

PUCRS

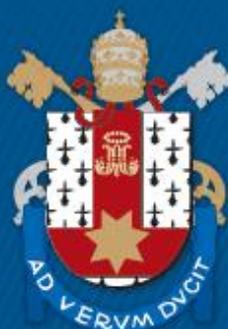
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN – FAMECOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

CIRO AUGUSTO FRANCISCONI GÖTZ

A NARRAÇÃO DE FUTEBOL NO CONTEXTO DE RÁDIO EXPANDIDO

Porto Alegre
2022

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

CIRO AUGUSTO FRANCISCONI GÖTZ

A NARRAÇÃO DE FUTEBOL NO CONTEXTO DE RÁDIO EXPANDIDO

Tese apresentada como pré-requisito para obtenção de título de doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Finger Costa

PORTO ALEGRE

2022

AGRADECIMENTOS

Nunca esquecerei de um comentário da ex-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos, a professora doutora Cristiane Freitas, no dia que meus colegas e eu nos reunimos, na Arena, para a largada oficial do primeiro semestre acadêmico de 2018. A Freitas disse, mais ou menos assim, com seu costumeiro sotaque carioca: “queridos, não se enganem. Mestrado e doutorado são bem diferentes”. A professora tinha total razão. Mas estes quatro anos foram muito mais complexos do que a execução de tarefas, a conclusão de disciplinas, as participações em congressos, as publicações de artigos e a produção desta tese. Em meio a tudo isso, de uma forma geral, passamos pela inesperada experiência proporcionada pela pandemia de Covid-19. Todos, sem exceção, de alguma forma, fomos afetados nesse contexto.

Individualmente falando, eu comecei meu doutorado dentro de uma sala de aula e terminei na frente do meu notebook, em casa, cotidianamente cercado de afazeres domésticos. Aliás, mesmo não me considerando um materialista, preciso revelar um segredo. Eu fiz um trato com meu velho companheiro de guerra. Neste mesmo computador, neste mesmo teclado, foram escritos, corrigidos e finalizados os conteúdos de uma dissertação e, agora, de uma tese! E sofreu o coitado. Ainda assim, “foi valente”. Já no encerramento desta pesquisa, sempre que acionado começou a, simplesmente, silvar uma, duas, três e até quatro vezes, antes de carregar o sistema, como se estivesse implorando: “por favor, chega”. A sua bateria morreu. Sua fonte explodiu. Mas ele sobreviveu!

Enquanto isso, o Pedro, ou melhor dizendo, o Peppi, foi (é) a maior realização da minha vida. Meu filho nasceu em fevereiro de 2017, ano do tricampeonato da Libertadores do Grêmio. Meu time que, inclusive, fazendo um parêntese, foi do “céu ao inferno”, de lá para cá. Quando comecei o doutorado, o Grêmio defendia o título de “melhor do continente”. E, ao terminar, chego até aqui, prestes a completar 40 anos, vendo meu clube, pela terceira vez, na Segunda Divisão. :(

Mas, eu volto ao Pedro, porque passei por um tipo de experimentação que, modéstia parte, não sei se todo mundo teria coragem de encarar, isto é, trocar fraldas, dar banhos, preparar mamadeiras, *desayunos*, almoços, jantas, levar e trazer do *cole*, médico... em meio a uma pós. Contudo, eu afirmo: não me arrependo de nada, pois, o Peppi chegou para mudar minha vida, me ajudar a crescer e amadurecer. Não há benção maior no mundo do que se tornar pai, ainda mais de uma pessoa maravilhosa que estou tendo a satisfação de acompanhar bem de perto. Só

que, *solito nomás*, com certeza, eu não teria condições de enfrentar tudo isso. E se há alguém que preciso, necessito, e devo agradecer, do fundo do coração, *de mi alma*, é à María Laura, minha companheira de vida, também conhecida como *la mamá* do Pedro. Obrigado, María Laura, pelo teu amor, dedicação, e, mais do que tudo, pela compreensão.

Quando eu soube que seria *papi*, ainda em 2016, em Joinville, decidi: estaria presente na vida do Pedro e da Laura. E foi assim que, em 2017, arrumei as malas e desci para a fronteira entre Brasil e Uruguai, onde uma nova vida e outra cultura me esperavam. Não tomava chimarrão! Agora, eu sou viciado em mate! *Pero*, tudo isso, sempre convicto, ao mesmo tempo, de continuar numa área que me encantou, a acadêmica. Após processo seletivo, no final do sagrado 2017, ingressei como doutorando na PUCRS certo que, de alguma forma, rádio, futebol e narração continuariam sendo meus objetos de pesquisa, por um simples motivo: paixão. E nos dois primeiros anos, até perdi as contas. Foram vários quilômetros de ida e volta, entre Rivera e Porto Alegre (com escalas em São Leopoldo). Muitas noites me revirando nos leitos de ônibus, entre as perigosas rodovias do interior do Rio Grande, em busca de um propósito.

Sinceramente, eu cheguei até aqui, em março de 2022, totalmente exausto. Não posso mentir. Fácil seria, simplesmente, enfrentar só um doutorado. Contudo, a vida me reservou muitos momentos de tristezas, angústias, decepções e outros de alegrias e realizações.

Eu dedico esta tese, em especial, a duas pessoas. Primeiro, à Marina (*in memoriam*), minha filha, que, infelizmente, em 2018, nos deixou de forma inexplicável, sem tempo para qualquer abraço, beijo, declaração de amor ou, até mesmo, uma despedida. Um duro golpe, uma chaga aberta eternamente. Em segundo, ao meu pai, Lucio, que, no complicado 2021, por outro lado, nasceu de novo, quando tudo parecia perdido. Bate, coração!

Agradecimentos afetuosos à minha mãe, Tânia, que também passou por uma verdadeira provação, no início deste mesmo 2021, mas superou, como muita garra. À Bianca, minha irmã, pelo seu companheirismo e compromisso com a nossa família. Obrigado por cuidarem do pai com tanta dedicação! Um salve especial *a mis padres uruguayos*, *Everildo y Lucy*, que foram e continuam importantes nesta caminhada. E, o fundamental, são *abuelos* maravilhosos.

Não posso, obviamente, deixar de agradecer à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e à Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior (CAPES) por terem concedido uma bolsa de estudos integral e honrarem com seus compromissos, ainda que em tempos complexos e de incertezas, principalmente, em decorrência da pandemia global de Covid-19.

Registram-se agradecimentos honrosos aos professores doutores Marcelo Kischinhevsky (UFRJ) e Magda Cunha (PUCRS), que formaram a banca de qualificação, e, na defesa, juntaram-se às professoras doutoras Nair Prata (UFOP) e Doris Haussen (Pesