo também foram citados de maneira intensa como ídolos e referências profissionais. Os narradores esportivos entrevistados realçaram que, em termos de inovação em relação ao estilo e à linguagem, pouca coisa mudou nas últimas décadas. Os oito lembraram que Waldir Amaral foi o responsável pelo que o ouvinte carioca e fluminense têm, atualmente, em termos de narração esportiva pelo rádio. Na sequência, seguindo a linha de Waldir Amaral, José Carlos Araújo, o Garotinho, foi citado como responsável, segundo os radialistas, pela continuidade das novidades implementadas na narração esportiva radiofônica na Cidade do Rio de Janeiro e Grande Rio. Mesmo assim, os três também revelaram o desejo de ouvir jovens valores com propostas inovadoras e diferentes.

Sobre a existência de uma escola de narração esportiva carioca, os entrevistados salientaram que ela existe e é constituída de muita plástica e informalidade, mas sem perder a seriedade nos momentos mais sensíveis da programação esportiva. Em contrapartida, a escola paulista de locução radiofônica foi citada pelos entrevistados como muito mais 'sisuda' e 'dura', no que diz respeito especificamente à sonoridade.

A crise econômica foi apontada como fator prejudicial para o desenvolvimento da narração esportiva através do rádio na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, já que, segundo eles, faz com que os empresários reduzam os investimentos na determinada área. Válido ressaltar, no entanto, que apesar das dificuldades

financeiras, narradores esportivos pelo rádio representam algumas das maiores remunerações, como nos casos de José Carlos Araújo e Luiz Penido, por exemplo. Mas essa situação não vale para todos. Além disso, existem outras formas de arrecadação como ‘testemunhais’ (comerciais lidos ao vivo pelo próprio narrador) e patrocínios diretos de determinadas empresas.

Outro ponto ressaltado pelos respondentes foi a importância da Internet e de novas ferramentas como as redes sociais como *Facebook*, por exemplo, para ampliar o poder de penetração do rádio, especialmente através dos *smartphones*. O ouvinte/torcedor contemporâneo não usa mais o ‘radinho de pilha’. A plataforma do momento é o smartphone.

Especificamente quanto ao desenvolvimento da escola de narração esportiva carioca e fluminense, o pesquisador João Batista de Abreu sugeriu um estudo que analisasse, entre outros fatores, o ritmo de transmissão e as pausas; a linguagem utilizada, com destaque para a utilização em maior ou menor escalas de artifícios como metáforas, hipérboles e/ou metonímias; inserção de publicidade ao longo da jornada esportiva; a carga emotiva empregada ao longo da transmissão; a paixão clubística ou regional (bairrismo) e a plástica como um todo (uso de efeitos sonoros como vinhetas, prefixos, BGs).

De acordo com o pesquisador, a partir da análise desses fatores, seria possível identificar a escola de narração esportiva radiofônica carioca e fluminense, proporcionando uma análise comparativa com outras linhas de conduto como, por exemplo, a paulista, gaúcha ou mineira.

### **2.3 A criação de slogans e bordões**

Desde os anos 1930, os narradores de esporte no rádio, especialmente no âmbito do futebol, foram aperfeiçoando-se, criando bordões e gradativamente recebendo sustentação de comentaristas de jogo, de analistas de arbitragem, de repórteres de campo e setoristas, plantonistas (FERRARETTO, 2014). Enfim, uma rede de profissionais criada para ajudar a compor o show radiofônico que envolve a transmissão dedicada a uma partida de futebol.

Com todo esse aparato em torno das narrações esportivas, surgiu também uma nova linguagem com o objetivo de fazer com que o ouvinte/torcedor se sentisse à *beira do gramado* (para usar uma expressão consagrada pelos profissionais de rádio que narram futebol). Como o tema envolve paixão, os profissionais da narração esportiva radiofônica perceberam que deveriam estimular ainda mais o caráter emocional do espetáculo, transformando o jogo em uma espécie de *guerra*, um *duelo de gladiadores*, exacerbando sentimentos de amor e ódio, de sucesso ou fracasso, sempre de maneira dicotômica, indo do Céu ao Inferno.

Em consulta aos oito narradores considerados os 'número 1' das emissoras que contam com transmissão regular de jogos de futebol, foi possível perceber que a criação de bordões passa por uma ampliação do olhar em relação ao cotidiano, uma cartografia informal do dia a dia de uma área geográfica, levando em consideração aspectos econômicos e sociais, entre outros quesitos.

Na década de 1970, por exemplo, José Carlos Araújo, o Garotinho, criou os bordões "Sou Eu" e "Voltei", aproveitando o momento em que fazia a 'chamada' dos alunos da disciplina Geografia, que ministrava no Colégio Estadual Daltro Santos, em Bangu, Zona Oeste do Rio de Janeiro. Garotinho chamava o aluno e a resposta era justamente essa: sou eu, professor, geralmente levantando o braço. Ainda se aproveitando da sala de aula, Garotinho revelou que observou também o momento em que o aluno retornava de uma ida ao bebedouro ou ao banheiro e, quando desse retorno, o estudante falava: voltei, mestre. José Carlos Araújo acrescentou, lembrando o humorista Chico Anysio, a quem qualificou como amigo e gênio, que a maior contribuição para o trabalho de quem lida com a comunicação é prestar atenção ao nosso redor, no nosso entorno, que é de onde surgem boas oportunidades de criar bordões que marcam a narração esportiva de um determinado profissional ao longo de vários anos. Para encerrar, Garotinho lembrou que esses bordões foram criados na mesma época em que o ex-diretor da Rádio Globo, Mário Luiz, criava as vinhetas com os nomes dos comunicadores.

Ruy Fernando, da Rádio Nacional, por exemplo, aproveitou a chegada do computador, nos anos de 1990, para incorporar termos e expressões ligadas à informática na narração dos jogos que transmitia como: 'conexão' (quando da continuidade de uma determinada jogada) e 'deletou' o ataque adversário (quando a defesa ganhava uma jogada sobre o ataque adversário), por exemplo. O bordão que Ruy Fernando considera o mais significativo da carreira foi, na verdade, inspirado

em uma música do saudoso cantor e compositor Cazuzza, que ajudou a fundar a Banda Barão Vermelho. O bordão ‘eu sou o cara’, segundo Ruy Fernando, foi inspirado em parte da música ‘O Tempo Não Para’, de 1989, em que, em determinado verso, Cazuzza dizia: ‘eu sou um cara’. A partir daí, o narrador fez a adaptação para ‘eu sou o cara’. Depois disso, segundo Ruy Fernando, o sucesso foi tanto que surgiram variações como a do ex-jogador e atual senador Romário, que se dizia ‘o cara’. Outro exemplo de variação, segundo Ruy Fernando, pode ser verificado em 2012, quando o cantor Roberto Carlos lançou a música ‘Esse Cara Sou Eu’. Para Ruy Fernando, a maior prova do sucesso da escolha que ele fez foi a popularização da expressão.

Evaldo José afirmou que o bordão “Que Lindo!” foi criado em 2001, quando da final do Campeonato Estadual entre Flamengo e Vasco, gol do sérvio Petkovic, cobrando falta. Segundo Evaldo José, à época na Rádio Brasil, o ‘que lindo’ saiu de sua boca sem que houvesse um estudo prévio. Pouco tempo depois, ao encontrar Luiz Mendes, a quem qualificou como mestre, Evaldo José recebeu a orientação de que qualquer gol é lindo, é mágico para o torcedor, independentemente da plástica, da beleza da jogada. Desde a sugestão do saudoso Luiz Mendes, Evaldo José decidiu adotar a expressão como um bordão da carreira. Outro bordão lembrado por Evaldo José foi criado em 2006, durante a Copa do Mundo da Alemanha. Na volta da vinheta, Evaldo José dizia “Você, a Copa e Eu”. Segundo o narrador as pessoas gostaram, o bordão caiu no gosto popular e teve o trabalho apenas de alterar a palavra ‘Copa’ por ‘Bola’, passando a usar o bordão: “Você, a Bola e Eu”. Segundo Evaldo José, a criação desse bordão teve influência direta de Waldir Amaral, que dizia: “Você, ouvinte, é a nossa meta”. O atual narrador da CBN finalizou esclarecendo que esse bordão segue a ordem de importância. Para ele, o mais importante é o ouvinte – “Você”. Na sequência o jogo propriamente dito – “A Bola”. Finalmente, segundo Evaldo José, o narrador, que trabalha como um porta-voz que estiver ocorrendo nos estádios – “Eu”.

O narrador Maurício Moreira, da Rádio Brasil, por sua vez, informou que criou o bordão ‘vibra comigo’ logo no início de carreira, ou seja, final dos anos de 1990, a partir do momento em que passou a dedicar mais tempo à narração esportiva. De acordo com o locutor esportivo da Rádio Brasil, a ideia surgiu justamente à época em que ele era um simples torcedor, um frequentador anônimo de arquibancadas em diferentes estádios do Rio de Janeiro. Maurício Moreira explicou que achava



muito interessante, justamente na hora do gol, o narrador falar alguma coisa, mesmo que breve, antes de soltar o grito de gol tradicional. Para Maurício Moreira, a criação de slogans e bordões é muito importante, pois são ferramentas, acessórios que vão acompanhar esse profissional por toda a carreira de locutor esportivo. O bordão serve para identificar o narrador. O locutor esportivo da Rádio Brasil finalizou explicando a origem do bordão 'vivendo e aprendendo', também criado nos anos de 1990. Segundo Maurício Moreira, a frase tem um peso, uma dimensão particularmente especial na vida dele e, por isso, decidiu lançar para a audiência em geral.

Rodrigo Campos, atualmente desempregado, explicou que o bordão "É Festa!", na verdade, foi uma criação de José Rezende, narrador que trabalhou ao longo das décadas de 1970 e 1980, mas que atualmente vive na condição de aposentado. Rodrigo Campos pediu para utilizar o "É Festa!" e, segundo o próprio foi gentilmente atendido por José Rezende. Rodrigo Campos revelou que dos bordões criados por ele, um dos que mais chama atenção foi criado durante um jogo do Flamengo, na década de 2000, em uma equipe que contava com o atacante Adriano, o Imperador. Rodrigo Campos acrescentou que o Rubro-Negro jogava contra um time de fora do Rio de Janeiro. A equipe carioca fez uma boa jogada e Adriano, o Imperador, estava com totais condições de assinalar o gol, mas acabou chutando para fora, desperdiçando uma clara oportunidade de gol. Naquele momento, Rodrigo Campos percebeu a oportunidade de criar o bordão "Não me irrita!" O narrador salientou que nessa ocasião, o operador de áudio teve muita sensibilidade e aplicou um efeito de 'eco' e o som de uma vidraça quebrando para criar a paisagem sonora ideal justamente para o momento de um erro do determinado jogador em campo.

O jovem Bruno Cantarelli revelou que seguiu a orientação do experiente José Carlos Araújo, o Garotinho, com quem mantém uma relação profissional (Garotinho coordenada a equipe de Esportes da Rádio Transamérica através da empresa JCA Publicidade) e a quem qualificou como mestre. Segundo Cantarelli, nesse início de carreira ele precisava criar slogans e bordões e a orientação recebida foi a de observar fatos curiosos, pitorescos, engraçados que ocorrem no dia a dia das outras pessoas. Pois bem, o novato lançou esse 'olhar crítico' no cotidiano, como por exemplo, em conversas de bar ou reuniões familiares. Cantarelli esclarece, no entanto, que o bordão "Bate no Peito" é uma criação dele, depois de muito pensar

em como entraria no ar depois da vinheta que o anuncia. Já o bordão “Que Galera!”, segundo o jovem narrador, surgiu da observação do jeito de falar com repórter Gabriel Campista, da Rádio Nacional, que adotava essa expressão com frequência em seus discursos. Para finalizar, Bruno Cantarelli disse que adotou a prática de José Carlos Araújo e que fica alerta, ‘ligado’ na maneira que o ‘povão’ fala para poder aproveitar novos bordões e/ou slogans.

Até o fechamento desta dissertação, os narradores Luiz Penido, da Rádio Globo, e Edílson Silva, da Rádio Bradesco Esportes, não tinham respondido à solicitação de respostas sobre um novo encontro para entrevistar os mesmos especificamente sobre a questão da criação de slogans e/ou bordões.

Para contextualizar o tópico “Criação de slogans e bordões”, sob o viés da formação de escolas de narração, pedimos ajuda ao livro “A Bola no Ar – O Rádio Esportivo em São Paulo”. Na publicação, a pesquisadora Edileuza Soares afirma que as escolas denotativa e conotativa são as principais formadoras da narração esportiva radiofônica. Para Edileuza, ‘a narração do jogo é o centro do espetáculo proporcionado pelo rádio esportivo’. Especificamente sobre as escolas de narração, Edileuza afirma que:

1. Escola Denotativa: seus representantes preocupam-se em dar ao ouvinte a imagem da partida pela utilização de signos denotativos, isto é, limitando seu vocabulário ao “primeiro significado derivado do relacionamento entre um signo e seu objeto”. Exemplo: ao citar a esfera, que no futebol, deve ser impulsionada pelos pés dos jogadores para dentro do gol, o locutor dessa escola diz: bola.
2. Escola Conotativa: seus representantes caracterizam-se pelo uso de signos conotativos, entendidos de acordo com Coelho Netto, como aqueles que “põe (m) em evidência significados segundos que vêm agregar-se ao primeiro naquela mesma relação signo/objeto. Na Escola Conotativa, a bola do jogo é citada como ‘balão’, ‘balão de couro’, ‘caroço’, ‘criança’, ‘gorduchinha’, ‘leonor’, ‘maricota’, ‘menina’, ‘nega’, ‘pelota’ e ‘redonda’. O uso dessas palavras durante a narração de futebol remete o receptor ao signo denotativo ‘bola’. (SOARES, 1994, p 61-62)

O narrador esportivo Osmar Santos, conhecido como ‘O Pai da Matéria’, inovou em São Paulo, lançando diversas expressões conotativas que criaram forte vínculo com os torcedores como, por exemplo, ‘ripa na chulipa’ (quando o atleta deveria chutar a bola), ‘massageia o ego da galera’ (quando o time faz um gol), ‘chiroliroli, chirolirolá’ (para saudar dribles próximo da área) e ‘lá vem a bola pro tumulto’ (lançamento para a área), entre outras. Além disso, o grito de gol de Osmar

Santos também era prolongado e fácil de identificar, juntamente com uma sonoplastia específica. Osmar Santos é da escola paulista de narração esportiva, mas conseguiu superar bairrismos e ter suas expressões consagradas para além do Estado de São Paulo.

#### **2.4 Criar imagens somente com estímulos auditivos**

Neste ponto, o objetivo é salientar a possibilidade que o rádio tem de ocupar um espaço de destaque graças à comunicação à distância, sem contato físico, de maneira invisível, facilitando o encantamento através da palavra e da música. Os narradores de futebol trabalham com o imaginário do torcedor/ouvinte, criando imagens na mente dos receptores a partir da leitura feita de uma determinada partida de futebol. A emoção que envolve o desempenho do clube do coração do torcedor/ouvinte provoca reações de puro encantamento, como descreve Hans Ulrich Gumbrecht.

Descrever a experiência do esporte como a de 'perder-se numa intensidade focada' sugere que o esporte pode se tornar, tanto para atletas quanto para espectadores, uma estratégia de reencantamento secular, uma vez que 'perder-se' converge com a definição de sagrado como um domínio cujo fascínio reside no fato de ele estar separado do mundo cotidiano (GUMBRECHT, 2004, p.12)

Gumbrecht destaca a tendência de continuidade de os esportes coletivos superarem a racionalidade em um momento em que o ser humano está cada vez mais centrado no pragmatismo. Ir a um estádio ou mesmo fazer a opção de acompanhar um jogo de futebol em casa ou em um bar é um processo ritualizado, que envolve diversas ações que são realizadas por puro amor ao clube do coração, pela paixão, sem nenhum racionalismo. O autor afirma que essas atitudes passionais são tomadas por que o ser humano perdeu 'algumas coisas imateriais'. Nesse momento, segundo Gumbrecht, entra em ação a 'gratidão vaga' para superar essas perdas intangíveis, o imaterial.

Já o pesquisador Eduardo Meditsch afirma que a oralidade da informação no rádio é apenas aparente. Trata-se, na verdade, de acordo com o estudioso, do produto final de um complexo processo de produção.

Nesta etapa, a conclusão é reforçada pela exposição das formas do discurso, da maneira como é composto e das transformações que vem sofrendo e que, cada vez mais, o afastam das características do discurso oral e escrito (MEDITSCH, 2007, p. 217)

Eduardo Meditsch acrescenta que nos dias de hoje, em que está estabelecido o que pode ser definido como 'era da imagem', o discurso radiofônico, fortemente amparado por sua condição de invisibilidade, a natureza do som acaba sendo incompatível com a da imagem, que requer parâmetros espaciais estáticos para que seja definida como tal. Além disso, o pesquisador destaca as divergências em relação ao potencial expressivo do rádio entre pesquisadores europeus em meados do século 20.

De um lado, desenvolveu-se uma escola que chamaremos da *visualização*. A frase, atribuída a uma criança, que na década de 50, teria dito preferir as estórias do rádio em relação às da tevê, 'porque os cenários são mais bonitos' foi adotada como seu lema, e está reproduzida em dezenas de livros. A escola da *visualização* propõe que a falta de imagem no rádio é compensada, necessariamente, pela imaginação visual do ouvinte. (MEDITSCH, 2007, p.163)

Sob outra angulação, temos a *escola da auto-suficiência invisível*, que pressupõe que a falta da imagem no rádio não é uma deficiência e, portanto, não requer nenhuma complementação. Antes, a cegueira aproxima o rádio do grau de abstração alcançado pela música e pela palavra, transformando-a num meio mais poderoso do ponto de vista da expressão intelectual.

Na mesma linha de raciocínio, o pesquisador João Batista de Abreu, por sua vez, retoma a questão da busca por uma alternativa para a retomada do prestígio e da valorização do rádio, destacando ser preciso levar em consideração que o veículo é também visual, apesar da aparente contradição, possibilitando a criação de imagens mentais diferentes em cada um dos ouvintes/torcedores.

Para prender a atenção do ouvinte, a narrativa esportiva recria o objeto descrito, emprestando-lhe cor, vida e simbolismo próprios do rádio, que estimulam o imaginário popular. A mercadoria simbólica é a emoção do torcedor, sua identificação com o time e os jogadores que o representam. A

paixão despejada em mais um “jogo de vida ou morte”. No noticiário esportivo, toda partida tem uma importância especial, mesmo quando se trata de amistoso. Se não fosse assim, como vender emoções? As metáforas, metonímias, hipérboles, onomatopéias, concretizadas nos bordões, transformam-se em recursos estilísticos, que dão forma à narração, permitindo ao ouvinte visualizar o campo de disputa e os jogadores. Ao contrário do que se possa pensar, o rádio é um meio essencialmente visual. Os olhos constituem a imaginação do ouvinte, o que aumenta a polissemia interpretativa. Uma imagem em cada mente. (ABREU, 2001, p.2)

João Batista de Abreu ressalta que o mais importante não é analisar o ‘espetáculo radiofônico’ como válvula de escape da sociedade, e sim entender como esse universo é criado e seduz a audiência/torcedor. Já que o desafio é ‘vender’ emoções, seria fundamental cartografar os elementos formadores dessa oralidade, que quando combinados da maneira correta, passam a impressão de informalidade e acabam conquistando os ouvintes/torcedores.

## **2.5 Conceito de jornada esportiva radiofônica**

O conceito de Jornada Esportiva envolve a prestação de serviços aos torcedores/ouvintes como, por exemplo, informações sobre o trânsito no deslocamento de casa para os estádios e vice-versa ao final dos jogos, dicas de utilidade pública, previsão do tempo (condições meteorológicas), prestação de serviços, estacionamento, segurança/policiamento, transporte público, entretenimento, participação de ilustres e anônimos, análises antes e depois das partidas e avaliação da arbitragem, entre alguns dos elementos que são apresentados ao longo da programação.

Com a afirmação do caráter comercial do rádio, a partir dos anos 1930, a adoção da prática dos “textos-foguete” (publicidade em pleno jogo), ou seja, veicular propaganda com o espetáculo em andamento, foi uma alternativa para evitar a concentração dos anúncios nos blocos comerciais levados ao ar nos intervalos das partidas. São comerciais extremamente curtos (cinco segundos de duração em média). O objetivo é conseguir “faturar” sem perder um lance importante do jogo como um gol, jogada plasticamente bonita (um “lençol”, uma “bicicleta”) ou expulsão de algum atleta.

O “Futebol Show”, na prática, amplia o espaço anteriormente dedicado à transmissão do jogo – bola rolando efetivamente –, com o pré-jogo, os 90 minutos de partida e o pós-jogo. Essa atitude levou à mudança na nomenclatura do evento, que passou a ser chamado de jornada esportiva. Em emissoras com equipes de esporte bem estruturadas (compostas por coordenadores de estúdio, produtores, repórteres, operadores de áudio, operadores de gravação, técnicos de som nos estádios, comentaristas de arbitragem e analistas de jogo, entre outros cargos e funções), como as Rádios Globo e Tupi, do Rio de Janeiro, as jornadas esportivas chegam a ter mais de dez horas de duração de maneira ininterrupta, dependendo da relevância do evento em questão (decisão de algum torneio ou campeonato, partida de despedida de um ídolo, expectativa do milésimo gol de um jogador, abertura ou encerramento de um mundial).

A lógica do faturamento também ajuda a entender a ampliação do espaço dedicado à transmissão de um jogo. O departamento comercial da emissora tem maior facilidade para vender o espaço publicitário a partir do momento em que pode negociar um provável aumento no número de inserções a partir da ampliação do tempo destinado à cobertura dos eventos esportivos.

Para entender de maneira pormenorizada o desenvolvimento de uma jornada esportiva, aos domingos, dia nobre dedicado ao esporte, podemos dizer que tudo começa com um programa esportivo que servirá de ‘esquenta’ para essa jornada. Esses programas começam, normalmente, às 12h e vão, geralmente, até as 15h. Na Globo, temos o Programa Enquanto a Bola Não Rola, com apresentação de Eraldo Leite; e na Tupi, a opção é o Programa Bola em Jogo, comandado pelo radialista Luiz Ribeiro.

A partir das 15h, dependendo do horário de início das partidas (há jogos começando entre 16h e 19h), temos a sequência da jornada esportiva com o acompanhamento do que estiver acontecendo de mais importante nas determinadas praças onde os jogos forem realizados. No caso de disputas estaduais (campeonatos regionais), a lógica segue sendo a mesma, só que em vez de chamar as equipes nas cidades ou estados onde as partidas serão realizadas, o acionamento da reportagem passa a ser direto nas sedes dos clubes (São Januário, Gávea, Laranjeiras, Gen. Severiano) ou entidades ligadas ao futebol como Federação Estadual de Futebol do Estado do Rio de Janeiro (FFerj) ou Confederação Brasileira de Futebol (CBF), entre outras.

Nesse momento, o jornalismo é acionado para ajudar a compor a programação com informações sobre trânsito, deslocamento de torcedores, funcionamento do transporte público (três, barcas, metrô, ônibus...), além de qualquer outro evento que venha a merecer destaque o suficiente para entrar na programação, independentemente de estar relacionado ao futebol ou ao esporte de maneira mais específica.

Reportagens previamente gravadas também servem para dar sustentação à programação. Dependendo do dia, ou seja, se a cidade estiver 'parada', sem informações relevantes, esse material pré-gravado ganha maior destaque. Outra solução em um dia com poucos atrativos jornalísticos é acionar as equipes (narrador, repórteres, comentaristas de arbitragem e analistas do jogo) para dar uma noção de como está a movimentação naquela praça (ou estádio em uma situação de campeonato regional) onde será realizada a partida.

Sob o viés das atividades desenvolvidas pelos profissionais que desenvolvem uma jornada esportiva temos o narrador, que pode ser considerado a 'estrela da companhia'. Só para citar os mais experientes, verificamos uma tendência diferente entre os estilos de José Carlos Araújo e Luiz Penido. Garotinho costuma chegar bem antes aos estádios, enquanto que Luiz Penido não dá tanta importância a esse quesito. José Carlos Araújo afirma ser fundamental chegar com uma boa antecedência ao estádio para evitar contratempos com congestionamentos, atrasos em voos, deslocamento até o estado, além de considerar importante 'sentir' o clima da torcida, dos dirigentes, do policiamento, enfim de todos os envolvidos na realização daquele jogo. Luiz Penido, por sua vez, afirma que faz a opção de não chegar com antecedência justamente para deixar se influenciar por fatores externos ao jogo. Vale sustentar que o início e o fim desses programas que funcionam como 'aquecimento' do (s) jogo (s) de fundo dependem da programação que fica à cargo da Federação de Futebol do Estado do Rio de Janeiro.

Ao lado do narrador, temos as figuras dos comentaristas de arbitragem e analistas dos jogos. São duas peças importantes ao longo da jornada, pois dão suporte imediato ao locutor, ajudando a dar ritmo e a cadenciar a transmissão. Tanto o comentarista de arbitragem quanto o analista do jogo são acionados ao longo das partidas (com bola rolando), mas exercem papel de maior destaque no intervalo e ao final das disputas. São muitos os comentaristas de arbitragem e analistas de jogos.

Para não cometer injustiças, citaremos apenas Mário Vianna, referência e precursor em termos de comentários sobre arbitragem.

Os repórteres são fundamentais para trazer a informação o mais próximo possível de onde a notícia esteja sendo processada. Seja do campo de jogo, da sede de algum clube, acompanhando a chegada dos times e/ou das torcidas, verificando policiamento, juizado especial criminal, atendimento médico... O repórter precisa estar ligado o tempo todo, já que pode ser acionado a partir de um comentário no estúdio, da participação de um ouvinte/internauta e, mais comumente, solicitando participação na transmissão.

A produção desempenha um trabalho de retaguarda, oferecendo subsídios para que a jornada transcorra sem problemas. São produções previamente gravadas, como reportagens e entrevistas, contatos com 'atores' potencialmente importantes para os determinados jogos em disputa naquele dia, organização e distribuição das atrações ao longo da programação, consulta a órgãos públicos e privados que podem ser acionados em caso de necessidade (PM, Bombeiros, pessoas ligadas ao futebol como ex-jogadores, ex-técnicos).

O coordenador de estúdio fica responsável por manter em ordem e dentro dos horários as atrações listadas previamente pela produção. Esse profissional organiza a entrada dos repórteres no ar, articula de que maneira os apresentadores vão se conectar com comentaristas, analistas e outras praças (se for uma transmissão em rede). Precisa manter uma sintonia fina com o operador de áudio/sonoplasta, além de cuidar da gravação dos gols e outros fatos relevantes ao longo da jornada esportiva.

O plantonista é responsável pelo acompanhamento de outros jogos, na cidade, País ou exterior. Ele pode ser acionado pelo narrador ou 'pedir passagem' durante a transmissão anunciando que 'tem gol em determinado estádio'. Assim que possível, o narrador aciona o plantonista que entra no ar de maneira breve e concisa informando o que aconteceu.

Como foi brevemente citado, o operador de áudio/sonoplasta é o profissional que acompanha, com a mesa de som, com os efeitos, toda a jornada ajudando a criar a paisagem sonora solicitada pelo narrador esportivo. Ele precisa estar acompanhando atentamente a narração para seguir o que for solicitado pelo narrador como, por exemplo, um determinado sinal sonoro a cada cinco minutos, quando é anunciado tempo e placar; a vinheta específica de um patrocinador; a



plástica específica quando da marcação de um gol ou uma trilha sonora que deve ser levada ao ar quando do anúncio da escalação das equipes. Além desse operador de áudio/sonoplasta, que trabalha no estúdio 'do ar', existem outros operadores responsáveis, por exemplo, pela gravação dos gols que serão reprisados no intervalo e ao final das partidas.

Esses são alguns dos profissionais envolvidos na transmissão de uma jornada esportiva, que normalmente, aos domingos, costuma começar às 12h e seguir até 22h em emissoras que contam com equipes de Esporte estruturadas (com repórteres, narradores, comentaristas, produtores, plantonistas e coordenadores, entre outros cargos e funções) para conseguir efetivar dez horas ininterruptas de transmissão esportiva, especificamente abordando o esporte futebol, mas eventualmente fazendo a cobertura de outro evento esportivo significativo para a grade da emissora.

## **2.6 Em busca de inovações durante as transmissões**

Ao longo de mais de 80 anos de narração esportiva através do rádio, pouca coisa parece ter sido criada. Reiteramos que a evolução tecnológica é indiscutível. Mas a falta de novidades em termos de conteúdo e na maneira como fazer esse conteúdo chegar até o ouvinte é preocupante. Relevante valorizar que o ouvinte não é mais o mesmo, ou seja, aquele que ficava restrito apenas à função de 'ouvir' através das ondas hertzianas. Isso se deve, em grande parte, ao aumento e ainda crescente consumo de rádio pela Internet. Prova disso é a Pesquisa Brasileira de Mídia, de 2014, produzida pelo Ibope, a partir de uma solicitação da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV (Abert). De acordo com o estudo, o rádio mantém a segunda colocação em termos de veículo mais utilizado e/ou consumido pela população. Válido ressaltar que a posição atualmente ocupada pela TV já foi do rádio nas décadas de 1940 (ainda sem a TV como adversária em termos publicitários e de audiência), 1950, 1960 e 1970 do século passado.

Retomando a questão da inovação em termos de transmissões esportivas pelo rádio, voltamos a citar Ary Barroso, que introduziu estímulos sonoros para despertar a atenção do ouvinte/torcedor com a famosa 'gaitinha' que se tornou

referência. Era o início da fase de inserção de estímulos sonoros (vinhetas, cortinas, prefixos, BGs – back grounds) como forma de criar a paisagem sonora que melhor acolhesse o torcedor/ouvinte.

Outra dessas ‘inovações’ (bem mais recente – meados do século XX), foi introduzida, entre outros, por José Carlos Araújo, o Garotinho, com a criação do ‘Futebol Show’. Na prática, trata-se de ampliar o espaço anteriormente dedicado à transmissão do jogo – bola rolando efetivamente -, com o pré-jogo, os 90 minutos de partida e o pós-jogo. Essa atitude levou à mudança na nomenclatura do evento, que passou a ser chamado de jornada esportiva.

Unindo Publicidade à linguagem radiofônica, tivemos a adoção da prática dos textos-foguete, ou seja, um comercial de curta duração (não mais do que dez segundos, em média), onde o narrador decide o momento mais indicado (o importante é não perder um lance capital da partida) para ler a determinada mensagem publicitária. Na sequência, apresentamos a transcrição de alguns exemplos de textos-foguete veiculados em fevereiro de 2016 em rádios comerciais da Cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana.

O primeiro é da empresa farmacêutica Neo Química<sup>11</sup>. O texto foguete é esse: “Neo Química. O remédio da família brasileira!”

O segundo exemplo fica por conta da empresa do ramo de seguros Capemisa Seguradora<sup>12</sup>. O texto foguete é esse: “Capemisa Seguradora. As pessoas seguras são mais felizes!”

Para finalizar, esse terceiro exemplo é da empresa Zap<sup>13</sup>, especializada no ramo imobiliário. Esse é o texto foguete: “Zap Imóveis. Seu imóvel num zap!”

Como dito anteriormente e comprovado com os exemplos acima apresentados, os comerciais são de curta duração e podem ser inseridos ao longo da narração das partidas sem prejuízo de perda de algum lance importante.

---

<sup>11</sup> A empresa Neo Química tem 57 anos de existência, sendo líder no mercado brasileiro de medicamentos similares (genéricos). Informações obtidas junto ao site da empresa: <http://www.neoquimica.com.br/historia.php> Último acesso em 01/3/2016.

<sup>12</sup> A empresa Capemisa Seguradora tem 50 anos de atuação nas áreas de seguro, previdência e capitalização. Informações obtidas junto ao site da empresa: <http://www.capemisa.com.br/capemisacap/institucional/apresentacao.aspx> Último acesso em 01/3/2016.

<sup>13</sup> A empresa Zap pertence ao Grupo Globo, sendo líder no segmento de classificados imobiliários pela Internet. Informações obtidas junto ao site da empresa: <http://www.zapimoveis.com.br/informacao?opcao=quemsomos> Último acesso em 01/3/2016.

Na sequência, passamos a apresentar informações gerais sobre as emissoras de rádio da Cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana que contam com transmissão regular de partidas de futebol. Em função de questões técnicas que inviabilizam a escuta do AM nos grandes centros urbanos e trabalhando com a lógica da busca por audiência (faturamento), os dirigentes das emissoras Globo e Tupi decidiram replicar o sinal do AM em emissoras FM. Para que isso acontecesse, no caso específico da Globo, foi preciso eliminar a Beat 98 do dial (98,1 FM). Anteriormente, em uma fase em que liderava o segmento, a emissora era conhecida somente como '98'. Desde 2014, entretanto, a Beat 98 existe somente na web. Caso semelhante ocorreu anos antes, em 2005, com a CBN do Rio de Janeiro, que operava somente no AM 860, e decidiu migrar para o FM, acabando com a Globo FM, que operava na frequência 92,5 FM. Assim como a Beat 98, a Globo FM só existe na web. Sobre a Tupi, a situação não foi diferente. A emissora, que trocou de sede, saindo da Rua do Livramento, para a Rua Fonseca Teles, em São Cristóvão, Zona Norte do Rio de Janeiro, decidiu, em 2009, replicar o sinal dos 1280 AM para os 96,5 FM, que anteriormente pertencia à Rádio Nativa, do mesmo grupo. A eliminação de tradicionais emissoras musicais no FM representa na verdade a valorização do segmento *talk show*.

Em termos de audiência, através de consulta ao site 'Tudo Rádio'<sup>14</sup>, que cita dados da 'Kantar Ibope Media', referente aos meses de novembro/2015 a janeiro/2016, nos principais períodos de medição, 5h à 0h, todos os dias, na capital e região metropolitana, a liderança geral no FM é dividida (empate técnico, pois a diferença é inferior a 50 ouvintes por minuto) pela Rádio Melodia 97.5, uma emissora com programação religiosa (evangélica), e FM O Dia, 100.5 FM, que conta com uma programação popular com destaque para samba, funk e pagode. As duas emissoras registraram média de audiência de 227 mil ouvintes por minuto.

Na terceira posição, de maneira consolidada, aparece a JB FM, 99.9, emissora alinhada com o segmento adulto-contemporâneo, com média de 140 mil ouvintes por minuto.

A partir daí, na disputa direta entre Globo e Tupi, mais especificamente no futebol (quartas-feiras, quintas-feiras, sábados e domingos), temos um acirramento

---

<sup>14</sup> Como os resultados das pesquisas de audiência são fechados, recorreremos ao que havia disponível em <http://tudoradio.com/> Trata-se de um site especializado em notícias sobre o rádio. Última consulta feita em 29/02/2016.

em busca da liderança nesse segmento, mas a emissora de São Cristóvão, de acordo com levantamento de julho de 2015, do site 'Rádio de Verdade'<sup>15</sup>, leva a melhor sobre a rival da Rua do Russel. Como a dificuldade é grande em busca de informações sobre audiência no próprio Ibope recorreremos a mais um site especializado em informações sobre o meio rádio e houve a confirmação da liderança da Rádio Tupi na disputa direta com a Rádio Globo como descrito pelo site 'ouvintes.com.br'<sup>16</sup>, que apresenta dados de junho de 2015. Nessa consulta no ranking geral, a Tupi aparece na terceira colocação enquanto que a Globo ocupa a quinta posição.

A Rádio Globo, de acordo com informações obtidas junto ao site oficial da empresa, 'estреou nos gramados' um dia após a inauguração da programação regular, em 3/12/1944. Nomes como Gagliano Neto, Luiz Mendes, Waldir Amaral, Jorge Curi, Edson Mauro, José Carlos Araújo, Luiz Penido e João Saldanha, entre outros, fizeram e fazem história na emissora da Rua do Russel, na Glória. Especificamente na questão da cobertura esportiva, os repórteres são chamados de Trepidantes, evidenciando o 'peso' que a programação esportiva tem ao longo de toda a grade da emissora. Atualmente, a programação é transmitida em AM, FM e Internet, além de aparelhos de telefone celular e seus respectivos aplicativos, que transformam os smartphones nos 'velhos e bons' radinhos de pilha do século passado. Na atualidade, ainda segundo o Grupo Globo, a emissora se orgulha de possuir o site de rádio mais acessado de todo o País. Na década de 1980, o tripé de sustentação da programação era baseado em música, esporte e notícia. Desta época, destaque para nomes do rádio como Waldir Vieira, Haroldo de Andrade e Paulo Giovanni. Era a época do chamado 'padrão Globo de qualidade', que a emissora gostava de afirmar como marca registrada da emissora. Com o passar do tempo e sucessivas administrações, entretanto, essa hegemonia foi interrompida pela Tupi. Em fase de reestruturação programacional, a Globo tenta recuperar o prestígio de outrora.

É nesse contexto que o narrador Luiz Penido apresenta seu trabalho de mobilização da audiência. Nascido em Juiz de Fora, Minas Gerais, mas carioca de

---

<sup>15</sup> Resultado da pesquisa disponível em <http://radiodeverdade.com/>. Trata-se de um site especializado em notícias sobre o rádio. Última consulta feita em 12/03/2016.

<sup>16</sup> Resultado da pesquisa disponível em <http://ouvintes.com.br>. Trata-se de um site especializado em informações sobre o meio rádio. Última consulta feita em 12/03/2016.

coração como ele mesmo gosta de frisar, Penido chegou à Rádio Globo em 1969, com apenas 15 anos de idade. Aprendeu com profissionais como Waldir Amaral, Jorge Curi e João Saldanha. Depois de 24 anos na emissora Penido deixou a Globo em 1988. O retorno a casa ocorreu em 2012. Entre outros bordões, o Garotão da Galera se notabilizou com ‘Bom, bonito e barato’ e ‘eu me amarrei de montão com a jogada do – cita o nome do determinado clube ou jogador’, veiculados em alguns dos mais importantes programas de rádio da Cidade do Rio de Janeiro.

Inaugurada em 25 de setembro de 1935, a Rádio Tupi foi mais um dos empreendimentos das Emissoras e Diários Associados, do então presidente e fundador Assis Chateaubriand. De acordo com o site oficial da emissora da Rua Fonseca Teles, em São Cristóvão (anteriormente Rua do Livramento, na Zona Portuária), ao lado do Esporte, elementos como o Jornalismo e o Radioteatro fizeram parte da história da emissora. O Jornalismo se destaca, nos dias de hoje, com dois produtos específicos: Sentinelas da Tupi e Tupi Notícias. Sob o viés da produção teatral, o Programa Patrulha da Cidade é destaque na programação com liderança de audiência há mais de cinco décadas com a fórmula de ‘dourar a pílula’, ou seja, dar contornos tragicômicos aos acontecimentos do dia a dia, em sua maioria, notas policiais.

Especificamente na área esportiva, destaque para nomes como Ary Barroso, Oduvaldo Cozzi, Chico Anysio e Jorge Nunes. A Tupi transmite sua programação em AM, FM e pela Internet. Ao longo da história, a Tupi consagrou uma programação que mesclava radionovelas, programas de humor, musicais, entrevistas, utilidade pública e prestação de serviços.

Recentemente contratado (4/2015), José Carlos Araújo, o Garotinho, passou a integrar os quadros da Rádio Tupi. Esse profissional também tem experiência na apresentação de programas de televisão (‘Mesa Redonda’ – CNT, e ‘Os Donos da Bola’ - TV Bandeirantes). Garotinho é professor de Geografia e oficial R/2 (da reserva) do Exército brasileiro, além de se destacar por criar expressões já consagradas pelo ouvinte/torcedor como: “seja paciente na estrada para não ser paciente no hospital”, “apontou, atirou, entrou” e “apite comigo galera” em alguns dos mais importantes programas de rádio da Cidade do Rio de Janeiro.

A troca de José Carlos Araújo por Luiz Penido, na Rádio Globo, foi uma das transações recentes que mais movimentou o mercado de rádio do Rio de Janeiro. Em maio de 2012, depois de 28 anos de Rádio Globo, José Carlos Araújo decide

trocar a emissora da Rua do Russel, na Zona Sul da capital fluminense, pela Bradesco Esportes. Com isso, Luiz Penido, que assumiu a vaga de Garotinho, desfalca a Rádio Tupi, onde trabalhou por dois períodos, de 1988 a 1993, e de 1997 até 2012. Na ocasião, a vaga de locutor principal da Tupi ficou sob o comando de J. Santiago.

A oficialização da troca de comando da narração na Globo foi feita durante um jogo do Campeonato Carioca do ano de 2012, quando Garotinho narrou o primeiro tempo e passou o comando, no intervalo da partida, para Luiz Penido. Garotinho seguiu para a Rádio Bradesco Esportes, depois Rádio Transamérica, e, finalmente, concluiu uma espécie de ‘troca-troca’ com Luiz Penido, ao assumir a titularidade da narração esportiva justamente na Tupi, em abril de 2015, onde permanece até o momento. Para comemorar esse acerto com Garotinho, a direção da Rádio Tupi promoveu diversas ações de marketing, com destaque para a chegada de José Carlos Araújo de limusine.

A Rádio CBN, única emissora ‘all news’ que transmite jogos de futebol no Rio de Janeiro, integra o Sistema Globo de Rádio. Apesar de dividir espaço físico com a Globo, a estrutura da equipe de Esportes da CBN é independente. A ‘Rádio que Toca Notícia’ é relativamente nova em comparação com Globo e Tupi. A CBN foi fundada em outubro de 1991 e busca destaque por veicular informação correta, isenta e com espaço para a pluralidade. Ainda segundo o site oficial da emissora, aproximadamente 200 jornalistas compõem a estrutura da emissora. A CBN opera em AM, FM e Internet. Com o slogan ‘a rádio que toca notícia’, a emissora se orgulha de ter sido pioneira no segmento ‘all news’ no País, mas é frequentemente questionada quanto à narração de transmissões esportivas.

O narrador principal da emissora é Evaldo José, nascido em Formosa do Oeste, Paraná, professor de Filosofia, torcedor do Botafogo e amante dos esportes em geral. Evaldo José começou a narrar futebol em 1989. Conhecido pelo bordão ‘que lindo’, que menciona após os gols, Evaldo José afirma que ao se transferir para a CBN ficou um pouco receoso em usar a expressão. Coube ao experiente e saudoso Luiz Mendes, conhecido pelo epíteto de ‘O comentarista da Palavra Fácil’, a tarefa de encorajar Evaldo José a usar o bordão ‘que lindo’. Para Luiz Mendes, não existia gol feio.

A Rádio Bradesco Esportes FM, inaugurada em maio de 2012, é uma parceria da instituição financeira com o Grupo Bandeirantes de Comunicação. Operando na

frequência de 91,1 MHz, a Bradesco Esportes enfrentou problemas de recepção. A concessão e o transmissor estão localizados na Cidade de Petrópolis e a emissora não podia operar com potência total para não interferir na frequência de outras rádios. Essa questão técnica foi superada e o 'som' da emissora melhorou. Especializada em coberturas esportivas, a Rádio Bradesco Esportes FM aproveita parte da programação produzida por parceiros para incluir na própria grade de programação. Atualmente, a emissora localizada no bairro de Botafogo transmite em FM 91,1 e também pela Internet. No momento, o cargo de 'número 1' da narração esportiva da emissora fica por conta de Edílson Silva, profissional que conta também com a experiência em apresentação de programas esportivos na TV.

Com o diferencial de mesclar uma programação ecumênica com esportes, a Super Rádio Brasil, 940 AM e Internet, foi inaugurada em março de 1949, pelo jornalista e radialista Alziro Zarur. Já em setembro de 1992, o também jornalista e radialista Paiva Netto ampliou o alcance da emissora, criando uma rede de rádios presente no Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Bahia. Além da cobertura esportiva e ecumênica, a programação destaca informações sobre saúde, bem estar, religião e educação. Fugindo da concorrência com Globo e Tupi, o Programa Momento Esportivo vai ao ar no início da tarde com uma resenha sobre o futebol carioca.

Referência do rádio brasileiro nas décadas de 1940 e 1950, a Rádio Nacional hoje integra a EBC, Empresa Brasil de Comunicação, composta por nove emissoras com histórias e características distintas. A Nacional foi inaugurada em 1936, a partir da aquisição da então Rádio Phillips. A emissora, inicialmente privada, pertenceu aos grupos Victor Costa e A Noite, antes de ser encampada pelo então presidente Getúlio Vargas, em março de 1940, transformando-se na emissora oficial do governo e recebendo investimentos expressivos. Atualmente, de acordo com o site oficial da EBC, a Rádio Nacional transmite em 1.130 AM e pela Internet. Assim como a Super Rádio Brasil, a Rádio Nacional também faz a opção de levar ao ar uma resenha esportiva na hora do almoço – o tradicional Programa No Mundo da Bola. Fundada em 1936, a Nacional é sinônimo de radiodifusão no País e aguarda a concessão de uma emissora FM para ampliar a área de abrangência de sua programação. A Nacional se destaca também pela opção de acompanhar as séries C e D do Campeonato Brasileiro, normalmente descartadas pelas demais emissoras comerciais.

A Rádio Manchete, que entrou no ar nos anos de 1960 com o nome de Federal AM, acabou sendo incorporada ao Grupo Bloch, em 1973, e alcançando relativo sucesso tendo comunicadores como Paulo Barbosa, Roberto Canázio, Alexandre Ferreira, Mário Belisário e Cidinha Campos, entre outros. Após a crise enfrentada pela Bloch, a emissora passou pela gerência de diferentes grupos de empresários. Em 2006, a Rádio Manchete passou a ser administrada pelo Grupo Nasseh de Comunicação. De acordo com informações do site oficial da emissora, atualmente a Rádio Manchete dedica suas transmissões aos assuntos do Estado e da Cidade do Rio de Janeiro, priorizando pessoas e fatos do interesse de cariocas e fluminenses. Além do Jornalismo e do Esporte, a emissora destaca a cobertura do Carnaval e do samba de maneira geral. A programação pode ser acessada pelos 760 AM ou pela Internet.

Depois de sofrer com a saída de nomes experientes como José Carlos Araújo, Gilson Ricardo e Gérson – o Canhotinha de Ouro (comentarista e ex-jogador da seleção brasileira de 1970), a Rádio Transamérica decidiu apostar na manutenção da equipe de Esportes e, conseqüentemente, na transmissão de jogos dos campeonatos Estadual e Brasileiro. O site oficial da emissora destaca que o objetivo é associar eventos esportivos com o fortalecimento de marcas, pois trata-se de algo que envolve a receptividade do público através da emoção. A Transamérica aposta em uma linguagem informal e no humor, aliados ao som digital para fazer frente às concorrentes. Além das narrações esportivas, a emissora mantém programas esportivos (no estilo das resenhas) na grade de programação e busca apoio na juventude da equipe para sobressair. A programação pode ser conferida através do 101,3 FM e também pela Internet.



### 3 METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

Nesse capítulo da dissertação, o objetivo é apresentar a metodologia que será empregada no trabalho em curso, bem como explicitar de que maneira essas ferramentas teóricas e científicas serão utilizadas para obtenção dos resultados esperados.

No caso específico desta pesquisa, é importante alertar que a afinidade do autor com o tema é grande, pois foram 25 anos de trabalho em emissoras de rádio comerciais da cidade do Rio de Janeiro como, por exemplo, Manchete AM e FM, JB FM, FM O Dia e Sistema Globo de Rádio – SGR, que reúne, entre outras, Globo, CBN e Beat 98, além de breves passagens pelo jornalismo impresso e assessoria de imprensa. De maneira mais específica, vale ressaltar que os últimos cinco anos de atuação no mercado foram na produção e coordenação do Programa Globo Esportivo-RJ.

Mesmo assim, apesar dos anos de trabalho com o meio rádio, o foco será manter o devido distanciamento do objeto de estudo. Reforçando a questão, cito o livro *A elaboração do Projeto de Pesquisa*, de Antônio Teixeira de Barros e Rogério Diniz Junqueira (BARROS; JUNQUEIRA. 2012, p. 32) para quem “os fatos não existem por si mesmos, em um estado bruto”. Segundo os autores, as classificações de “fatos” só existem a partir de observações orientadas por um conjunto de esquemas e representações, ou seja, um prisma através do qual o ser humano percebe o mundo.

Finalmente, por se tratar de um tema que pode ser conferido diariamente, acreditamos no realismo da pesquisa, já que, enquanto audiência, somos todos potenciais alvos das programações esportivas em análise. Palavras e expressões como: amigo, amizade, boa relação, respeito ao ouvinte, gratidão pela audiência e agradecimentos pela sua companhia, entre outras, refletem a intencionalidade dos respectivos programas em preliminarmente conquistar e, num segundo momento, fidelizar essa determinada audiência.

### 3.1 A importância dos enunciados

Recorrendo a Mikhail Bakhtin e a questão da otimização da utilização da língua, da construção de enunciados e, finalmente, da apropriação ideológica com a finalidade de estabelecer a tão cobiçada posição hegemônica em relação à colocação diante dos institutos de pesquisa de opinião, causa espécie a ausência de um estudo voltado especificamente para o rádio.

Podemos entender gênero de discurso como os determinados jargões, gírias, idiossincrasias e referenciais específicos de um determinado público alvo. Desta forma, teríamos um grande número de possibilidades de gêneros de discurso, limitando a até então universalidade do mesmo. Passaríamos a tentar segmentar esses diferentes públicos com o objetivo de apresentar, cada vez mais especificamente, a programação ideal para cada ouvinte. Bakhtin destaca que existe uma variedade grande de gêneros de discurso, que correspondem à diversidade da atividade humana.

O enunciado concreto [e não a abstração linguística] nasce, vive e morre no processo de interação social de seus participantes. [...] Se arrancamos o enunciado desse solo real que o alimenta, perdemos a chave que dá acesso à compreensão de sua forma e de seu sentido e o que nos resta nas mãos nada mais é que um invólucro, seja o da abstração linguística, seja o do esquema do pensamento. (VOLÓCHINOV, 1981[1926], p. 198.)

Em *Caosmose*, o filósofo Felix Guattari cita Mikhail Bakhtin para lembrar que a subjetividade é polifônica, plural. Nesse mesmo trecho, Guattari afirma que sob o viés da produção, a subjetividade não implica em uma análise tradicional marxista de infra-estrutura (base material) e superestrutura (base ideológica)<sup>17</sup>.

Para reforçar esse estranhamento, Bakhtin afirma que todas as esferas da atividade humana estão intimamente ligadas ao uso da língua. Quando Bakhtin faz referência aos gêneros de discurso (primário e secundário), parece buscar uma analogia com os limites da correta e mais efetiva utilização da língua em função do público alvo. Podemos entender gênero de discurso como os determinados jargões,

---

<sup>17</sup> Os termos infraestrutura e superestrutura, encontrados na Teoria Marxista, informam que a sociedade é estruturada nesses dois níveis. A infraestrutura trabalha na relação dos homens entre si e na interação com as forças produtivas como capital e trabalho, sendo a base social. Já a superestrutura integra estruturas determinadas pelo Estado como política e justiça, além de quesitos ideológicos representados pela educação e cultura, entre outros.

impedindo a universalidade do mesmo. Passaríamos, então, a tentar segmentar esses diferentes públicos com o objetivo de apresentar, cada vez mais especificamente, a programação ideal para cada ouvinte.

Bakhtin destaca que existe uma variedade muito grande de gêneros do discurso, que correspondem à diversidade das atividades humanas. Cada esfera dessa atividade comporta um determinado repertório de gêneros do discurso que vai distinguindo-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa.

Válido apontar que em termos de transmissão das programações, temos a simples repetição (espelho) do que é produzido para as frequências AM no FM e também na Internet. No caso da web, as emissoras estão apostando em algumas novidades como a instalação de câmeras de vídeo nos estúdios e a disponibilização de matérias de destaque nos sites. Mesmo assim, existe espaço e públicos interessados em consumir rádio de maneiras específicas, seja no AM, no FM e na Internet.

Com ajuda de Mikhail Bakhtin, devemos dar a respectiva importância ao receptor, que passou a ter maiores possibilidades de interação. Na realidade, o receptor, há algum tempo tem, na verdade, uma atitude de protagonista nessa relação comunicacional. Isso ocorre a partir do momento em que o receptor compreende a mensagem e passa a interagir com a mesma, independentemente da intenção (aceitação, rejeição, ampliação, discussão, concordância ou discordância). O detalhe é que o autor destaca o poder do enunciado para que o processo comunicacional seja finalmente finalizado. Acredito que esse seja mais um ponto de destaque: a formação do enunciado para que as todas as unidades linguísticas envolvidas passem a fazer o efeito desejado em cada um dos atores envolvidos. Durante o tempo em que desempenhei as mais variadas funções jornalísticas em emissoras de rádio, nunca percebi a devida atenção ao tema. Bakhtin define o enunciado como sendo um elo fundamental na corrente da organização discursiva e/ou dialógica.

A complexidade começa a ser descortinada a partir do momento em que damos conta de que não estamos tratando de um único enunciado, mas sim de uma gama infinita de enunciados compostos por conceitos, pré-conceitos, afinidades, rejeições, convicções, embasamentos sociais, de raça, de credo e outros. Desta forma, ainda segundo o autor, o emissor da mensagem precisaria ter uma noção

exata de quem é o receptor, ou melhor, do que é constituído esse receptor para, de maneira antecipada, oferecer o que fará com que essa audiência seja afetada e mantenha a comunicação interacional, ativa ou não. Classificamos de interação ativa o ouvinte que pega o telefone liga para a emissora para se posicionar acerca de determinado assunto, bem como aquele que se dispõe a mandar um e-mail abordando determinado assunto. Mas não podemos esquecer do ouvinte que não interage, o que também dá um feedback importante ao decidir apenas manter o rádio ligado (seguir acompanhando a programação) ou simplesmente desligar o aparelho.

### **3.2 Critérios de seleção dos entrevistados**

O objetivo deste tópico é explicar a opção pela pesquisa qualitativa produzida através de entrevistas semiestruturadas com oito respondentes. A partir dessas entrevistas, que serão apresentadas com maior profundidade ao longo do capítulo, e da contextualização teórica, passaremos a ter condições de refletir sobre o tema específico da dissertação. Antes de mais nada, importante destacar a necessidade de compreender os diferentes ‘mundos’, bem como a estrutura de cada uma das emissoras dos oito entrevistados: José Carlos Araújo, Rádio Tupi; Luiz Penido, Rádio Globo; Edílson Silva, Bradesco Esportes; Evaldo José, da Rádio CBN; Maurício Moreira, da Super Rádio Brasil; Ruy Fernando, da Rádio Nacional; Rodrigo Campos, da Rádio Manchete; e Bruno Cantarelli, da Rádio Transamérica.

Em comum, os oito respondentes têm o fato de serem os locutores número ‘1’ de suas respectivas emissoras. Podem ser considerados os profissionais da equipe de Esporte responsáveis por levar ao ar todo um trabalho feito por dezenas de colegas nas mais diferentes áreas de atuação dentro dos cargos e funções do Jornalismo como produtores, apuradores, repórteres e escutas, entre outros.

As rádios Globo, Tupi, CBN contam com o diferencial de poder transmitir suas respectivas programações em AM, FM e web. Enquanto isso, as emissoras Nacional, Manchete e Super Rádio Brasil transmitem pelo AM e web. As rádios Bradesco Esportes e Transamérica operam no FM e na web.

O critério de seleção dos oito entrevistados foi a presença no *dial* tradicional, com ou sem ‘espelho’ (retransmissão) através da web, e a transmissão regular de jogos de futebol (narração esportiva propriamente dita) na programação das respectivas emissoras. Consequentemente, temos, ainda, a presença de equipes de Esportes nessas emissoras, com as variações específicas de tamanho (quantidade de profissionais envolvidos) das mesmas em função dos investimentos realizados por cada uma das direções das rádios em análise.

Essa compreensão é fundamental para que a análise das respostas seja capaz de montar um quadro interpretativo o mais próximo possível da realidade. Recorrendo à tradição positivista, que apregoa a possibilidade de conhecimento através da objetividade, neutralidade e imparcialidade, o pesquisador precisaria eliminar valores culturais, sociais e preconceitos, entre outros elementos, para, simultaneamente, apreender a ‘realidade dos fatos’ em análise. A dificuldade é tamanha que essa visão positivista não encontra adeptos nem mesmo entre os neopositivistas. Em ‘A Elaboração do Projeto de Pesquisa’, Barros e Junqueira são categóricos ao afirmar que:

Contrariando uma crença muito difusa entre profissionais da comunicação (e, infelizmente, não apenas entre eles), é preciso, antes de mais nada, afirmar: os fatos não existem. (BARROS; JUNQUEIRA, 2006, p.32)

Desta forma, os resultados da análise das entrevistas envolvem uma operação complexa, onde diversos processos interpretativos são colocados em ação em busca da compreensão dos dados coletados. De acordo com Barros e Junqueira, “assim como os fatos não existem simplesmente, não existem tampouco dados em estado bruto, prontos para serem singelamente coletados pelo pesquisador que sejam válidos, independentemente de construção teórica”.

Reforçando a opção pela entrevista individual, em profundidade, qualitativa e semiestruturada, trata-se de uma ferramenta que facilita o trabalho do pesquisador na busca pelo entendimento pormenorizado de atitudes, valores e comportamentos em um determinado contexto social e profissional, nesse caso específico, a narração esportiva radiofônica no Rio de Janeiro. Combinado com outros métodos, esse tipo de abordagem pode desempenhar um papel fundamental para a elaboração de uma dissertação ou tese acadêmicas.

Para o pesquisador George Gaskell, que enaltece a utilização de entrevistas individuais (em profundidade) ou grupais (grupo focal), devemos atentar ao fato de que o mundo social não é um dado natural. Na verdade, trata-se de um universo em constante construção e diversos atores atuando em diferentes perspectivas.

O emprego da entrevista qualitativa para mapear e compreender o mundo da vida dos respondentes é o ponto de entrada para o cientista social que introduz, então, esquemas interpretativos para compreender as narrativas dos atores e termos mais conceptuais e abstratos, muitas vezes em relação a outras observações. (GASKELL, 2004, p. 65)

Ainda segundo Gaskell, além do objetivo macro, do desenvolvimento e do conceito, a entrevista qualitativa explora o espectro de opiniões e diferentes representações sobre o tema em análise, o que serve para dar fundamentação e importância aos respectivos pontos de vista de cada entrevistado especificamente, apesar do objeto de estudo ser o mesmo.

A flexibilidade proporcionada pela entrevista em profundidade facilita a abordagem de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, bem como para a contextualização dos processos em que o respondente está direta ou indiretamente inserido. Válido obter dados que apresentem visões e relatos diferenciados sobre o mesmo tema.

Em relação ao quesito confiabilidade, o pesquisador Jorge Duarte adverte que a entrevista em profundidade não tem o objetivo de generalizar ou apresentar provas. O caráter subjetivo da mesma exige atenção especial quanto à formulação dos procedimentos adotados em relação ao quesito metodologia. Em 'Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação', Duarte esclarece que validade e confiabilidade precisam caminhar lado a lado.

As condições de validade dizem respeito à capacidade de os instrumentos e sua utilização adequada fornecer os resultados que o pesquisador se propôs a obter. O julgamento da validade de uma investigação científica pode ser obtido pela construção metodológica do trabalho, ao relacionar formulação teórica, questão de pesquisa, perguntas, critérios de seleção de entrevistados – ou seja, é identificada já no exame do projeto. A triangulação de dados com o acréscimo de fontes diversificadas de evidências, como documentos, observação e literatura e seu encadeamento consistente na etapa de análise, ajuda a garantir a validade dos resultados suportados por entrevistas em profundidade. (DUARTE, 2005, p.68)

Ainda segundo Duarte, três variáveis exercem papel de destaque na construção da validade e da confiabilidade de um trabalho produzido a partir da utilização de entrevistas em profundidade. O primeiro é a seleção de informantes com potencial para esclarecer as dúvidas. O segundo elemento é a adoção de procedimentos que certifiquem a obtenção de respostas confiáveis. Em terceiro lugar, aparece justamente a descrição dos resultados que contextualizam, de maneira consistente as informações coletadas com o conhecimento teórico disponível.

Como já brevemente exposto, os entrevistados selecionados para essa pesquisa foram: José Carlos Araújo, Luiz Penido, Edílson Silva, Maurício Moreira, Ruy Fernando, Rodrigo Campos, Evaldo José e Bruno Cantarelli. Os oito profissionais têm envolvimento direto com o assunto e se mostraram disponíveis para falar. Impossível, entretanto, dissociar os profissionais de suas respectivas emissoras, já que, invariavelmente, o desempenho de ambos - narrador e emissora - acaba sendo o diferencial em termos de rádio comercial, finalizando com a captura da audiência por parte dos institutos de pesquisa de opinião.

Apesar do pequeno número de entrevistados (oito), acreditamos ser possível produzir um relato consistente sobre o atual momento da narração esportiva radiofônica na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, pois a seleção dos entrevistados envolve aspectos como liderança de audiência (rádios Tupi e Globo), especificidade em termos de programação (Bradesco Esportes), simbiose do esporte com religião ou ecumenismo (Super Rádio Brasil), tradição no esporte como Nacional e Manchete, além de inovação como Transamérica. Aliado a isso, os respondentes configuram o que há de mais atual em termos de narração esportiva radiofônica em todo o *dial* da área geográfica pesquisada.

No segmento *talk radio*, especificamente no FM, pesquisa do Ibope feita no período de novembro de 2014 a janeiro de 2015, identificou que a Tupi lidera a disputa com a Globo, com os respectivos percentuais 0,91% e 0,85%. No geral, a liderança do meio rádio fica com a FM O Dia, com 2,03% de audiência, seguida da Melodia (religiosa), JB (musical), 93 FM (religiosa). Tupi e Globo aparecem, no geral, em quinto e sexto lugares respectivamente.

Desta forma, no segmento de emissoras com transmissão regular de jogos de futebol, o Ibope revela a seguinte preferência de audiência pela ordem: rádiosTupi,

Globo, CBN, Bradesco Esportes, Nacional, Transamérica, Manchete e Super Rádio Brasil.

De acordo com pesquisa do Ibope Media, quando o ouvinte é questionado sobre que tipo de programa não pode faltar em uma emissora de rádio, a preferência ficou para 'notícias e prestação de serviços', com 65%. Em segundo lugar surge 'sequência de músicas sem intervalos', com 47% da preferência. Na terceira posição, aparecem, empatados, 'esportes', 'humor' e 'variedades', com 18% da preferência dos ouvintes. A relação é completada com 'entrevistas', 11% e 'participação de ouvintes', com 11%.

O levantamento do Ibope Media também identificou que o recurso mais utilizado pelo ouvinte para consumir rádio segue sendo o 'radinho de pilha', com 65%, seguido de 24% que preferem ouvir pelo rádio dos veículos e outros 16% que optam pelos telefones com recepção de sinal FM. A tendência, no entanto, é a de que a opção por acompanhar os jogos de futebol por *smartphones* supere o tradicional 'radinho de pilha', entre outros fatores, por falta de uma atenção da indústria, que dedica pouca atenção ao artefato.



## 4 ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

Nesse tópico serão apresentados os trechos mais significativos das entrevistas realizadas ao longo desta dissertação com o objetivo de sintetizar o pensamento e a linha de atuação dos oito respondentes à frente do microfone. Optamos por trabalhar com a coleta de dados a partir de entrevistas qualitativas e semiestruturadas junto aos oito narradores considerados os ‘números 1’ das oito emissoras com transmissão regular de jogos de futebol em suas respectivas programações. A transcrição completa de todas as entrevistas está disponibilizada no apêndice, ao final desta pesquisa.

### 4.1 Em busca de particularidades

A entrevista com o locutor e narrador José Carlos Araújo, da Rádio Tupi e do SBT Esportes Rio (TV), foi feita em meados de outubro. Com 75 anos de idade, Garotinho é o mais experiente dos narradores consultados. Com 51 anos de experiência na transmissão de eventos esportivos, especialmente futebol, José Carlos Araújo é professor de Geografia, formado pela Uerj.

O começo de carreira, aos 14 anos de idade, foi fazendo a cobertura de programas de estudantes nas rádios Nacional e Roquete Pinto. Na área esportiva, a oportunidade apareceu aos 15 anos, também na Rádio Nacional, onde conheceu Waldir Amaral, de quem absorveu conceitos fundamentais para a formação.

Entre as principais mudanças na carreira do narrador esportivo, Garotinho destacou que a tecnologia passou a ser uma aliada no desenvolvimento desse trabalho na área de comunicação. Para o respondente, o rádio hoje não tem fronteiras. José Carlos Araújo salientou a vocação como arma fundamental para o sucesso na profissão.

Sobre novidades, o entrevistado lamentou não estar havendo renovação em termos de narradores esportivos. Na estrutura da narração, segundo José Carlos Araújo, entretanto, houve mudanças. Para Garotinho, hoje você tem que vender produto, até porque quando o anunciante acredita naquele veículo, ele quer

resultados de venda. E esses resultados dependem muito da capacidade do comunicador vender determinado produto.

Sobre uma projeção para o futuro da narração esportiva no rádio, o entrevistado ressaltou que ela depende muito do futuro do próprio rádio. O veículo rádio precisa de emissoras disputando intensamente a audiência e, segundo José Carlos Araújo, isso só se consegue com qualidade.

O locutor acrescentou que seria muito interessante se surgisse uma terceira força no rádio broadcast. José Carlos Araújo lembrou que o rádio segmentado tende a crescer, pois existe espaço para desenvolvimento nessa área. Garotinho finalizou revelando que é preciso que um homem de rádio esteja por trás e também à frente desses investimentos para que seja possível ter um desenvolvimento nessa área de jornalismo através do rádio.

A entrevista com o narrador Luiz Penido foi feita no dia 16 de novembro de 2015. Aos 60 anos de idade, Penido também começou a trabalhar em rádios aos 14 anos de idade. O entrevistado também tem longa experiência na profissão: 45 anos.

Sobre influências, o entrevistado garantiu que todos que trabalharam com Waldir Amaral sofreram forte influência dele. O entrevistado salientou a visão empresarial de Waldir Amaral, que trouxe Jorge Cury para trabalhar com ele na Rádio Globo, em meados da década de 1970. A citação ao nome de Jorge Cury foi feita, pois Penido foi o sucessor de Cury.

O radialista classificou como fundamental a visão de Waldir Amaral na mudança da maneira de comunicar, transformando a narração esportiva em algo muito mais coloquial. Penido frisou que em relação a mudanças ao longo da carreira, tudo está ligado ao que foi criado pelo Waldir Amaral.

Sobre uma escola de narração esportiva no Rio de Janeiro, Penido afirmou achar que a narração esportiva é um dom, mas reiterou acreditar que é importante ter informação intelectual.

Em termos de renovação na locução esportiva, o radialista citou os nomes de Renan Moura, Hugo Lago, Odilon Júnior e Bruno Cantarelli. Luiz Penido observou que esses jovens enfrentam uma concorrência muito forte com a televisão. O entrevistado. O entrevistado frisou também que o atual momento é de transição da narração esportiva, a definição da narração esportiva.

Já sobre a estrutura da narração esportiva radiofônica, Luiz Penido disse que basicamente não mudou nada. A concepção é a mesma, só que o jogo de hoje é

jogado numa velocidade estupidamente maior. Sobre Internet, o respondente classificou a mesma como fundamental e citou que foi o primeiro locutor a narrar jogo de futebol com o computador, em 1995. Para Luiz Penido, a Internet é fundamental pra tudo na vida.

O entrevistado lembrou a necessidade de manutenção do grau de investimento em emissoras de rádio e destacou o potencial de Globo e Tupi, além de citar a importância da Rádio Bradesco, emissora totalmente voltada para o esporte, bem como a Transamérica, destinada a um público mais jovem.

Luiz Penido afirmou acreditar que todas as mídias vão acabar convergindo para o computador. O respondente acredita que no futuro, o rádio fará a transmissão de uma partida de futebol com imagem própria, mas não soube definir como isso se dará de maneira efetiva.

Dando sequência à série, apresentamos agora trechos da entrevista feita com o narrador esportivo Evaldo José, da Rádio CBN, no início de outubro de 2015. Evaldo José tem 46 anos de idade e trabalha com locução esportiva desde 1995. O radialista é formado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela UFRJ.

As influências de Evaldo José são do rádio do Sul do País, com um certo 'sotaque' uruguaio. Sobre mudanças, o entrevistado vê a narração esportiva mantendo uma linha, uma espécie de espinha dorsal. Diferentemente dos demais entrevistados, Evaldo José percebe uma reinvenção constante e acrescenta que o ainda está buscando a linguagem ideal para falar com o ouvinte.

O entrevistado argumentou que o momento é de extrema competitividade, já que há diferentes maneira de o ouvinte contemporâneo acompanhar a transmissão de um jogo de futebol. Sobre referências, citou o nome de José Carlos Araújo, o Garotinho, desde a década de 1980.

Sobre o momento da narração esportiva pelo rádio no Rio de Janeiro, Evaldo José lembrou que o momento é de transição, com o rádio ainda tentando descobrir seu lugar e para onde vai caminhar. O respondente disse que a Internet é uma plataforma que agrega um valor extraordinário à transmissão. Para ele, o atual momento esportivo do rádio no Rio de Janeiro é uma interrogação.

Sobre a estrutura da narração esportiva pelo rádio, Evaldo afirma, diferentemente dos demais entrevistados, que ela está sendo alterada sim, especialmente na CBN, emissora onde trabalha.

Em relação à renovação, o entrevistado acredita que ela está ocorrendo e acrescentou que essa 'garotada' que está chegando precisa fugir daquele rádio clássico dos anos 60 e 70, que ainda têm muito peso, e buscar uma comunicação que seja mais a 'cara' do jovem de hoje, 'antenado' com tudo que está acontecendo.

Sobre o futuro da transmissão da narração esportiva pelo rádio na cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana, Evaldo José se disse um otimista e lembrou que aquele que é apaixonado por futebol vai querer sempre ouvir a melhor emoção do gol do seu time, vai querer sempre acompanhar o jogo no estádio ouvindo no seu celular, no seu i-phone, no seu aparelhinho, conectado no jogo ou mesmo no radinho de pilha.

Sobre linguagem, o entrevistado disse que isso segue sendo pesquisado. Para ele, essa pergunta ainda não tem resposta definitiva nesse momento. De acordo com Evaldo: "O rádio é um veículo que terá sempre o seu espaço, pois é extremamente dinâmico, ágil e tem a velocidade que nenhum outro consegue ter. Não vejo concorrência. Vejo que a TV tem um público. A Internet tem outro público. E o rádio pode tranquilamente atuar entre essas duas plataformas".

Para Ruy Fernando, de 53 anos de idade, atualmente na Rádio Nacional, a ideia de se tornar narrador de futebol começou quando ele ainda era um jovem, mas se tornou realidade quando completou 18 anos, na Rádio Capital, em 1980. O entrevistado é formado em Comunicação Social e lembrou que em tempos idos, o postulante ao cargo de narrador esportivo trabalhava 'um tempo' de graça, apresentando o potencial para ver se poderia ser aproveitado pela emissora. A entrevista com Ruy Fernando foi feita em outubro de 2015.

Ruy Fernando explicou que naquela época a primeira vaga que apareceu foi como repórter, na própria Rádio Capital. Ele explicou que passou a trabalhar mais como repórter do que como narrador.

O entrevistado disse que se inspirou em Ronaldo Castro<sup>18</sup>, em termos de reportagem radiofônica esportiva. Especificamente sobre a narração de futebol, Ruy Fernando disse que se espelhou em Doalcey Bueno de Camargo.

Sobre mudanças na narração esportiva pelo rádio, de 1980 para os dias de hoje, Ruy Fernando foi categórico ao afirmar que não percebe quase nenhuma

---

<sup>18</sup> Ronaldo Castro é um profissional da comunicação, tendo atuado como repórter na Rádio Tupi no final dos anos de 1970 e 1980. Também tem experiência como comentarista esportivo em emissoras como a Rádio Globo, além de trabalhos em televisão, com destaque para programas de debates e mesas redondas sobre esporte, com destaque para a cobertura do futebol.

novidade. Lembrou que quem revolucionou a narração esportiva através do rádio na Cidade do Rio de Janeiro foi José Carlos Araújo, trazendo uma nova linguagem e uma maneira diferente de narrar. Lembrou que a narração anterior a 1980 era mais formal e, segundo o entrevistado, Garotinho descontraíu a narração com gírias, além de dar maior velocidade. Ruy Fernando frisou a capacidade de comando de José Carlos Araújo, provavelmente herdada de Waldir Amaral. Nesse momento, o entrevistado lembrou que foi Waldir Amaral quem apresentou as últimas novidades em termos de plástica ('vestimenta' de uma jornada esportiva), com destaque para a ampla utilização de vinhetas. Ruy Fernando afirmou que Waldir Amaral é um dos responsáveis pelo rádio moderno que nós temos acesso nos dias de hoje.

Ruy Fernando lembrou que o grande mérito de José Carlos Araújo foi ter seguido a linha de Waldir Amaral, conciliando talento e técnica, tanto na Globo quanto na Nacional. O entrevistado lembrou que a narração esportiva pelo rádio exige muita técnica, mas que de nada adianta se não houver carisma e talento por parte do narrador para atrair a audiência. O entrevistado afirmou que não vê novidade na linguagem da narração esportiva pelo rádio carioca depois de José Carlos Araújo. Para Ruy Fernando, a linguagem é a mesma.

O entrevistado afirmou que é difícil a renovação em termos de narradores esportivos, mas advertiu que já foi muito pior. Citou os nomes de Hugo Lago, na Globo, Bruno Cantarelli, na Transamérica, Odilon Júnior, na Tupi e Maurício Moreira, na Rádio Brasil. O entrevistado reafirmou que a busca pelo novo é o que vai fazer a diferença. Ruy Fernando disse que apesar de jovens, os novos narradores seguem padrões estabelecidos no século passado.

Sobre Internet, Ruy Fernando se manifestou de maneira positiva sobre a forma de se trabalhar o rádio. Para ele, a Internet amplificou o poder de penetração do rádio em âmbito mundial. Lembrou que alguns afirmam que o rádio digital não vai 'vingar' justamente por causa da Internet, que passou a definir a convergência de mídias. Ruy Fernando revelou que o que tem acontecido é o fim do aparelho receptor tradicional (radinho de pilhas), visto que os ouvintes/torcedores passaram a usar amplamente os smartphones.

Ruy Fernando afirmou que o rádio esportivo é conservador e esse pode ser um dos maiores obstáculos à descoberta de novos valores. O mercado, segundo ele, é conservador é muito fechado. Daí a dificuldade também descobrir uma nova linguagem.

A entrevista com Edilson Silva foi feita no dia 11 de novembro, mas o radialista preferiu não gravar os áudios com as respostas. Edilson do Carmo Silva é de Volta Redonda, interior do Estado do Rio de Janeiro, e tem 50 anos de idade.

São 15 anos de atuação na locução esportiva dentro dos 30 anos de profissão. O entrevistado é diplomado em Jornalismo; Publicidade, Propaganda e Marketing e Ator. O início de carreira foi como repórter e locutor esportivo das principais rádios de Volta Redonda, Barra Mansa e Resende. Atualmente, é narrador principal na Bradesco Esportes FM 91,1, do Grupo Bandeirantes de Comunicação.

Edilson Silva enalteceu o avanço tecnológico que ocorreu nas últimas décadas e define o atual momento do rádio como de readaptação. Para o respondente, a renovação da estrutura da narração foi iniciada nos últimos 15 anos. E, sem falsa modéstia, tem nele um dos maiores articuladores. O narrador afirma usar uma linguagem moderna, diferente e, principalmente, sempre em busca de atualização constante.

Edilson Silva destacou a importância das ferramentas como as redes sociais para manter uma conexão direta com os ouvintes. Para ele, a Internet permite uma interatividade fiel com os ouvintes e as transmissões. Falando sobre a projeção para o futuro da narração esportiva no rádio do Rio de Janeiro, o respondente sugere uma ampla discussão entre radialistas, produtores, diretores, locutores e narradores, entre outros profissionais para que seja iniciado um processo de redefinição.

Bruno Cantarelli, o mais jovem dos narradores esportivos de rádio da Cidade do Rio de Janeiro e Grande Rio, começou dizendo ser um apaixonado por rádio e informou que a Rádio Transamérica aposta em uma equipe mais jovem para conquistar audiência no segmento. Cantarelli tem 26 anos de idade e achou muito estranha essa diferença de idade para os demais companheiros de transmissão esportiva radiofônica. A entrevista foi feita em outubro de 2015.

O entrevistado é formado em Comunicação Social, com especialização em Jornalismo, pela extinta Universidade Gama Filho (UGF). Sobre o início de carreira, Bruno Cantarelli lembrou que atuou como editor de vídeo na TV Bandeirantes. Ele explicou ainda que a Band foi a primeira emissora a abrir as portas para ele. Cantarelli salientou o fato de a Bandeirantes concentrar emissoras de TV e rádios no mesmo prédio, o que, segundo ele, aumenta as chances de ser aproveitado em algum setor do grupo respectivo de comunicação. O respondente também informou

que teve uma breve passagem pelas rádios Band News, Bradesco Esportes e Globo.

A carreira de Cantarelli ganha impulso com a saída de José Carlos Araújo, o Garotinho, da Globo para a Bradesco Esportes FM. Mas o tempo de permanência de Garotinho na emissora de Botafogo, bairro da Zona Sul do Rio de Janeiro, foi relativamente curta, aproximadamente um ano, entre 2012 e 2013. Garotinho segue, então para a Transamérica, onde também permanece por um breve período, entre os anos de 2013 e 2015, quando se transfere novamente de emissora, desta vez para a Rádio Tupi. Mesmo deixando a Transamérica, Garotinho segue atuando como coordenador da equipe de Esportes. É quando aparece a chance de Bruno Cantarelli atuar como narrador esportivo principal da emissora.

Sobre influências, Cantarelli se disse um aficionado por esportes, tanto na TV quanto no rádio. Lembrou de todo o aprendizado passado especialmente por José Carlos Araújo, bem como por Gilson Ricardo, Edson Mauro e Gérson, o Canhotinha de Ouro (ex-jogador de futebol que atualmente trabalha como comentarista na Rádio Tupi).

Do início de carreira para os dias de hoje, Cantarelli percebeu mudanças na parte plástica, com uma 'levada' mais jovem. Ele acredita que apesar dessas inovações, ainda há espaço para muitas outras apostas. O entrevistado lembrou que os narradores mais jovens têm uma grande diferença de idade para os colegas já consagrados.

Em termos de escola de narração esportiva pelo rádio, o respondente lembrou que a regionalidade é uma característica marcante do meio e que isso deve ser mantido. Voltando a falar sobre escolas de narração, classificou a paulista como muito 'seca', enquanto que no Rio de Janeiro existe o 'brilho' na voz (efeitos como reverbe e/ou eco). Lembrou que na emissora Bradesco Esportes, trabalhando em rede nacional, sentiu muita diferença dos paulistas e admitiu que os colegas de São Paulo também estranhavam o estilo da narração carioca.

O momento atual da narração esportiva foi classificado como péssimo pelo entrevistado, com cada vez menos vagas e emissoras para dar oportunidade de trabalho. Ao longo dos 10 anos de carreira, Cantarelli salientou que esse é o pior momento em termos de mercado da radiofonia carioca. Lembrou que em São Paulo, o número de rádios é maior, aliado ao poder econômico local, que acaba estimulando investimentos mais expressivos.

Em termos de renovação, o entrevistado foi categórico ao afirmar que a renovação é praticamente nenhuma. Citou o caso dele mesmo para exemplificar essa situação. Lembrou que a necessidade de renovação em função da idade dos narradores consagrados está sendo maior que as oportunidades para os mais jovens. Em termos de estrutura de narração, a Transamérica é uma exceção por se tratar de uma emissora voltada para o público jovem. Nas outras emissoras, a linguagem utilizada, segundo o entrevistado é praticamente a mesma, com pouquíssimas novidades.

Para o futuro, Bruno Cantarelli acredita que existem bons valores. Dentro dos próximos cinco ou dez anos, haverá uma renovação, mesmo que forçada em função da idade avançada dos narradores consagrados. O entrevistado lembrou que o público também está ficando mais velho e segue buscando novidades.

Maurício Moreira, cujo slogan é “Vivendo e aprendendo”, tem 38 anos de idade, e que começou a trabalhar na Super Rádio Brasil em 2003. A carreira dele começou em 1996, ainda fazendo a Faculdade de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, na extinta Universidade Gama Filho, estagiando na emissora da própria universidade. Moreira lembrou as influências recebidas de Paulo César Rabelo e Carlos Ramiro. A coleta dos dados foi feita em outubro de 2015.

Moreira iniciou as atividades como repórter setorista de clubes de futebol e também atou como ‘ponta’ (repórter que fica atrás do gol em um campo de futebol). Em 1996, ele fez a estreia narrando jogos de campeonatos amadores e partidas de futsal em emissoras comunitárias.

Maurício Moreira disse que identifica mudanças na parte tecnológica, qualidade de equipamentos e na cobertura dos clubes, a rotina de cobrir o que se passa nas agremiações. Em termos de narração, especificamente na estrutura da linguagem, a evolução é pequena, muito tímida.

Apontou a necessidade de aprendizagem e de técnica para desempenhar a função de narrador esportivo. Citou Doalcey Bueno de Camargo, José Carlos Araújo, Luiz Penido, Edson Mauro e J. Santiago como referências, além de Evaldo José, atualmente na CBN, com quem trabalhou na própria Rádio Brasil.

Sobre o momento da narração esportiva radiofônica do Rio de Janeiro, Maurício Moreira afirmou que existe evolução, só que muito tímida. Para o entrevistado, existem os nomes já consagrados e citados, bem como novos talentos



como Odair Júnior e Fábio Moraes, da própria Rádio Brasil. Além desses, Odilon Júnior, da Tupi; e Ciro Neves, da Bradesco; foram lembrados por Moreira.

Sobre a Internet, o entrevistado disse que trabalha utilizando da melhor maneira possível essa ferramenta. Maurício Moreira afirmou que busca informações em webrádios de outros estados e até países para ficar atualizado sobre as questões esportivas em geral. O entrevistado lembrou de uma outra novidade que foi a transmissão de jogos pelo FM, nos anos de 1980, com a Rádio Tropical.

Para encerrar, Maurício Moreira acredita que o futuro da narração esportiva de rádio da Cidade do Rio de Janeiro está evoluindo com uma nova geração que está ganhando espaço. O respondente acrescentou que essa renovação se dá mais por necessidade que por oportunidade.

A entrevista com o narrador Rodrigo Campos foi realizada no dia 30/7/15, por volta de 12h, no Centro da Cidade. Vale constatar que Rodrigo Campos concedeu essa entrevista como narrador principal da Rádio Manchete, mas acabou se transferindo menos de uma semana depois para a Rádio Bradesco Esportes.

Na sequência, apresentamos trechos do depoimento de Rodrigo Campos, que tem 42 anos de idade e se disse um apaixonado pelo rádio. Ele trabalha há 20 anos no meio. O respondente afirmou que sempre desejou trabalhar em rádio e que o início da carreira aconteceu em 1995, na Rádio AM O Dia. O entrevistado começou como plantonista, além de ter desempenhado as funções de coordenador, repórter e produtor.

Rodrigo Campos admitiu ter sofrido influências de Jorge Cury, Waldir Amaral, José Carlos Araújo, Luiz Penido, Cezar Rizzo e Doalcey Bueno de Camargo. Sobre novidades, o respondente afirmou que muitas coisas mudaram no rádio de 1995 até os dias de hoje. Coisas positivas e negativas. Entre as positivas, destaco a facilidade para colocar uma matéria no ar com qualidade graças à tecnologia. O destaque negativo fica por conta, segundo Rodrigo Campos, da assessoria de imprensa.

Sobre o momento da narração esportiva pelo rádio no Rio, o entrevistado manifestou contentamento. Lembrou a possibilidade de contar com nomes consagrados como Garotinho e Penido ainda em ação, além de alguns nomes mais jovens que estão buscando seu espaço.

Sobre uma escola de narração esportiva radiofônica, Campos destacou como principal ingrediente é ser apaixonado por rádio e por locução. Sobre a Internet, o respondente acha que ela é fundamental para a narração esportiva. Já em termos

de evolução na estrutura da narração, o entrevistado disse que não vê muitas mudanças. Em relação ao futuro da narração esportiva no rádio do Rio de Janeiro, Rodrigo Campos declarou: “admito que estou preocupado com isso. Eu vejo com preocupação com o que está acontecendo”.

Reiteramos que a íntegra das entrevistas com os oito narradores esportivos considerados os ‘números 1’ das emissoras com transmissão regular de jogos de futebol está disponível ao final da dissertação (apêndices).

## 4.2 Estrutura narrativa

Passando a abordar especificamente a estrutura narrativa dos oito respondentes, fica claro que a respectiva preparação para a locução dos jogos de futebol é feita ao longo da semana, já que esses profissionais participam da apresentação de resenhas esportivas de segunda-feira a sexta-feira nas emissoras a que estão vinculados. A exceção fica por conta do (s) jogo (s) de meio de semana (quarta-feira e/ou quinta-feira, dependendo da importância dessa determinada partida).

Tradicionalmente, os programas esportivos vão ao ar no final da tarde, começo da noite (Globo, com Globo Esportivo, e Tupi, com Show do Apolinho – ambos entre 17h e 19h), indo até o horário de A Voz do Brasil, às 19h, horário de Brasília. A partir daí, as emissoras levam ao ar, pela Internet, a sequência dos programas esportivos ou, dependendo do horário de início das partidas, começam a narração somente pela Internet. Mas existem exceções, como por exemplo, programas esportivos que vão ao ar em horários alternativos, por exemplo, como acontece nas emissoras Rádio Brasil (Momento Esportivo, 12h às 13h – programação nacional e de 12h às 13h55, em programação local) e Bradesco Esportes (Os Donos da Bola – RJ, 12h às 13h, com parte do programa sendo transmissão em cadeia com a TV Bandeirantes), ambas à tarde.

Em relação ao acompanhamento dos jogos, ficou claro que é importante o relato de lances capitais do jogo ‘em cima do lance’, como eles mesmos afirmam, ou seja, o narrador precisa passar para a audiência a sequência da jogada o mais próximo possível da realidade, em um verdadeiro passo a passo que facilita a

‘montagem’ do lance na ‘cabeça’ de cada torcedor\ouvinte. Para isso, dependendo dos jogos e dos torneios em disputa, os narradores fazem uma espécie de trabalho de casa, descobrindo a pronúncia de determinado time ou atleta (desde que se trate de um campeonato internacional como Copa América, Libertadores, etc...) Em torneios regionais, essa preocupação é significativamente reduzida, segundo os próprios respondentes.

A tarefa de transmitir um jogo de futebol pelo rádio, entretanto, não fica restrita ao papel desempenhado única e exclusivamente pelo locutor. Existem vários outros profissionais que participam ativamente dessa transmissão esportiva como: repórteres, comentaristas de jogo e arbitragem, plantonistas, produtores, coordenadores, operadores de áudio\sonoplastas e jornalistas, entre outros, como já foi citado com maior profundidade ao longo deste trabalho. No momento, entretanto, o objetivo é dar uma atenção especial ao trabalho que é desenvolvido pelos narradores esportivos considerados os ‘números 2’ (ou segundos narradores) das emissoras de rádio. Com o objetivo de exemplificar, citaremos apenas os experientes Edson Mauro, na Rádio Globo, e J. Santiago, na Rádio Tupi, mas esclarecemos que essa prática pode ser comprovada em todas as demais emissoras de rádio que transmitem futebol de maneira regular na Cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana do estado.

Esses profissionais são responsáveis por transmitir os jogos de menor apelo (já que as partidas de fundo ficam sob a responsabilidade dos primeiros narradores de cada emissora). Eles atuam como ‘escada’ para o narrador principal, aquecendo a torcida\audiência para a partida principal, mas sem esquecer que parte da audiência pode perder interesse pelo jogo de fundo, caso seu time de coração não esteja envolvido nessa disputa. Com o objetivo de manter a audiência da emissora como um todo, os segundos narradores frequentemente acionam o narrador do jogo de destaque, direto do estádio onde será disputada a partida de fundo para que a torcida\audiência fique ‘no clima’ do jogo principal.

Sob o viés da participação da audiência\torcedores ao longo das transmissões dos jogos de futebol, é evidente a participação, cada vez mais intensa, pelas mídias sociais como Twitter, Facebook e Whatsapp, entre outras. É claro que essa participação é mediada (filtro aplicado pelo produtor e\ou coordenador de estúdio), pois seria impossível citar, ‘mandar alô’, apresentar as impressões individuais dos milhares de torcedores\ouvintes que acompanham a transmissão dos

jogos de futebol. Nesse caso, a maior preocupação dos narradores esportivos de rádio é não perder um determinado momento crucial da partida. Essas intervenções são, normalmente, acionadas pelo próprio narrador, quando o mesmo percebe que são inexistentes, ou pelo menos mínimas, as possibilidades de ocorrer um fato importante no desenrolar da partida. Essas participações geralmente são curtas para impedir que o jogo perca o ritmo em que estava se desenrolando.

Seguindo a importância dada à questão do ritmo, os narradores esportivos também criam uma espécie de convenção invisível em relação à participação dos comentaristas de jogo e arbitragem e plantonistas, bem como jornalistas que vão ao ar ao longo de uma transmissão. Essas 'entradas no ar' dos profissionais anteriormente citados são breves e concisas, servindo para que o locutor faça alguma rápida anotação (aplicação de cartão amarelo ou vermelho para um determinado atleta), tome um gole de água (a hidratação foi citada pelos narradores como fundamental), receba alguma orientação vinda do estúdio (sede da emissora) ou do próprio estádio (informação vinda do campo de jogo ou passada pelo departamento de Jornalismo). Vale ressaltar que, caso a respectiva participação ultrapasse o recomendado, ou que no transcorrer do jogo um determinado fator seja de fundamental transmissão, o narrador 'atropela' quem estiver no ar, ou seja, reassume a transmissão e passa a explicar o desenrolar dos fatos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes de dar início à análise de conteúdo das entrevistas semiestruturadas e qualitativas feitas com os oito narradores de futebol considerados os principais (números 1) entre as emissoras que contam com cobertura regular de jogos na Cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana, é pertinente constatar as alterações ocorridas em algumas dessas emissoras, justamente em função do agravamento das crises política e econômica que o país atravessa desde o final de 2014.

A Rádio Manchete, que enfrentava um momento de indefinições desde a saída de Rodrigo Campos (foi para a Rádio Bradesco Esportes, mas também foi dispensado juntamente com outros profissionais) acabou fechando o Departamento de Esportes, reduzindo assim o número de emissoras com transmissão regular de jogos de futebol na Cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana para sete. Essa decisão pode ser revertida a qualquer momento, dependendo, em grande parte, da retomada do crescimento econômico e da evolução da economia nacional com o fim da crise política. Mesmo assim, não há como prever quando e se realmente essa possibilidade irá se transformar em realidade.

Outra emissora que teve um corte significativo de funcionários foi a própria Bradesco Esportes. Alguns já dão como certo o fim das transmissões da emissora *all sports* após a Olimpíada de 2016. No início de dezembro de 2015, cinco profissionais foram demitidos, entre eles o narrador Rodrigo Campos, recém-contratado pela Bradesco Esportes depois da saída da Manchete. A direção da Bradesco Esportes decidiu manter um núcleo no Rio de Janeiro, além de retransmitir parte da programação produzida por São Paulo.

As rádios Globo e CBN estudam a possibilidade de unificar as respectivas equipes de esportes com o objetivo de reduzir custos. Também no mês de dezembro de 2015, o Portal Comunique-se anunciou a demissão de aproximadamente 40 funcionários da Globo/CBN (incluindo profissionais de diferentes setores, não apenas Jornalismo).

A Rádio Tupi atravessa um momento de dificuldades financeiras, com o registro de atrasos de pagamento de salários, além de não estar depositando regularmente o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) de seus

trabalhadores. Em fevereiro de 2016, alguns funcionários promoveram uma greve que mobilizou parte da equipe. A emissora Nativa FM foi devolvida ao Grupo Lite (decisão judicial), que decidiu pelo retorno da emissora Antena 1 Lite FM. Com o fim do pagamento do 'aluguel' ao Grupo Lite, os Diários Associados pretendem equilibrar as finanças de todo o grupo Diários Associados. Infelizmente não também houve divulgação de prazo para a estabilização das finanças do grupo de comunicação.

No mesmo período de dezembro de 2015, a Rádio Nacional, que integra a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) registrou uma greve de funcionários por melhorias de condições de trabalho e salários. Outro ponto a ser registrado é que a empresa comprou os direitos de transmissão de diversos campeonatos de futebol como as séries C e D do Brasileirão, por exemplo, mas não se preocupou em ampliar o quadro de narradores para a nova demanda de trabalho. Essa carga a mais de trabalho com a locução desses jogos, por exemplo, gerou insatisfação por parte dos profissionais da narração.

As rádios Transamérica e Brasil, pelo menos por enquanto, não registraram alterações significativas em termos de quadros de profissionais por causa da crise econômica. Até o momento, os quadros dessas duas emissoras estão mantidos, bem como a continuidade da cobertura regular de narração de jogos dos campeonatos Estadual e Brasileiro, entre outros.

Como brevemente abordado anteriormente, os experientes narradores José Carlos Araújo, da Rádio Tupi, e Luiz Penido, da Rádio Globo, seguem acreditando no potencial do rádio, mas admitem que as condições econômicas do país vão ser decisivas para a continuidade, ampliação ou até mesmo redução da programação esportiva em cada uma das emissoras com transmissão regular de jogos de futebol na Cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana. Mas uma vez, as rádios privadas dependem da conjuntura econômica para dar continuidade aos projetos idealizados.

Evaldo José, da Rádio CBN, afirmou ser um eterno otimista. Justamente por isso, é o locutor que demonstrou pouca preocupação com o atual momento recessivo, apostando na superação dessas dificuldades sem grandes traumas. Globo e CBN, entretanto, estudam a possibilidade de unificar as duas equipes de esporte das emissoras com o objetivo de otimizar o trabalho e reduzir custos. A otimização do trabalho poderá ser feita a partir do momento em que o jornalista

responsável pela redação dos boletins jornalísticos do dia acumular as tarefas, por exemplo, de redigir para Globo e CBN. Adotando esse critério, de unificação das equipes, a possibilidade de novas demissões existe, visto que a prática acaba por ‘enxugar’ o número de profissionais nas redações.

Rui Fernando, da Rádio Nacional, e Bruno Cantarelli, da Rádio Transamérica, enalteceram o potencial do rádio em superar adversidades. Eles lembraram que a crise é real, mas que vai atingir todos os veículos e não somente o rádio. Discurso semelhante teve Maurício Moreira, da Rádio Brasil, ressaltando que até o presente momento a emissora em que ele trabalha não sofreu nenhum tipo de baixa na equipe ou na programação. Atualmente, a Rádio Brasil conta com três locutores, dois comentaristas, cinco repórteres e dois produtores, além de eventuais estagiários e trainees.

Nessa mesma linha de pensamento, temos Edílson Silva, da Rádio Bradesco Esportes, que sofreu com cortes de profissionais na emissora. Mas Edílson Silva, particularmente, acredita na superação dessa fase adversa e mantém o otimismo em relação ao meio rádio.

Rodrigo Campos, ex-rádios Manchete e Bradesco Esportes e atualmente desempregado, foi uma das primeiras vítimas dos cortes implementados pelas empresas tendo em vista o cenário econômico pouco favorável. Campos segue mantendo contatos em busca de um retorno à narração esportiva no Rio de Janeiro.

Passando a abordar o momento da locução esportiva pelo rádio na cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana, cabe registrar que os oito narradores esclareceram que o atual momento do rádio é de incertezas em função das dificuldades econômicas do país. Os entrevistados afirmaram que o rádio como um todo, e especialmente a narração esportiva radiofônica, vive um bom momento da porta dos estúdios para dentro. Todos os radialistas se disseram felizes com os trabalhos respectivamente desenvolvidos e ansiosos por maiores investimentos por parte dos diretores das emissoras. Mas também deixaram claro que esses recursos dependem da captação feita pelos departamentos comerciais e que o momento é de redução de verbas publicitárias, o que pode – na verdade já está – gerar demissões e interrupção na continuidade dos trabalhos desenvolvidos.

Dando início à abordagem sobre o conteúdo apresentado pelos respondentes, informamos que seis dos oito respondentes têm curso superior na área de Comunicação Social. Apenas José Carlos Araújo e Luiz Penido têm

formações fora da área de Comunicação. Outro detalhe é que nenhum dos entrevistados começou a carreira trabalhando especificamente como locutor esportivo. Houve um período de reportagem de campo, cobertura de clubes e/ou de atuação como plantonista dentro das respectivas emissoras de rádio a que eles estão vinculados. A pesquisa identificou, conseqüentemente, a tendência de o conhecimento ser adquirido nas faculdades para, em um segundo momento, conseguir um posto de trabalho no mercado.

A questão da faixa etária registra uma expressiva lacuna entre os mais experientes e os mais jovens. Os locutores José Carlos Araújo, de 75 anos, e Luiz Penido, com 60 anos de idade, são os mais experientes, integrantes de uma geração específica e bem distanciada de jovens valores como Bruno Cantarelli, com apenas 26, e Maurício Moreira, de 36 anos de idade. Essa diferença entre os mais experientes e os 'novatos' chama a atenção dos próprios narradores. Nesse meio, temos os demais valores da narração esportiva radiofônica da Cidade do Rio de Janeiro e Região Metropolitana em ação. Os narradores admitem que a renovação é necessária, mas difícil de ser implementada por duas questões básicas: a falta de oferta de novos valores e o momento político-econômico desfavorável para a contratação de profissionais. De maneira pragmática, entretanto os respondentes admitiram que essa renovação se dará em função da interrupção das atividades dos mais experientes.

Sob o viés de transformações ocorridas desde que os oito narradores começaram a trabalhar em rádio, a evolução tecnológica foi citada de maneira unânime como fator primordial para a melhoria das transmissões como um todo. Os equipamentos mais modernos como mesas de áudio digitais, gravadores digitais e microfones com alto poder de captação, dinâmicos e cardióides são destaques, além da modernização das linhas de transmissão. Os entrevistados lembraram até com certo saudosismo, o tempo em que era preciso 'pedir' uma linha de transmissão (LP) para a determinada operadora de telefonia (Telerj, Oi, etc...) e irradiar alguma partida de futebol. Hoje em dia, segundo eles, as dificuldades nesse quesito são menores nos grandes centros e a tendência é de que as localidades periféricas também tenham acesso à essa tecnologia em um curto espaço de tempo.

A Internet se transformou em elemento vital para a transmissão dos jogos de futebol pelo rádio. Segundo os radialistas, é através da grande rede que os narradores esportivos acionam as audiências por redes sociais como *Facebook* e



*Twitter* para interagir com os ouvintes/torcedores. Os oito foram unânimes em indicar a importância desse elemento que surgiu na década de 1990 e que acabou sendo incorporado gradativamente às transmissões, dando mais qualidade, veracidade e capacidade de interação com os ouvintes/torcedores. Luiz Penido afirmou ter sido o primeiro a acreditar no potencial daquela inovação à época e se orgulha muito desse pioneirismo.

Fazendo uma análise em relação à inovação em termos de conteúdo programacional, os entrevistados lembraram que Waldir Amaral foi quem revolucionou a maneira de promover a comunicação esportiva através do rádio. De maneira simplificada, Waldir Amaral apresentou a comunicação do ‘povão’ ao próprio ‘povão’, o jeito popular de se comunicar foi levado para as ondas do rádio. Era a possibilidade da ‘massa’ se sentir representada através do seu modo de falar específico. Além disso, os respondentes detectaram em José Carlos Araújo o sucessor de Waldir Amaral em termos de continuidade da popularização da linguagem esportiva radiofônica. Desde então, entretanto, os entrevistados afirmaram que ainda aguardam novidades, visto que essas ações inovadoras datam da década de 1980.

Os narradores de futebol e o desenvolvimento do trabalho de cada um à frente do microfone de suas respectivas emissoras foram cartografados para ajudar a entender como é o passo a passo de uma transmissão de futebol pelo rádio. A criação da paisagem sonora ideal para criar a imagem do campo de jogo na mente de cada ouvinte/torcedor foi abordada com a ajuda de critérios bibliográficos acadêmicos e entrevistas semiestruturadas e qualitativas com os locutores titulares de cada uma das até então oito emissoras de rádio com transmissão regular de jogos de futebol (vale lembrar que esse número caiu para sete com o encerramento das atividades da Rádio Manchete).

A linguagem adotada pelos narradores (com a criação de slogans e bordões), com ajuda das figuras de linguagem e de uma observação atenta ao dia a dia da população, mereceu atenção especial, pois é um dos fatores que mais chamam a atenção pela empatia criada junto ao torcedor, além da capacidade de cada locutor despertar o interesse da audiência em um primeiro momento e, posteriormente, fidelizar esse torcedor, cativando a audiência.

Desta forma, pretendeu-se, com essa pesquisa, oferecer um panorama atual da narração esportiva radiofônica da cidade do Rio de Janeiro e Região

Metropolitana, destacando o surgimento do rádio e do futebol, que de produtos de elite acabaram se popularizando e conquistando admiradores em todas as camadas sociais da população brasileira. A iniciativa pode auxiliar demais pesquisadores que pretendam analisar o meio rádio e aumentar o conhecimento sobre o tema. Buscou-se, ainda, apresentar um perfil das emissoras de rádio com transmissão regular de jogos de futebol em suas respectivas grades de programação. Aproveitamos para contextualizar a importância de cada uma no espectro do *dial* carioca e da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, com o objetivo de registrar o momento do veículo e mais especificamente das transmissões esportivas além do desempenho de cada emissora.

## REFERÊNCIAS

80 anos. Disponível em: <<http://www2.tupi.am/80anos/>>

A RÁDIO QUE toca notícia. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/institucional/historia/HISTORIA.htm>>

ABREU, João Batista de. **Metáforas, hipérboles e metonímias, uma jogada de efeito**: o discurso do radiojornalismo esportivo. Trabalho apresentado para a disciplina Comunicação e Significação, do Prof. Milton José Pinto, do programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1. sem. 2000.

ABREU, João Batista de; FALCÃO, Roberto. **O ídolo colocado para escanteio**: A débil relação entre o rádio esportivo e assessorias de imprensa. Rio de Janeiro, RJ. Intercom 2015.

ACEESP. **Quem somos**. [2007?]. Disponível em: <[http://www.aceesp.org.br/presidentes\\_imortais.asp](http://www.aceesp.org.br/presidentes_imortais.asp)>

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fortes, 2003.

BARROS, Antonio Teixeira de; JUNQUEIRA, Rogério Diniz. **A Elaboração do Projeto de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BOA VONTADE. Disponível em: <<http://www.boavontade.com/radio?cdgEms=2>>

BRADESCO Esportes FM (Rio de Janeiro). Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Bradesco\\_Esportes\\_FM\\_\(Rio\\_de\\_Janeiro\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Bradesco_Esportes_FM_(Rio_de_Janeiro))>

BRADESCO Esportes FM. Disponível em: <<http://bradescoesportesfm.band.uol.com.br/>>

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Pesquisa Brasileira de mídia**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. 2014. Disponível em: <[http://pt.slideshare.net/BlogDoPlanalto/pesquisa-brasileira-de-mdia-2014?utm\\_source=slideshow02&utm\\_medium=ssemail&utm\\_campaign=share\\_slideshow](http://pt.slideshare.net/BlogDoPlanalto/pesquisa-brasileira-de-mdia-2014?utm_source=slideshow02&utm_medium=ssemail&utm_campaign=share_slideshow)>

BRUCK, Mozahir Salomão. **Copa de 1950**: e o futebol se torna acontecimento midiático eletrônico. Fortaleza, CE. Intercom, 2012.

CASTRO, José de Almeida. **História do Rádio no Brasil**. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomos/historia-do-radio-no-brasil>>

CBS Pittsburgh. Disponível em: <<http://pittsburgh.cbslocal.com/>>

CBS Pittsburgh. Disponível em: <[www.kdka.com](http://www.kdka.com)>

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

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil Platôs**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org). **Métodos em Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

EXCLUSIVO: Rádio Melodia assume a liderança geral. JB FM e Mix FM disparam no Rio. 2016. Disponível em: <<http://tudoradio.com/noticias/ver/14800-exclusivo-radio-melodia-assume-a-lideranca-geral-jb-fm-e-mix-fm-disparam-no-rio>>

FERNÁNDEZ, José Luis. **La Captura de la Audiencia Radiofónica**. Buenos Aires: Líber Editores, 2012.

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

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Convergência: Uma abordagem pela economia política da comunicação**. Rio de Janeiro, RJ: Compós, 2010.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Uma proposta metodológica para pesquisar a história do rádio no Brasil**. Rio de Janeiro, RJ, Intercom: 2015.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 173-180, set./dez. 2010. Disponível em: <<http://revistas.eletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8185/5873>>

FILHO, Mário. **O Negro no Futebol Brasileiro**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1964.

FRANZINI, Fábio. **Corações na ponta da chuteira: capítulos iniciais da história do futebol brasileiro (1919 – 1938)**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

FREDERICO, Celso. Brecht e a "Teoria do rádio". **Estud. av.**, São Paulo, v. 21, n. 60 maio/ago. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142007000200017](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142007000200017)>

GALLEGO PÉREZ, J. Ignacio. La audiencia en la radio: viejos roles, nuevas funciones. In: J. Ignacio GALLEGÓ PÉREZ, María Trinidad GARCÍA LEIVA (org.), **Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI**. Madrid, Instituto RTVE, 2012. p. 209-227.

GALLEGO PÉREZ, Juan Ignacio. Novas formas de prescrição musical. In GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com imagem, texto e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2004. p. 64-89.

GAROTINHO (locutor). Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Garotinho\\_\(locutor\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Garotinho_(locutor))>

GUATTARI, Felix. **Caosmose**: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

GORDON, C.; HELAL, R. A crise do futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, p. 40. 2002.

GRUPO GLOBO. Disponível em: <<http://grupoglobo.globo.com/>>

GUERRA, Márcio. **Você, ouvinte, é a nossa meta**: a importância do rádio no imaginário do torcedor de futebol. Juiz de Fora: Ed. Etc. 2000.

GUIMARÃES, Alexandre Sidnei. Copa do Mundo FIFA 2014: da subestimação ao superfaturamento? A evolução dos preços dos estádios de 2007 a 2011. **Boletim do Legislativo**, n. 4, jun. 2011. Disponível em: <<http://www12.senado.gov.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/boletins-legislativos/boletim-no-4-de-2011-copa-do-mundo-fifa-2014-da-subestimacao-ao-superfaturamento-a-evolucao-dos-precos-dos-estadios-de-2007-a-2011>>

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Perdido Numa Intensidade Focada**. Stanford University, 2007.

HALLACK, Ivan Elias. **O envolvimento do torcedor de futebol através do rádio**. 1988. 108 f. Monografia (Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 1988.

HERSCHMANN, Micael (org.). **Nas bordas e/ou fora do mainstream**: novas tendências da Indústria da Música Independente no início do século XXI. São Paulo: Ed. Estação das Letras e das Cores, 2011.

\_\_\_\_\_. La audiencia en la radio: viejos roles, nuevas funciones. In: GALLEGO PÉREZ, J. Ignacio; GARCÍA LEIVA, Maria Trinidad (org.). **Sintonizando el futuro**: Radio y producción sonora en el siglo XXI. Madri: Instituto RTVE, 2012.

IBOPE: FM O Dia reassume a liderança no Rio, JB FM é a terceira e Globo avança. 2015. Disponível em: <<http://www.radiodeverdade.com/noticias/2015/02/10/ibope-fm-o-dia-reassume-a-lideranca-no-rio-jb-fm-assume-a-terceira-colocacao-e-globo-avanca/>>

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio social – Uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas. In: DEL BIANCO, Nélia (org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**, p. 38-67. São Paulo: Intercom, 2012. v. 5

KONCHINSKI, Vinicius. **Custo dos estádios da Copa sobe R\$ 1 bi e supera investimento em mobilidade**. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2013/11/1376387-custo-dos-estadios-da-copa-sobe-r-1-bi-e-supera-investimento-em-mobilidade.shtml>>

MADUREIRA, Paulo; KISCHINKEVSKY, Marcelo. **Show do esporte**: Considerações sobre relatos desportivos como gênero fundador da radiofonia. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

MARTINS, Célio. **Copa superfaturada com os estádios mais caros da história**. 2014. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/certas-palavras/copa-superfaturada-com-os-estadios-mais-caros-da-historia/>>

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis, SC: Insular, Ed. da UFSC, 2007.

MENAEI, Michel. **Ibope**: a audiência do futebol hora a hora. 2015. Disponível em: <<http://www.radiodeverdade.com/noticias/audiencia/2015/07/23/ibope-a-audiencia-do-futebol-hora-a-hora/>>

MENAEI, Michel. **Ibope**: audiência de Tupi e Globo de segunda a sexta. 2015. Disponível em: <<http://www.radiodeverdade.com/noticias/audiencia/2015/07/22/ibope-audiencia-de-tupi-e-globo-de-segunda-a-sexta/>>

MICELLI, Márcio; ALMEIDA Alda de. Rádio e futebol: Gritos de gol de Norte a Sul. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2., 2004, Florianópolis. **Anais do...** Florianópolis, 2004.

MORAES, Mário de. **Recordações de Ary Barroso**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1979.

MOSTARO, Filipe. Chile, 1962. **Os 50 anos da última Copa do Mundo da Era de Ouro do Rádio**. Fortaleza, CE: Intercom, 2012.

MOURA, Rui. **Carlito Rocha**: mitos e ritos no Glorioso. 2009. Disponível em: <<http://mundobotafogo.blogspot.com.br/2009/10/carlito-rocha-mitos-e-ritos-no-glorioso.html>>

MURCE, Renato. **Bastidores do rádio**: fragmentos do rádio de ontem e de hoje. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

O EVALDO. Disponível em: <<http://evaldojose.com.br/about/>>  
Origem do “que lindo”... Disponível em: <<http://evaldojose.com.br/historias-2/origem-do-que-lindo/>>

OUTRA VEZ dividido, Brasil repete decepção e fiasco na disputa do Mundial. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/historia-da-copa/1934-italia/brasil-na-copa/>>

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PENIDO, Luiz. O coração na ponta da língua. Disponível em: <<http://radioglobo.globoradio.globo.com/luiz-penido/LUIZ-PENIDO.htm>>

PORTCOM. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/950bc416911c3c2e2d2963141273b315.pdf>>

PRATA, Nair. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Natal, RN: Intercom, 2008.

PRIMO Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação cibercultura cognição. Porto Alegre: Sulina 2008.

RÁDIO Clube de Pernambuco. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/R%C3%A1dio\\_Clube\\_de\\_Pernambuco](https://pt.wikipedia.org/wiki/R%C3%A1dio_Clube_de_Pernambuco)>

RÁDIO GLOBO, a casa maior do rádio brasileiro. Disponível em: <<http://radioglobo.globoradio.globo.com/sobre-a-radio/2014/07/17/RADIO-GLOBO-A-CASA-MAIOR-DO-RADIO-BRASILEIRO.htm>>

RÁDIO MANCHETE. Disponível em: <<http://www.radiomanchete.com.br/index.php/2013-05-23-09-49-49/2013-05-23-10-06-28>>

RÁDIO NACIONAL. Disponível em: <<http://www.dicionariompb.com.br/radio-nacional/dados-artisticos>>

RÁDIO TAMOIO. Disponível em: <<http://www.radiotamoio.com.br/>>

Rádios AM e FM mais acessadas por estados. Disponível em: <[http://www.radios.com.br/relatorios/stat\\_2015-08\\_amfmestado\\_33-19](http://www.radios.com.br/relatorios/stat_2015-08_amfmestado_33-19)>

RJ: Ranking Audiência – O Dia e Melodia se destacam na briga pela liderança. 2015. Disponível em: <<http://www.ouvintes.com.br/#!RJ-Ranking-Audi%C3%Aancia-%E2%80%93-O-Dia-e-Melodia-se-destacam-na-briga-pela-lideran%C3%A7a/c24ue/5580fa300cf299727821db3d>>

RODRIGUES, Antonio Paiva. **Pequena história do rádio e da televisão**. Observatório da imprensa, 2008. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/pequena-historia-do-radio-e-da-televisao/>>.

SEIXAS, Lia; PINHEIRO, Najara Ferrari (org). **Gênero**: um diálogo entre Comunicação e Linguística Aplicada. Florianópolis: Ed. Insular, 2013.

SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

SILVA. Eliazar João da. De Esporte das elites ao esporte popular: a trajetória do futebol no Brasil. **Fronteiras**, Dourados, MS, v.14, p. 100, 2012.

SILVA, Juremir Machado da. **O Que Pesquisar Quer Dizer?** Como Fazer Textos Acadêmicos Sem Medo da ABNT. Sulina, 2010.

SIMON, Gilberto. **Gastos públicos com estádios da Copa passam de R\$ 8,5 bilhões**. 2013. Disponível em: <<https://portoimagem.wordpress.com/2013/06/19/gastos-publicos-com-estadios-da-copa-passam-de-r-85-bilhoes/>>

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Ouçã a primeira emissora de rádio do mundo**. 2013. Disponível em: <[http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/\\_ed776\\_ouca\\_a\\_primeira\\_emissora\\_de\\_radio\\_do\\_mundo/](http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/_ed776_ouca_a_primeira_emissora_de_radio_do_mundo/)>

SOARES, Edileuza. **A bola: o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus, 1994.

SOBRE. In: RÁDIO EBC. Disponível em: <<http://radios.ebc.com.br/sobre>>

STARCK, Daniel. Panorama: **Ibope Media divulga infográfico que detalha o consumo de rádio no Brasil**. 2015. Disponível em: <<http://tudoradio.com/noticias/ver/13661-panorama-ibope-media-divulga-infografico-que-detalha-o-consumo-de-radio-no-brasil>>

TAVES, Rodrigo. **Paixão pelo rádio: do milésimo gol de Pelé ao milésimo gol de Romário, a trajetória de José Carlos Araújo, o eterno Garotinho**. Rio de Janeiro: Editora Maquinária, 2009.

TRANSAMÉRICA ESPORTES. Disponível em: <<http://www.radiotransamerica.com.br/pagina.aspx?pg=esportes&codMundo=1&codPraca=5>>

VOLÓCHINOV, Valentin. **A Palavra na Vida e a Palavra na Poesia**. Zveda, 1926.



**APÊNDICE A - Entrevista semiestruturada****ESCOLA DE NARRAÇÃO DE FUTEBOL EM RÁDIO NA CIDADE DO RIO DE  
JANEIRO  
ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA  
TÓPICO GUIA**

- 1) Identificação (perfil) do entrevistado:
- 2) Idade e tempo de atuação na narração esportiva:
- 3) Qual é a sua formação profissional?
- 4) Como foi o início de carreira? Já como narrador esportivo?
- 5) Quando começou buscou ou teve influências? De quem ou o que?
- 6) Quais as principais mudanças que percebe ao longo da carreira?
- 7) Existe uma escola de narração esportiva radiofônica do RJ? Que elementos baseiam essa afirmação?
- 8) Como define o atual momento da narração esportiva radiofônica do RJ?
- 9) Existe renovação em termos de narradores esportivos no rádio do RJ?
- 10) E na estrutura da narração?
- 11) Qual a importância da Internet nesse contexto?
- 12) Existe produção específica para a Internet?
- 13) Qual a sua projeção para o futuro da narração esportiva no rádio do RJ?

## **APÊNDICE B - Transcrição de entrevistas qualitativas e semiestruturadas**

### **Entrevista com José Carlos Araújo, Rádio Tupi:**

A entrevista com o narrador José Carlos Araújo, narrador da Rádio Tupi e apresentador do SBT Esportes Rio, foi feita no dia 21/10/2015.

“Eu sou José Carlos Araújo, tenho 75 anos de idade e na narração esportiva, 51 anos de atividade. Há 51 anos eu transmito futebol, tendo começado exatamente na Rádio Globo. Depois disso, passei sete anos na Rádio Nacional. Depois, passei mais um tempo na Rádio Globo, somando 42 anos de Rádio Globo, na Glória. Depois, tive na Band News e Rádio Bradesco, onde fiquei pouco tempo, vindo posteriormente para a Transamérica, onde sou gestor de uma equipe de esportes, sou sócio da operação ‘futebol’ na Rádio Transamérica. Estou na Rádio Tupi desde o dia 3 de maio de 2015.

Sou professor de Geografia formado pela Uerj, professor aposentado pelo Estado e também aposentado pelo INSS, como professor, já que comecei a trabalhar com 15 para 16 anos. Consequentemente, eu me aposentei muito cedo.

Meu começo de carreira foi fazendo programas de estudantes na Rádio Nacional, Clube Juvenil Toddy, às quintas-feiras, às quatro e meia da tarde, ali na Praça Mauá, 7, na fase áurea da Rádio Nacional, época dos grandes programas de auditório. Naquela época também eu fazia programa de estudantes na Rádio Roquete Pinto, que pertencia à prefeitura. Hoje, ela é do Estado.

Como narrador esportivo, eu tentava desde cedo essa profissão. Ninguém me dava uma chance. Pedi emprego ao Orlando Batista, na Rádio Mauá, pedi emprego ao Rui Porto, na Rádio Mayrink Veiga. Mas ninguém acreditava naquele gatoto magrinho, muito ranzinza, muito raquítico. Mas como meu pai era contador da Rádio Nacional, pedi que meu pai falasse com Waldir Amaral e Carlos Pallut. Foi aí que o Carlos Pallut acreditou em mim, aos 15 anos de idade, fazendo um teste de improviso, fazendo a narração de um incêndio, de fatos da cidade. Com 15 anos eu fiz a cobertura do Congresso Eucarístico Internacional, no Aterro do Flamengo, que começou naquele ano, em 1955.

Eu não tive influências de nenhum profissional do rádio, mas o meu ídolo na época era César de Alencar, um grande animador de auditório e que trabalhou também na Rádio Tupi. O César de Alencar era pra mim era a voz mais bonita, o

cara de melhor improvisado, de maior comunicação, de maior domínio de um auditório. Já na locução esportiva, eu era fã do Luiz Mendes, exatamente pela qualidade da voz e pela maneira fácil de falar. O Luiz Mendes que depois veio a ser comentarista da minha equipe e com ele eu viajei o mundo inteiro.

As principais mudanças que eu vejo na carreira do narrador esportivo é que a tecnologia passou a ser uma aliada no desenvolvimento desse trabalho na área de comunicação. Eu jamais imaginei que em determinado momento estaria transmitindo futebol digital e mais que isso, com um laptop aberto, recebendo mensagens do mundo inteiro através da Internet. O rádio hoje não tem fronteiras. Ele alcança o mundo inteiro e brasileiro e que nem pardal, pois tem em todo o lugar do mundo. E quando você menos espera, aparece uma mensagem de alguém acompanhando em uma transmissão de futebol.

Eu comecei em uma época em que os programas de estudantes eram a forma de desenvolver o seu potencial. Hoje você não tem mais isso. Ou você entra orientado por gente que não é de rádio. E ao invés de formação, você tem é uma deformação. Isso a gente vê muito por aí, em toda a parte do Brasil. Ou então você parte para a exigência do diploma de comunicação, quando, na realidade a principal arma de um profissional de rádio é a vocação. Quando ele é vocacionado, ele deveria ser recebido como radialista e não como jornalista. Mesmo assim, eu cito, no Rio de Janeiro, os cursos que o Edson Mauro promove esporadicamente e a Escola de Rádio, do Ruy Jobim, no Catete, como fortes aliados para aprender a fazer rádio.

Lamentavelmente, não está havendo renovação em termos de narradores esportivos. Eu digo isso pelo seguinte: o rádio esportivo começou com o speaker, depois o relator, o narrador e, hoje, na verdade, trata-se de um comunicador. Você tem que apresentar um grande show que tem antes, durante e depois de a bola rolar, ou seja, antes, durante e depois do jogo. Na estrutura da narração houve mudanças também. Antigamente, o speaker e o narrador eles liam o texto. Hoje, você tem que vender produto, até porque quando o anunciante aposta no teu trabalho, acredita naquele veículo, ele quer resultados de venda. E esses resultados dependem muito da capacidade do comunicador, não de ler o texto, e sim de vender determinado produto.

A projeção para o futuro da narração esportiva no rádio depende muito do futuro do próprio rádio. Por exemplo, quando se fala de uma competitividade entre Globo e Tupi, eu fico preocupado com a queda de rendimento, a queda de produção

da Rádio Globo, que é a principal concorrente da Rádio Tupi. Porque? Por que o mercado, o veículo rádio precisa de emissoras disputando 'pau a pau' a audiência e, principalmente, com qualidade. E se surgisse uma terceira força seria melhor ainda no rádio broadcast, que é o rádio variado, que tem música, que tem esporte e que notícia. Não o rádio segmentado, só de jornalismo ou rádio segmentado só musical. O 'all news', como é a CBN, por exemplo, como é a Band News, é o rádio que tende a crescer mais. E tem muito filão ainda para se desenvolver nessa área. Mas é preciso que o homem de rádio esteja por trás e também à frente desses investimentos para que possamos ter um desenvolvimento, um crescimento nessa área de jornalismo através do rádio.

Sobre produção específica para a Internet, eu destaco um site chamado FutRio.Net. É o único segmento que eu estou vendo formando novos valores. Eles cobrem jogos de segunda e terceira divisão. São garotos que chegam lá mostrando vocação e o Rogério Nunes, diretor da futrio.net, tem orientado esses jovens para o desenvolvimento da profissão. Na própria Rádio Transamérica, eu fiz uma parceria e hoje, vários profissionais que estão na Transamérica surgiram na futrio.net.”

### **Entrevista com Luiz Penido, Rádio Globo:**

A entrevista com o narrador Luiz Penido foi feita no dia 16 de novembro de 2015, sendo o último dos narradores a ser arguido. O material foi gravado em estúdio e, posteriormente, encaminhado por email.

“O meu nome é Luiz Alberto Penido, Luiz com 'z'. Estou chegando aos 60 anos de idade, comecei com 14 anos de idade, em 1969. No dia 22 de novembro, próximo domingo (estou falando numa segunda-feira), domingo, dia 22 de novembro, eu vou completar 45 anos de profissão. Mas não é atuação em narração especificamente e sim atuação em emissoras de rádio. Na Globo, que foi onde eu comecei, em 22 de novembro de 1969. Na narração esportiva eu comecei, sendo uma criança ainda, em 1972, mas eu já trabalhava na narração esportiva de forma regular. Não jogos inteiros, mas já narrava jogos.

A minha formação profissional foi toda na Rádio Globo, até porque com 14 anos de idade eu estava me formando como pessoa, como gente, como homem, enfim. Foi tudo no formato da Rádio Globo, no final da década de 1960, na

chegadinha ali do final dos últimos anos da década de 60, e anos 70, que foram brilhantes para o rádio.

O meu início de carreira foi uma tentativa minha, quando cheguei na Rádio Globo, que ainda era na Rua Irineu Marinho, 35, depois, em 1973, mudou para a Rua do Russel, 434. Cheguei para ser narrador esportivo com 14 anos. Era uma graça danada. Consegui entrar, mas foi uma verdadeira novela, só que não vem ao caso. Mas foi uma novela que durou algum tempo. Mas eu insisti na Globo, Nacional, Tupi, Mauá, que na época era a rádio do Orlando Baptista. Foi uma tentativa muito grande. Não conseguia ser atendido, recebido pelo fato de ser criança. Finalmente, o Dalton Ferreira, que era o coordenador da equipe de Esportes da Rádio Globo, um belo dia, depois da quinquagésima tentativa, me recebeu e mandou que eu gravasse um teste. Curiosamente, o Jorge Cury também mandou, no mesmo dia, que eu gravasse um teste na Rádio Nacional, depois de eu ter ido lá também umas 40 ou 50 vezes. E eu gravei Vasco e Corinthians, para a Rádio Nacional, irradiando um tempo de jogo de cima das cabines de rádio do Maracanã. E para a Rádio Globo eu gravei para o programa Esporte no Ar, que era veiculado entre 20h35 e 21h. Aí os dois acharam que seria legal botar como aprendiz. Existia uma função no rádio, que não tem mais hoje, que é a de colaborador. Então meus primeiros anos foram dentro dessa função: colaborador. E aos 16 anos à época eu já poderia ser registrado. Foi um início de carreira, não como narrador, mas como plantonista, abrindo cartas, atendendo telefones, sendo útil aos companheiros, com toda boa vontade fazendo todo o tipo de serviço, fosse o que fosse. E trabalhando como auxiliar do plantonista, que na época era o Jairo de Souza. Depois, eu mesmo exerci a função de plantonista, dando informações. Era o Jairo de Souza, Iata Anderson, Valdo Moreira e eu. Eram os quatro no plantão. Já na Rua do Russel só o Jairo de Souza, Iata Anderson e eu.

Sobre influências, todo o time que trabalhou com Waldir Amaral teve influência dele. Isso indubitavelmente, além da influência do Jorge Cury. Como a Copa do Mundo começou a ser paga, os direitos de transmissão começaram a ser pagos em 1970, no México, até então nunca havia sido pago. As emissoras tomaram um susto, não tinham orçamento para isso. Mas era uma exigência da Fifa e do dono da TV Azteca, o Emílio Ascarga. Ele disse que não abria mão de jeito nenhum. Algumas emissoras bateram de frente e não fizeram. A Rádio Globo, prudentemente se aliou à Rádio Nacional, que na época era muito forte, e à Rádio

Gaúcha, de Porto Alegre. Foram destacados, então, os locutores Jorge Cury, pela Nacional, Willy Gonzer, pela Gaúcha. Pela Rádio Globo, Waldir Amaral, que era o locutor titular. Aí o público da Rádio Globo começou a ter contato com Jorge Cury e os gols. O Brasil ganhou, replicava, passava na programação... Aí o Waldir Amaral teve a ideia brilhante de, três anos depois, trazer o Jorge Cury.

Aí, na chegada do Cury, ele chegou, me abraçou e disse: você já deu certo, já tenho ouvido você, foi ótimo ter vindo para a Rádio Globo. E eu disse que receber você é um prazer e uma honra, já que eu só trabalho com feras, com gente consagrada: Waldir Amaral, João Saldanha, Luiz Mendes, Mário Vianna, Denis Menezes, Washington Rodrigues, José Carlos Araújo, Sérgio Moraes, Ailton Rebello. Só fera, só tinha fera. Receber você, Cury é uma honra muito grande. Aí ele disse para eu me preparar para aumentar o meu prazer, pois eu seria o sucessor dele.

Então, eu peguei muita coisa do Cury e do Waldir Amaral pela boa vontade deles, dos ensinamentos deles. E porque todo mundo que está aí no mercado aprendeu na linha do Waldir Amaral, que introduziu a comunicação com uma linguagem moderna. Além deles, temos também o Washington Rodrigues, o Apolinho, que era muito ligado nisso, caminhava nesse viés, que era o de abolir os termos ingleses, coisas do tipo: chamar a bola de balão de couro. É bola. Chamar o gol de tento. Na verdade, é gol. Então o Waldir Amaral, por simplificar a linguagem, acabou revolucionando mesmo.

Esse tipo de coisa, que já estava meio em desuso, acabou sendo banida. Ele incorporou essa novidade. Eu lembro que comigo mesmo... Não se falava a palavra 'bicho', que já estava na moda há uns oito anos, dez anos, sei lá quanto tempo. Mas no rádio era feio, ficava deselegante e tal. Mas eu falei pela primeira vez. E na hora o Waldir Amaral ficou meio assustado. Mas na semana seguinte ele disse que eu tinha razão, que eu era jovem, de cabeça arejada. Pouco depois ele estava usando o slogan "Paz, amor e Rádio Globo, é isso aí, bicho". E 'bicho' foi sendo incorporado. E o Waldir foi só aumentando a participação, o volume de gírias. Foi realmente uma mudança completa. E eu sempre segui nessa linha. É claro que cada um vai desenvolvendo um estilo próprio, mas comigo foi assim.

Em relação a mudanças ao longo da carreira, eu lembro que tudo está ligado ao que foi criado pelo Waldir Amaral, à moda dele. Nesses 45 anos, tudo mudou na forma de fazer. Mas é importante lembrar que existem nuances na cor. O azul tem

vários tons. O verde também. Dependendo da circunstância você pode ser mais um pouco mais expressivo, dependendo da situação, ou mais suave, mais brando. O que eu percebi de mudança, que eu consegui fazer, baseado no espírito revolucionário do Waldir Amaral, foi quando eu fui para a Rádio Tupi, em 1988, eu, Eraldo Leite, Ivan Mendes, Marcos Tinoco, Danilo Bahia, Alberto Rodrigues.

Ser o locutor principal, convidado, já era o oitavo convite da Rádio Tupi, e eu resolvi aceitar. E aí eu tive que mudar tudo por lá. Dar uma globalizada, pois tinha cheiro de mofo, era tudo muito arcaico, muito antigo, antiquado. Então, essa mudança veio com essa troca de prefixo, troca de linguagem, a exemplo do que tinha a Rádio Globo, além de algumas ousadias como o Panorama Esportivo, que tinha meia hora de duração e passou a ter duas horas de duração, de 22h às 24h. Três meses depois, a Tupi, que tinha 2% de audiência, assumiu a liderança, apresentado pelo Eraldo Leite. Quando eu falei que ia fazer isso, todo mundo me chamou de maluco, doido, mas a verdade é que arrebentou. E deu. Explodiu. Foi um caminho. Depois, foi fazer o programa de 17h às 19h, aumentando a programação. Pena que depois, o tempo e as crises tenham diminuído os tamanhos das equipes, o que dificulta fazer um material muito maior mantendo a qualidade o tempo todo. Em relação a mudanças, a forma de comunicar é o principal, o jeito de falar, colocar os temas, as gírias, as emoções do Waldir Amaral com o estilo bastante empolgado do Jorge Cury. Eu acho que fiz um 'mix' disso, ao longo da minha carreira, dentro do meu estilo.

Sobre uma escola de narração esportiva no Rio de Janeiro, eu acho que a narração esportiva é um dom. Mas eu acredito que o mais importante é o caminho que eu percorri, é você ter um banco escolar sim, ter cultura, ter informação intelectual a mais avançada possível, mas o que dá realmente o tom para a carreira, a cor viva na carreira é o dom, o vocacional. É igual a fazer escolinha de futebol. Se você tem o dom, ótimo. Se não tem, não vai aprender. Vai fazer aquela coisa robotizada. E narrador esportivo é pior que jogador de futebol. O jogador pega a bola e toca para o outro e tudo bem. O narrador vai fazer o que? Ele tem que brilhar ancorando uma equipe toda durante uma transmissão. Eu acho que a escola da vida radiofônica é o principal. A emissora de rádio é a verdadeira escola. É trabalhar e fazer rádio para aprender o que dá certo e o que dá errado, o que é garantido é o que não é. Existem muitos pontos que são vulneráveis.

Sobre o atual momento da narração esportiva radiofônica do Rio de Janeiro, ele é, a exemplo de todos os outros momentos, ele tem algumas revelações. A Rádio Globo tem o Renan Moura, tem o Hugo Lago. A Rádio Tupi tem o Odilon Júnior... Nas emissoras menores, por exemplo, temos o Bruno Cantarelli, que até pouco tempo estava na Rádio Globo. Saiu depois, foi para a Rádio Bradesco, depois Transamérica. O Bruno Cantarelli vai acontecer? Não sei. Não sou adivinho... Só não vai acontecer se ele não quiser, pois ele tem todas as ferramentas. Os outros que eu falei: Hugo e Odilon já aconteceram. O Renan Moura está acontecendo. É um fenômeno, mas com o embrião de um gigante pelo que ele tem de material vocal, pela cultura, pela dedicação, pelo empenho. Acho que o Renan vai ser um cara top. Acho o mesmo do Hugo Lago, que eu considero uma grande fera. Temos alguns outros exemplos na Rádio Bradesco e na própria Transamérica, sem ser o Cantarelli. Essa galera enfrenta problemas diferentes daqueles que a minha geração enfrentou. Na minha época, era uma concorrência muito forte entre os narradores e as emissoras. Hoje, eles concorrem com a televisão e com o fato de que a maioria dos jovens narradores, ou que poderiam ser narradores, vão para a TV, que não exige nada. Na TV é só falar o nome do jogador e nada mais. E às vezes nem isso. Ele deixa de ser um narrador brilhante e vira um narrador de televisão, que raramente é brilhante, salvo exceções. A grande maioria acaba não sendo, do ponto de vista da própria personalidade, um 'cavalo' que está no ar, mas nem é citado. Enquanto que o rádio talk é um rádio intimista, que passa a personalidade da pessoa, coisa que a televisão não permite por diversos motivos. É um achatamento provocado pela televisão. Essa rapaziada que está começando agora, nos últimos cinco ou oito anos, está enfrentando esse problema. Eu defino que é um momento histórico na transição da narração esportiva, a definição da narração esportiva. Embora a pergunta seja radiofônica, estou citando a TV, pois elas estão interligadas. Existe muito pouca gente entrando no rádio.

A estrutura da narração esportiva radiofônica basicamente não mudou nada. Ela é uma narração hoje de uma velocidade muito maior. A concepção é a mesma, só o jogo é jogado numa velocidade estupidamente maior.

Em relação à importância da Internet, digo que ela é total. A Internet é tudo. Tenho o orgulho, em 1995, ter sido o primeiro locutor a narrar jogo de futebol com o computador. Era uma 'trapizonga' enorme... Mas comecei a usar as poucas e tímidas ferramentas que existiam na ocasião. Mas já mandando alô para os



ouvintes, explicando que eles podiam interagir, pois já havia email, então já tinha como conversar e tal. Mas não dá pra imaginar isso com a velocidade dos dias de hoje. Hoje eu uso o Twitter, mas tem simultaneamente três, quatro ou cinco janelas abertas. Eu vou alternando alguns textos para não poluir muito a bancada. Ou se a bancada é pequena demais e não tem espaço, como no caso das arenas, o computador salva tudo. Você pode utilizar tudo isso no computador. Além de tudo mais. Você posta o gol. A bola ta rolando e o cara já ta ouvindo o gol na Internet. É fundamental pra tudo na vida. Não há nada que fuja desse padrão.

A minha expectativa é que as emissoras de rádio mantenham o grau de investimento. Hoje nós temos duas rádios muito grandes: Globo e Tupi, e temos uma rádio intermediária, que é a Rádio Bradesco, mas que é muito bem feita. É uma rádio totalmente voltada para o futebol, que tem importância grande, primeiro como formadora, segundo por dedicar 24 horas por dia na programação ao esporte. E temos a Rádio Transamérica. Eu acho que isso é muito legal. Falando na Transamérica, que passa por momentos cíclicos, são mudanças muito bruscas. Todo mundo que passa pela Transamérica não fica. O próprio Edilson Silva, da Bradesco, José Carlos Araújo, ficou um tempo. Não sei se totalmente para a Tupi, se está desvinculado, é preciso perguntar pra ele. Outras equipes passaram, eu já fui convidado para assumir a Rádio Transamérica. Eu espero que ela continue investindo, tendo um espaço para narradores. Porque não aumentar até o volume. A perspectiva é essa. Se o futebol se mantiver com o rádio fazendo rádio e não indo no rastro da televisão, por que isso é uma tentação, entre aspas, seguir o rastro da TV. Mas isso não é um bom caminho. Não será produtivo para o rádio. O rádio tem a magia que a TV não tem e a televisão tem a imagem que o rádio não tem. Como tudo é mídia convergente e vai para a Internet, eu vejo no futuro uma fusão da imagem da TV com o áudio do rádio. Mesmo que essa imagem seja própria do rádio. Agora, não sei como isso vai se dar em termos de pagamento de direitos de transmissão e tal, isso eu não sei. Mas não tenho dúvidas de que com o passar do tempo, todas as mídias estarão dentro de um computador, seja ele numa tela não tão grande como as atuais, de 20 polegadas ou coisa parecida, mas nos smartphones e tal. As TVs de hoje, de plasma ou led, isso vai ser peça de museu com o passar do tempo, assim como as grandes novidades, sofisticadíssimas novidades. A minha projeção é a de que o rádio siga se reinventando. Sempre foi decretada a morte do rádio a cada surgimento de alguma nova mídia. E o rádio taí,

vivo, forte, respeitado, tem credibilidade e não para de aumentar o número de pessoas que consome o produto. Eu vejo o futuro do rádio nessa caminhada, sobrevivendo de maneira mais brilhante quem estiver mais conectado à internet. A Rádio Globo, que tem dois milhões de acessos na sua página, no seu site, perdão, está hoje alguns passos à frente de todo mundo. Mas existem outras emissoras importantes nesse contexto. A Rádio Gaúcha, de Porto Alegre, a Rádio Itatiaia, de Belo Horizonte, a própria Bandeirantes, a A Jovem Pan mais ou menos. No Rio, poderia estar nesse patamar a Rádio Tupi, onde eu trabalhei durante muitos anos, tenho muito carinho e respeito. Acho que ela poderia estar mais avançada. Está no dial tão avançada, mas não acompanha isso na Internet. Eu acho que a Rádio Globo e algumas outras emissoras podem tirar partido disso. Quem melhor trabalhar a ferramenta internet mais bem sucedido será.”

#### **Entrevista com Evaldo José, da Rádio CBN:**

A entrevista com o narrador Evaldo José foi feita no dia 30 de setembro de 2015.

“Meu nome é Evaldo José Palatinsky, vou fazer 46 anos nesse mês de outubro e estou tentando ser narrador esportivo desde 1995. Eu fiz Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, na UFRJ. Demorei oito anos para concluir um curso que dura quatro anos, mas consegui terminar.

Eu comecei a narrar muito por acaso. Fazia um curso de locução na Biblioteca Pública do Rio de Janeiro, no Centro. Nós fomos estagiar com o Sérgio Luiz, que era o comandante do curso, em algumas rádios durante a madrugada cobrindo bailes de Carnaval e outras atividades nos salões. A Rádio 1440 AM, que foi uma das rádios que integravam essa parceria com o curso começou a fazer futebol. Ela fazia futebol com a transmissão de jogos dos estádios e tudo mais. Aí, o Sérgio Luiz levou a gente para a 1440 para ser o pessoal de apoio na apuração. Naquela época ainda não tinha Internet. O nosso trabalho era ligar para os estádios ou para outras rádios grandes e pegar os resultados, principalmente dos jogos da loteria esportiva. A gente pegava esses resultados e passava para o plantão, que era o próprio Sérgio Luiz, informar no ar. O meu trabalho era esse. Até que um dia ia

ter um jogo, Atlético-MG e Corinthians, uma semifinal de Campeonato Brasileiro, e o Batista Júnior, na época era Batista Silva, que ia narrar esse jogo não conseguiu chegar à rádio. Houve um acidente na Dutra, que ficou fechada. Ele ficou preso, não conseguiu chegar, e não tinha ninguém na rádio para fazer esse jogo. Aí, me colocaram para fazer esse jogo. Fomos eu, um repórter e um comentarista. Para sintetizar a história, foi uma tragédia, foi uma transmissão horrorosa, pois eu não imaginava que isso um dia pudesse acontecer. Eu imitei todo mundo que passou pela minha cabeça naquela transmissão. Depois do jogo, o nosso comandante me chamou e disse obrigado, mas advertiu que se existe uma coisa que eu não poderia nunca fazer era narrar um jogo, falar ao microfone. Ele me mandou voltar para a produção. Aquilo me incomodou muito. Eu voltei para a produção, mas fiquei com essa coisa na cabeça. Eu voltei para a produção, mas fiquei prestando atenção. Seis meses depois eu pedi uma nova oportunidade. Quem estava comigo nesse time é o Rodrigo Campos, atualmente na Bradesco (rádio), e o Eugênio Leal, da Tupi (rádio) e da Fox (TV), nós estávamos começando. Seis meses depois o Sérgio Luiz me deu uma nova chance e eu comecei a narrar já indo para o estádio e fazendo outras transmissões.

Falando sobre a questão de ter tido influências, eu acho que tenho até hoje muita influência do rádio do Sul. O Luiz Mendes é que me dizia isso. “Mas o garoto, você está narrando futebol como se faz no Uruguai!” Na verdade, o Mendes me contava essa história, o estilo de narração gaúcho é fruto de uma influência uruguaia, que acabou depois no Sul pelo Luiz Mendes e por outros que vieram para cá como Oduvaldo Cozzi, enfim, eles acabaram influenciando um pouquinho o estilo carioca de narração esportiva pelo rádio. Eu ouvi muito as rádios Guaíba e Gaúcha, de Porto Alegre. Eu nasci numa cidadezinha do interior do Paraná, onde essas duas emissoras têm uma influência muito grande. Até hoje o pessoal de lá torce muito por Grêmio e Internacional por conta dessa influência que o Rádio Gaúcho exerceu lá no interior do Paraná.

Sobre mudanças, eu vejo a narração esportiva mantendo uma linha, uma espécie de espinha dorsal. Se a gente voltar no tempo, lembrando Gagliano Netto, na década de 20 quando começa a primeira narração esportiva pelo rádio, passando por Nicolau Tuma, o locutor speaker, avançando pelo período de ouro do rádio, os grandes locutores, a Rádio Nacional, a era dos comunicadores com Jorge Cury, Waldir Amaral, José Carlos Araújo, até chegar a esse momento de hoje... Eu vejo

assim uma reinvenção constante. Parece que o rádio está buscando a linguagem ideal, a linguagem correta para tentar falar com o ouvinte, com o público final, que é o consumidor daquela transmissão. Agora, nunca antes na história desse País e do rádio a gente viu tanta competição. Hoje em dia o camarada tem outros caminhos, outras fontes de informação, outras maneiras para acompanhar o jogo que não seja apenas a transmissão pelo rádio. Isso exige mais do narrador, que ele seja mais fiel ao que está fazendo, que se prepare melhor para o que ele vai fazer, que ele seja muito honesto com quem está ouvindo. Antigamente, se o locutor quisesse inventar um lance não tinha problema nenhum, ninguém estava vendo o jogo. Mas hoje o cara está assistindo e ouvindo. Na pior das hipóteses, ele vai ver o lance do gol, o pênalti, a linha de fundo, do escanteio qualquer coisa, ele vai ver cinco minutos depois na Internet. Eu não posso enganar o ouvinte. Preciso ser muito honesto. Não posso superdimensionar a emoção do lance, inventando alguma coisa para prender a atenção do ouvinte. E muito menos menosprezar a emoção de um lance, de um gol, mesmo que seja para um clube de uma torcida pequena. Quer dizer, tem um cara ouvindo que vai vibrar com aquela emoção. Nesse sentido, o papel do narrador é mais difícil. O cara tem que encontrar o equilíbrio. Se você pender demais para um lado não é bom. Mas quando pende demais para o outro lado também é ruim.

Eu acho que o grande expoente que tem ditado o estilo de narração aqui no Rio é sem dúvida o José Carlos Araújo, o Garotinho, desde a década de 1970 talvez ou pelo menos 1980 com certeza. Ele começa na década de 1970, mas ganha destaque a partir da década de 1980. Ele tem sido um espelho pra todo mundo que trabalha na comunicação esportiva do Rio de Janeiro, que é uma comunicação coloquial, que tenta falar uma linguagem acessível, usa termos do dia a dia. O Edson Mauro, por exemplo, faz muito isso, pega o papo da moda, gírias de novela, o que está acontecendo, o que está na boca do dia a dia da galera para criar uma identificação com a galera.

Sobre o momento da narração esportiva pelo rádio no Rio de Janeiro, acredito que nós estamos vivendo um momento de transição. Acho que o rádio esportivo do Rio de Janeiro ainda está descobrindo o seu lugar e pra onde ele vai caminhar. Especialmente lidando com uma plataforma que estrangulou a nossa forma de transmitir futebol, que é a Internet. Ela agrega um valor extraordinário à transmissão. O ouvinte está ali, em tempo real, discutindo, debatendo, interagindo, sugerindo. Enquanto você está ali no papo com o ouvinte não tem tempo ruim. Hoje você trava

uma discussão que, em muitos casos, é muito mais envolvente e emocionante que, com todo o respeito, um zero a zero, entre América e Olaria, sábado à tarde, com estádio vazio, na Rua Bariri. Às vezes você bota uma pilha, cria uma polêmica. O cara que tá ouvindo fica incomodado, quer se envolver, quer participar, entra na discussão, vai para o Face, para o Twitter, WhatsApp, enfim, o tempo passa. Essas novas tecnologias estão direcionando o caminho de uma transmissão esportiva, além de criar pra você um retorno em tempo real. Você sabe quantas pessoas estão ouvindo, onde elas estão, quais são os produtos que estão consumindo no seu site, o que elas gostam de ouvir na sua plataforma, se elas entram para ouvir um gol, um comentário do jogo, para ler uma notícia. Isso é muito bacana. O momento esportivo do rádio no Rio de Janeiro é uma interrogação. Pra onde a gente vai direcionar isso sem perder o viés tradicional da narração, da descrição do jogo, do relato, do lance a lance?! O cara que é apaixonado por futebol não vai se perder nunca. Mas é preciso aprender a agregar outros valores como esse da Internet, que é um caminho sem volta.

Sobre a estrutura da narração esportiva pelo rádio, eu acho que ela está sendo alterada sim. Eu experimento isso muito na CBN. Acho que cada emissora procura preencher da maneira que acha mais conveniente. A gente valoriza muito a interatividade e isso mexe com a estrutura da narração. Eu procuro não perder os lances mais importantes, procuro valorizar o tempo de bola rolando, mas também valorizo demais quem está participando com a gente, de valorizar uma opinião diferente, um comentário inteligente, uma crítica bem feita, a quem quer que seja, respeitando muito as opiniões. A estrutura da narração, pra mim, está mudando, ela está se alterando. Antigamente, o locutor ia só na bola, bola, bola, chamava comentarista, lia texto, e tome bola, bola, bola, comentarista e texto. Hoje você aciona o jornalismo, cria um personagem, dá uma informação diferente, cria uma brincadeira, torna a transmissão mais leve por mais tenso, por mais dramático que seja o jogo. Acho que esse é o grande desafio da transmissão.

Considero a Internet fundamental. Quando a conexão não funciona e eu vou transmitir um jogo, fico completamente desamparado. Somos dependentes dessa ferramenta na transmissão de uma partida. Eu fui um dos primeiros a utilizar a Internet ao longo da narração. Existe uma produção específica para a transmissão de jogos pela Internet sim. Mesmo quando a transmissão é feita somente pela Internet, mantemos a mesma estrutura que adotamos no AM ou FM. É a mesma

qualidade, equipe no local, pauta, atualização do site, publicação dos gols, tudo igualzinho como se fosse uma transmissão no dial. Esse zelo pela produção envolve uma chamada no site, que recebe o tratamento igual ao de uma chamada no dial.

Em relação à renovação, acredito que ela está ocorrendo sim. Não vou citar nomes para não cometer injustiças. Mas existe uma garotada boa, bacana, bem sintonizada, mas que precisa fugir daquele rádio clássico dos anos 60 e 70, que ainda têm muito peso, e buscar uma comunicação que seja mais a cara do jovem de hoje, que é um cara descolado, antenado com tudo que está acontecendo.

Sobre o futuro da transmissão da narração esportiva pelo rádio no Rio de Janeiro, fica difícil falar sobre isso. Precisaria de uma bola de cristal. Mas eu sou um otimista e vou ser muito honesto. O rádio sobreviverá sempre. Quem é apaixonado por futebol vai querer sempre ouvir a melhor emoção do gol do seu time, vai querer acompanhar o jogo no estádio ouvindo no seu celular, no seu i-phone, no seu aparelhinho, conectado no jogo ou mesmo no radinho de pilha. Haverá sempre esse espaço. A linguagem? Não sei. Nós ainda vamos descobrir. Essa pergunta ainda não tem resposta nesse momento. Será que a integração de todos esses veículos de comunicação: TV, Internet, rádio, celular. Será que isso vai gerar uma nova plataforma? Não sei. Mas sou muito otimista e vejo com bons olhos o futuro do rádio. É um veículo que terá sempre o seu espaço, pois é extremamente dinâmico, ágil e tem a velocidade que nenhum outro consegue ter. Não vejo concorrência. Vejo que a TV tem um público. A Internet tem outro público. E o rádio pode tranquilamente bater uma bola entre essas duas plataformas sem nenhum problema.”

### **Entrevista com Ruy Fernando, Rádio Nacional:**

A entrevista com o narrador Ruy Fernando foi feita no dia 28/7/2015, pela manhã, na Rua Gomes Freire, no Centro, já que o prédio da Rádio Nacional, na Praça Mauá, está passando reformas estruturais. O endereço da Rua Gomes Freire é o mesmo da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). A Nacional transmite pelos 1.130 AM e web. Seguindo o tópico guia, começamos com o perfil do entrevistado e da emissora.

“Eu sou o Ruy Fernando, narrador esportivo e também trabalho como âncora na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, rede pública de rádios – EBC. Eu apresento o

Programa Bate Bola Nacional, em rede (dial), entre 12h30 e 13h30, além do site da emissora. Também narro outros esportes, além de trabalhar com narração para televisão.

Prefiro não dizer a idade e continuo afirmando que comecei a narrar jogos em casa, de brincadeira, antes dos 18 anos, acompanhando os VTs (vídeo tapes) de jogos exibidos pelas TVs Educativa e Tupi. A situação era bem diferente no passado, quando os VTs eram poucos. Nos dias de hoje, chega a haver uma *overdose* de jogos ao vivo. Somente aos 18 anos é que eu comecei a narrar jogos de futebol em uma emissora de rádio comercial. Foi na Rádio Capital (RJ), em 1980. Eu já estudava Comunicação Social à época e queria o cargo de narrador esportivo, pois trabalhava 'um tempo' de graça, apresentando meu potencial para ver se poderia ser aproveitado pela emissora.

Naquela época, a primeira vaga que apareceu foi como repórter, na própria Rádio Capital. Passei a trabalhar mais como repórter do que como narrador. A situação se repetiu na Rádio Tupi. Na Rádio Globo, no entanto, José Carlos Araújo deu a oportunidade para que eu também narrasse algumas partidas. Lembro ainda de passagens pelas rádios Bandeirantes, Manchete e, finalmente, EBC.

Eu busquei inspiração em Ronaldo Castro, em termos de reportagem radiofônica esportiva. Especificamente sobre a narração de futebol, busquei referências em Doalcey Bueno de Camargo, que tinha um vibrante e o domínio das técnicas de narração, apesar de não respeitar todas elas (risos). Jorge Cury é outro ídolo da narração de futebol pelo rádio. Lembro que, como gostava muito dos dois, era obrigado a ouvir um tempo de jogo na Globo e outro na Tupi, visto que os dois trabalhavam em emissoras concorrentes. Algum tempo depois (início dos anos de 1980), para minha alegria e emoção, acabei trabalhando com os dois na Rádio Tupi.

Em termos de mudanças na narração esportiva pelo rádio, de 1980 para os dias de hoje, sou categórico ao afirmar que não percebo quase nenhuma novidade. Lembro que quem revolucionou a narração esportiva através do rádio da Cidade do Rio de Janeiro foi José Carlos Araújo, trazendo uma nova linguagem e uma maneira diferente de narrar. A narração anterior a 1980 era mais formal e Garotinho descontraiu a narração com gírias, além de dar maior velocidade. Aqui no Rio, o ritmo da narração é diferente, mas lenta e descritiva, do que em São Paulo, onde a correria é grande, bem mais acelerada.

Eu acho que é bom destacar a capacidade de comando de José Carlos Araújo, provavelmente herdada de Waldir Amaral. Lembro que foi Waldir Amaral quem apresentou as últimas novidades em termos de plástica ('vestimenta' de uma jornada esportiva, com destaque para a ampla utilização de vinhetas). Waldir Amaral é um dos responsáveis pelo rádio moderno que nós temos acesso nos dias de hoje.

O grande mérito de José Carlos Araújo foi ter seguido a linha de Waldir Amaral e ter conseguido conciliar o talento com a técnica, tanto na Globo quanto na Nacional. A narração esportiva pelo rádio tem muita técnica, mas isso de nada adianta se não houver carisma e talento por parte do narrador para atrair a audiência. Não vejo nenhuma novidade na linguagem da narração esportiva pelo rádio carioca depois de José Carlos Araújo. A linguagem é a mesma.

Sobre a existência de uma escola de narração de futebol carioca, acho que a grande marca é a descontração, uma verdadeira comunicação com o ouvinte. Existem diferenças como a Rádio CBN, com destaque para a locução de Evaldo José, que é diferente já que a emissora não é popular. Por ter um público diferente, a narração do futebol na CBN também é diferenciada. Outras emissoras se utilizam do humor nas narrações de jogos de futebol, mas isso não se trata de uma linguagem diferente de narração.

Sobre o atual momento da narração esportiva carioca, acredito que a atual crise econômica prejudica essa evolução. É difícil a renovação em termos de narradores esportivos, mas já vi momentos piores no País. Está para surgir alguém com esse poder de inovação, pois é impossível que essa garotada que vem surgindo não traga nada de positivo. Hugo Lago, na Globo, Bruno Cantarelli, na Transamérica, Odilon Júnior, na Tupi e Maurício Moreira, na Rádio Brasil, podem ser essa diferença. O próprio Evaldo José, ainda pode ser considerado integrante da nova geração de narradores. Cabe a esses jovens profissionais, a tarefa de encontrar uma nova linguagem para a narração esportiva radiofônica na Cidade do Rio de Janeiro. A busca pelo novo é o que vai fazer a diferença. Ressalto que apesar de jovens, os novos narradores seguem padrões estabelecidos no século passado.

Sobre Internet, minha visão é positiva, uma nova forma de se trabalhar o rádio. A Internet amplificou o poder de penetração do rádio em âmbito mundial. Mesmo assim, alguns afirmam que o rádio digital não vai 'vingar' justamente por causa da Internet, que passou a definir a convergência de mídias. O que tem



acontecido é o fim do aparelho receptor tradicional (radinho de pilhas), visto que os ouvintes/torcedores passaram a usar amplamente os smartphones. Sobre os jogos das 19h30, horário em que no dial está sendo transmitido o Programa A Voz do Brasil, não existe nenhum tratamento especial para essa jornada. É mais um jogo normal, só que transmitido exclusivamente pela Internet.

Em termos de projeções para o futuro, lamento o insucesso dos projetos de José Carlos Araújo na Transamérica e na Bradesco Esportes e a ida do mesmo para a Rádio Tupi, que é uma emissora de grande porte. Quando José Carlos Araújo não está movimentando o mercado radiofônico do Rio de Janeiro, fica mais difícil para os jovens valores. Pelo peso (importância de José Carlos Araújo) é mais interessante para o mercado que ele esteja em uma emissora pequena, criando novidades e abrindo possibilidades para todos. O rádio esportivo é conservador e esse pode ser um dos maiores obstáculos à descoberta de novos valores. O mercado também é conservador é muito fechado. Por isso a dificuldade em descobrir uma nova linguagem.”

#### **Entrevista com Edilson Silva, Rádio Bradesco Esportes FM:**

A entrevista com o narrador Edilson Silva foi feita no dia 11 de novembro, através de email. O entrevistado preferiu optar não gravar os áudios com as respostas.

“Meu nome é Edilson do Carmo Silva. Nasci em Volta Redonda, no dia 22 de junho de 1967, sendo filho do senhor Edson Raimundo da Silva e de Dona Lauricéia do Carmo Silva. Sou ex-atleta de futebol, tendo chegado a atuar nas categorias de juniores (base) do Volta Redonda Futebol Clube.

Estou atuando como narrador esportivo já faz 15 anos, dentro dos meus 30 anos de profissão. Sou formado e diplomado em Jornalismo; Publicidade, Propaganda e Marketing e Ator

O meu início de carreira foi como repórter e locutor esportivo das principais rádios de Volta Redonda, Barra Mansa e Resende, entre as quais, rádio Agulhas Negras (Resende), Rádio Nacional e Rádio Stereo Sul (Volta Redonda), Rádio do Comércio e Rádio Sul Fluminense, ao longo de 14 anos de atuação no jornalismo esportivo. Ainda atuando como locutor esportivo, eu tive passagem pela Rádio Livre 1440, Rádio Bandeirantes AM e Rádio Tamoio, as últimas já no Rio de Janeiro. Ao

chegar à Rádio Transamérica FM, houve um “boom” no universo das emissoras de rádio do Rio de Janeiro. Atualmente, assumi e atuo como narrador principal na Bradesco Esportes FM 91,1, do Grupo Bandeirantes de Comunicação.

Sempre observei que os profissionais mais antigos são a referência para muitos. Entretanto, tenho o perfil profissional de criação, do algo a mais a apresentar. Em razão disso, muitos me criticam, mas não deixo que isso me influencie negativamente. Crio meus bordões e estilos de narração, muito atento para não copiar ninguém. Cresci ouvindo a maneira de narrar do saudoso Jorge Cury, mas sempre observando outros profissionais que passei a admirar e gostar da maneira como atuavam, dentre os quais o César Rizzo e o Luiz Carlos Silva, a quem tenho como grandes amigos.

O avanço tecnológico que ocorreu nas últimas décadas foi, sem dúvida, uma mudança que assustou a muitos profissionais de rádio e, porque não dizer, da TV também. Houve avanço de ambos, principalmente no rádio, mas já devidamente absorvido e utilizado de maneira plural por todos nós.

Defino o atual momento do rádio como de readaptação. Estamos chegando numa fase de renovação no rádio fluminense. Há pouco mais de 30 anos, houve um revezamento das mesmas pessoas na narração esportiva e, naturalmente, eles estão se aposentando. Aqueles que estão nesse meio, saem na frente para ocupar estes espaços criados.

A renovação da estrutura da narração foi iniciada, creio que por volta dos últimos 15 anos. E vem sendo muito utilizada por mim. Sem falsa modéstia, a única mudança nesse sentido, eu venho fazendo ao longo dos anos. Uso sempre uma linguagem moderna, diferente e, principalmente, busco atualização constante. E para isso, lanço mão de todas as ferramentas disponíveis (como por exemplo, as redes sociais) para manter uma conexão direta com nossos ouvintes. Sempre atento às mudanças na comunicação esportiva, tenho buscado inovar nas transmissões, abrindo espaço para outros profissionais do rádio e seus caricatos personagens.

A internet permite uma fiel interatividade com os ouvintes de suas transmissões. Ela veio para derrubar barreiras, pois aproxima o ouvinte do profissional da narração esportiva. A distância entre os dois é quase nenhuma, em função das redes sociais. E eu vejo isso como algo de muito positivo.

Sobre a existência de uma produção específica para jogos transmitidos pela internet, afirmo que ela existe sim. Programamos isso nos dias em que os jogos

noturnos, envolvendo os clubes cariocas, são definidos para acontecer durante a apresentação da “Voz do Brasil”, ou seja, a partir das 19 horas. Os jogos costumam ser programados para 19h30min. Nesse horário, todas as emissoras são obrigadas a transmitir o noticiário oficial de Brasília. Então, usamos dessa ferramenta (transmissão dessas partidas pela internet) para levar o entretenimento esportivo para nossos ouvintes.

Falando sobre a projeção para o futuro da narração esportiva no rádio do Rio de Janeiro, acredito que o rádio precisa ser rediscutido de maneira emergencial. Precisamos nos reunir (radialistas, produtores, diretores, locutores, narradores, entre outros profissionais) e iniciarmos um processo de redefinição. Hoje, de maneira prática, quem não tem celular ou equipamentos com acesso aos softwares voltados para a transmissão de rádio, não escuta a programação de rádio (ou tem dificuldade para escutar). A indústria pouco produz os rádios que funcionam com pilhas. E outros ouvintes se valem do rádio do console dos carros. Precisamos levantar essa discussão das novas mídias, como forma de garantir o acesso para todos os ouvintes.

Para encerrar, gostaria de ressaltar a criação, em 1994, da “Escola de Rádio, TV e Web”, onde são ministrados cursos de Produção de TV e Rádio, Operação de Áudio, Apresentação de TV, Jornalismo Esportivo, Edição de Vídeo, Telejornalismo. E ainda haverá o curso de Marketing da Comunicação”.

### **Entrevista com Maurício Moreira, Super Rádio Brasil:**

A entrevista com o narrador Maurício Moreira foi feita na Super Rádio Brasil, Centro do Rio de Janeiro, no dia 29/7/2015, à tarde, após o Programa Momento Esportivo, que ele mesmo apresenta, de segunda a sexta-feira, entre 12h10 e 13h55, pelos 940 AM e web.

“Eu tenho 38 anos de idade e comecei a trabalhar na Rádio Brasil em 2003. O Programa Momento Esportivo tem 15 anos de atividade ininterrupta, fato de orgulho pra mim, visto as dificuldades do meio rádio e do esporte.

Minha carreira começou em 1996, ainda fazendo a Faculdade de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, na extinta Universidade Gama Filho, e estagiando na emissora da própria universidade.

Iniciei as atividades como repórter setorista de clubes de futebol e também atuei como 'ponta' (repórter que fica atrás do gol em um campo de futebol). Em 1996, fiz a estreia narrando jogos de campeonatos amadores e partidas de futsal em emissoras comunitárias.

Em 1997, ainda na faculdade, ampliei minha atividade como estagiário na UGF. Em 1998, conheci a Rádio Grande Rio, em Itaguaí – RJ e vivenciei mais uma nova etapa nessa carreira. Acabava o torcedor e começava a entrar em ação o profissional da crônica esportiva.

Eu identifico mudanças na parte tecnológica, qualidade de equipamentos e na cobertura dos clubes, a rotina de cobrir o que se passa nas agremiações. Em termos de narração, especificamente na estrutura da linguagem, a evolução é pequena, muito tímida. É importante a aprendizagem da técnica para desempenhar a função de narrador esportivo. No meu caso, tenho como referências profissionais como Doalcey Bueno de Camargo, José Carlos Araújo, Luiz Penido, Edson Mauro e J. Santiago, além de Evaldo José, atualmente na CBN, com quem trabalhou na própria Rádio Brasil.

Sobre o momento da narração esportiva radiofônica do Rio de Janeiro, acredito que existe evolução, só que muito tímida. Existem os nomes já consagrados e citados, bem como novos talentos como Odair Júnior e Fábio Morais, da própria Rádio Brasil. Além desses, lembro ainda de Odilon Júnior, da Tupi; e Ciro Neves, da Bradesco.

Sobre a Internet, eu trabalho utilizando da melhor maneira possível essa ferramenta. Eu busco informações em webrádios de outros estados e até países para ficar atualizado sobre as questões esportivas em geral. Outra novidade foi a transmissão de jogos pelo FM, nos anos de 1980, com a Rádio Tropical. Os jogos de 19h30 já fazem parte da programação regular da emissora, pela Internet, passando a ser também transmitido pelo *dial* a partir das 20h. As transmissões pela Internet já fazem parte do dia a dia da emissora, da rotina, do cotidiano. Eu acredito que isso está acontecendo em todas as rádios do Rio de Janeiro.

Eu acho que o futuro da narração esportiva de rádio da Cidade do Rio de Janeiro está evoluindo com uma nova geração que está ganhando espaço. E essa renovação se dá mais por necessidade que por oportunidade.

Finalizo lembrando a importância do rádio como meio de comunicação fundamental, especialmente para os jovens que estão ainda nas faculdades.

Ressalto que a renovação é necessária, pois os narradores já consagrados devem se aposentar em breve, abrindo espaço para os que demonstrarem talento. O ritmo é lento, mas existe”.

### **Entrevista com Bruno Cantarelli, da Rádio Transamérica:**

A entrevista com o narrador Bruno Cantarelli (o mais jovem na Cidade do Rio de Janeiro) foi feita na tarde do dia 29/7/2015, na própria Rádio Transamérica, em São Cristóvão, Zona Norte da cidade. A Transamérica transmite em 101,3 FM e pela web.

“Sou um apaixonado por rádio e a Transamérica aposta em uma equipe mais jovem para conquistar audiência no segmento. Tenho 26 anos de idade e acho muito estranho essa grande diferença de idade para os demais companheiros de transmissão esportiva radiofônica.

Sou formado em Comunicação Social, especialização em Jornalismo, pela extinta Universidade Gama Filho. Minha carreira começou como editor de vídeo na TV Bandeirantes. A Band foi a primeira emissora a abrir as portas. O fato de a Bandeirantes concentrar TV e rádios no mesmo prédio aumentou as chances de ser aproveitado em algum setor do grupo de comunicação. Além disso, tive breves passagens pelas rádios Band News, Bradesco Esportes e Globo.

Sobre influências, reitero que sou um aficcionado por esportes, tanto na TV quanto no rádio. Lembro de todo o aprendizado passado especialmente por José Carlos Araújo, bem como por Gilson Ricardo, Edson Mauro e Gérson, o Canhotinha de Ouro (ex-jogador de futebol que atualmente trabalha como comentarista).

Do início de carreira para os dias de hoje, percebo mudanças na parte plástica, com uma ‘levada’ jovem. Acredito que apesar dessas inovações, ainda há espaço para outras apostas.

Em termos de escola de narração esportiva pelo rádio, destaco que a regionalidade é uma característica marcante do meio e que isso deve ser mantido. Na própria Transamérica passei por maus momentos quando ela abriu a transmissão em rede, com uma ‘pegada’ muito paulista. Isso foi revisto e as pesquisas de audiência melhoraram. Cito José Carlos Araújo, O Garotinho, como uma exceção de narrador esportivo de rádio que é conhecido e admirado em todos

os estados do País. Mas isso só acontece com José Carlos Araújo, o que prova que o regionalismo no rádio é muito forte.

Voltando afalar sobre escolas de narração, classifico a paulista como muito 'seca', enquanto que no Rio de Janeiro existe o 'brilho' na voz (efeitos como reverbe e/ou eco). Lembro que na emissora Bradesco Esportes, trabalhando em rede nacional, senti muita diferença dos paulistas. Os colegas de São Paulo também estranhavam o meu estilo de narração carioca.

Classifico o atual da narração esportiva como péssimo, com cada vez menos vagas e emissoras para dar oportunidade de trabalho. Ao longo dos meus 10 anos de carreira, esse é o pior momento em termos de mercado para a radiofonia carioca. Em São Paulo, o número de rádios é maior, aliado ao poderio econômico local, que acaba estimulando investimentos mais expressivos.

Em termos de renovação, infelizmente, praticamente nenhum. Cito o meu próprio caso para exemplificar essa situação. Existe a necessidade de renovação em função da idade dos narradores consagrados. Em termos de estrutura de narração, a Transamérica é uma exceção por se tratar de uma emissora voltada para o público jovem. Nas outras emissoras, a linguagem utilizada é praticamente a mesma, com pouquíssimas novidades. Tenho o cuidado de usar a linguagem do jovem para conquistar esse público.

Por esse motivo, a Internet e as mídias sociais são muito exploradas na emissora. É preciso acompanhar as notícias envolvendo clubes do exterior, que são destaque na cabeça da juventude. O Facebook, Periscope, Twitter e Whatsapp são ferramentas fundamentais para o desenvolvimento do trabalho de narração esportiva no rádio carioca. Para os jogos das 19h30, a produção dessas partidas já entra numa escala normal, rotineira da emissora. Deixa eu aproveitar e criticar a imposição de A Voz do Brasil nos grandes centros. Isso é um absurdo.

Para o futuro, acredito que existem bons valores. Dentro dos próximos cinco ou dez anos, haverá uma renovação, mesmo que forçada em função da idade avançada dos narradores consagrados. E lembro que o público também está ficando mais velho e segue buscando novidades”.

**Entrevista com Rodrigo Campos, Rádio Manchete:**

A entrevista com o narrador Rodrigo Campos foi realizada no dia 30/7/15, por volta de 12h, no Centro da Cidade. Vale destacar que Rodrigo Campos concedeu essa entrevista como narrador principal da Rádio Manchete, mas acabou se transferindo menos de uma semana depois para a Rádio Bradesco Esportes. Rodrigo Campos tem 42 anos de idade e se disse um apaixonado pelo rádio. Ele trabalha há 20 anos no meio rádio.

“Minha carreira começou com seis anos de idade (risos). Mas isso pra mim. Sempre fui apaixonado por rádio e para onde eu ia, estava sempre com um rádio, na época, um walkman enorme. Sempre desejei trabalhar em rádio. O início da minha carreira aconteceu em 1995, na Rádio AM O Dia. Eu fui fazer um teste. Graças a Deus tive a alegria de ser aprovado. Comecei como plantonista, que eu acho até que é um caminho natural. Coordenador, produtor, plantonista. Eu comecei como plantonista e produzia também alguns programas. Eu sempre tive a vontade de me tornar narrador. Mas depois de um tempo atuando como plantonista, surgiu a oportunidade de ser repórter e eu me apaixonei também pela função. Eu tive a oportunidade de cobrir os quatro grandes clubes do Rio em várias emissoras de rádio no nosso Estado. Fui também correspondente da CBF para a Rádio Guaíba, de Porto Alegre. Foram alguns anos dedicados à reportagem. Mas sempre sonhava com a chance de ser narrador esportivo. Até que um dia, na Rádio Manchete, aliás, na Rádio Tamoio, eu tive a oportunidade de narrar alguns jogos. Interessante é que eu não consegui me desvincular da função de repórter. Era curioso, pois muitas vezes narrando jogos eu dava informação, o que não é função do narrador. Eu vivia o dia a dia dos grandes clubes e, modéstia à parte, era bem informado. Acabei me transformando em locutor esportivo em 2010, ou melhor 2011, na Rádio Manchete. A partir daí eu deixei de fazer reportagem e fiquei lá em cima, na cabina, narrando futebol.

Por ter sido sempre um apaixonado por rádio e futebol, na minha infância, eu narrava partidas de futebol de botão com os amigos, todos crianças. Meus pais falam que eu aproveitava a acústica do banheiro para imitar o Jorge Cury, prá mim, o melhor do País na vibração. Gostava muito também do Waldir Amaral, especialmente pela criatividade, pelas sacadas. Eu tentava fazer uma ‘salada’ desses caras, buscava imitar esses caras com seis, sete, oito anos de idade. Tive a alegria também de ouvir, durante muito tempo da minha vida, José Carlos Araújo, Luiz Penido. Fica difícil dizer em quem eu me inspirei. Eu sempre admirei vários

narradores e buscava um pouco de cada um, características de cada um deles. A vibração do Jorge Cury, a criatividade do Waldir Amaral, a precisão de José Carlos Araújo na descrição das jogadas, o carisma do Luiz Penido. Mas eu não posso deixar de citar o Cezar Rizzo, com quem eu tive a honra de começar a trabalhar e era um 'baita' narrador. Na realidade, essas foram as minhas influências. E não posso deixar de lembrar Doalcey Bueno de Camargo. Eu não ia ao estádio sem rádio. Somos quatro irmãos, todos vascaínos. Eu ficava lá da arquibancada e, ao mesmo tempo que admirava os jogadores, tentava localizar os narradores nas cabines.

Muitas coisas mudaram no rádio e na minha carreira de 1995 até os dias de hoje. Coisas positivas e negativas. Entre as positivas, destaco a facilidade para colocar uma matéria no ar com qualidade. Cheguei a trabalhar, por pouco tempo com a fita de rolo, com o MD e hoje a gente não usa mais nada disso. Era um desespero para o operador de áudio. Hoje você tem a facilidade de gravar uma entrevista do próprio celular. E do próprio celular você entra no seu email e manda para a rádio. E com qualidade digital. Você ganha muito tempo com essa modernidade. Isso é maravilhoso. Por outro lado, o que eu destaco como negativo nessa história toda é o fato de que aqueles que têm o poder estão tentando minar o meio rádio. Eu lembro os meus tempos de repórter, um período muito interessante da minha vida, eu ia para os estádios e quando acabava o treino, nós repórteres tínhamos acesso a todos os jogadores. Era uma competição saudável entre os colegas da reportagem. Eu gravava com um determinado jogador e ficava aguardando que outro repórter liberasse outro atleta para a entrevista. Isso hoje em dia acabou. Você fica limitado a um ou dois jogadores selecionados pela assessoria de imprensa. Você tem direito a no máximo três perguntas em uma entrevista coletiva. A mesma coisa que você ouve ao meio-dia será repetida ao longo do dia. Isso mudou para pior, infelizmente. A coletiva provoca esse tipo de situação. Em relação à narração esportiva, hoje você trabalha com o monitor ao seu lado. Em caso de dúvida, você recorre ao monitor, coisa que antigamente não existia. Nos tempos em que não havia transmissão ao vivo, você podia vibrar. Mas essa vibração não pode ser mentirosa. No passado, uma falta cobrada longe do gol poderia ser interpretada como um lance de extremo perigo. As câmeras de hoje em dia não permitem que você ultrapasse os limites do bom senso.



Sobre o momento da narração esportiva no Rio, eu acho que ele é maravilhoso. A gente ainda tem narrando, e isso é muito bom, excelentes profissionais que brilharam na década de 1980, como José Carlos Araújo, Luiz Penido, J. Santiago. Hoje você ainda tem esses profissionais. É claro que perdemos grandes nomes como Doalcey, Sérgio Morais, Cezar Rizzo, que parou de trabalhar e por aí vai. Mas surgiram outros talentos. Não vou citar nomes para não cometer injustiças. O rádio do Rio tem grandes locutores em todas as emissoras. Ao ligar o rádio do Rio hoje você vai ter, em todas as emissoras que cobrem esporte, você tem bons locutores, além de continuar tendo o prazer de contar com os monstros sagrados que brilharam lá atrás.

Sobre uma escola de narração esportiva radiofônica, acho que o principal ingrediente é ser apaixonado por rádio e por locução. Noel Rosa dizia que 'samba não se aprende na escola'. Da mesma forma, acho difícil ensinar uma pessoa a narra futebol. Você pode dar algumas dicas em cima de uma vontade da pessoa. Lembro que muitas vezes eu tirava, ainda tiro, o som da TV e fico narrando jogos de futebol. É preciso ser criativo, gostar daquilo que faz, narrar um jogo de menor porte com a mesma alegria que a de um clássico entre Vasco e Flamengo. Esses são os elementos básicos para alguém se tornar um narrador esportivo.

Sobre a Internet, acho que ela é fundamental para a narração esportiva. Graças à Internet você se aproxima do ouvinte. A aproximação do ouvinte com o locutor aumenta muito graças à Internet. Com as redes sociais você convida o ouvinte e bota o link da emissora. Mas é preciso ter muito cuidado. Já presenciei colegas que perderam o gol porque estavam respondendo ou mandando uma mensagem para os ouvintes. Sabendo usar, entretanto, é uma ferramenta maravilhosa. Se pintar alguma dúvida do tipo quando foi o último gol marcado por um determinado jogador, a Internet vai prestar uma grande ajuda.

Sem querer ser saudosista ou conservador, eu fico até feliz por perceber que na estrutura da narração, sinceramente, não vejo muitas mudanças. É claro que todos os narradores têm suas características. Mas na essência, se você pegar uma transmissão esportiva, ele vai chamar a hora certa a cada cinco minutos, ele vai narrar o jogo de uma forma mais lenta na defesa. Conforme a equipe vai passando para o meio de campo a emoção aumenta. Mas quando a bola está no ataque, a emoção da sua narração vai aumentando também. Essa estrutura não mudou. Chamar a hora a cada cinco minutos, acionar o repórter no campo depois de um

lance, o famoso ponta. Isso não mudou e eu torço para que não mude, pois é muito bacana. Uma pena que cada vez mais o rádio esteja sendo minado. Eu cheguei a trabalhar com locutor, comentarista e quatro repórteres no gramado, um atrás de cada gol e um atrás de cada banco de reservas. Isso acabou. São dois repórteres, um atrás de cada gol, dependendo da emissora. Tem emissora que só tem direito a um repórter. E você não pode mais entrevistar o técnico, o jogador que vai entrar ou que está saindo de campo... Apesar de estarem tentando minar o rádio, essa estrutura a gente vai continuar fazendo, enquanto deixarem.

Em relação ao futuro da narração esportiva no rádio do Rio de Janeiro, admito estar preocupado com isso. Eu vejo com preocupação com o que está acontecendo. Eu vejo cada vez mais as emissoras precisando mandar bons profissionais embora. Isso acontece porque a televisão quer mandar cada vez mais no futebol. Cada vez mais comercial, trata-se de um produto da televisão. Na realidade, eu cheguei a ter a oportunidade de, quando repórter, ficar dentro do gramado, esperando os jogadores e conversando com o juiz. Naquela época não existia o microfone sem fio, ou pouquíssimas emissoras tinham acesso ao equipamento. O time entrava em campo e você tinha liberdade para ouvir os 22 jogadores. Os quatro repórteres entravam em ação e faziam a cobertura do início do jogo. Havia muita liberdade para trabalhar. Se houvesse atraso, a culpa não era das emissoras de rádio. Isso é mentira. A televisão não quer a concorrência com o rádio porque não é interessante pra ela. O que também me preocupa é a zona mista, onde os repórteres ficam implorando por um 'oi' dos jogadores. Você está totalmente limitado. Você não pode passar de uma linha tal, você não pode falar com 'x', isso sem falar que a assessoria de imprensa veio para destruir, mas aí não é só o rádio não. É tudo. Mas isso é a assessoria mal feita. A bem feita eu aplaudo, pois ela está assessorando a imprensa. Mas quando o cara se diz assessor de imprensa para não deixar o jogador falar com a imprensa é uma loucura. Quando não existia o tal assessor de imprensa, o repórter tinha liberdade para telefonar para a casa do jogador, seguia para a concentração ou entrevistada o atleta durante o almoço. Tudo isso que eu falei é pra dizer o seguinte, do jeito que está, o rádio pode ficar chato de se ouvir. Essa garotada, a geração Internet, não vai olhar o rádio com o mesmo carinho de antigamente. O rádio não vai trazer mais atrações. Cada vez mais, o rádio vem trazendo menos atrações. Estou preocupado com isso, não só no Rio, como no País inteiro. Essas limitações tendem a desvalorizar o produto e fazer a transmissão

esportiva ficar previsível, chata, monótona, pois você não tem mais o acesso à informação, à notícia, ao dono do espetáculo que é o jogador. Mas, eu continuo acreditando que a criatividade desses grandes narradores do Rio de Janeiro vá fazer a diferença”.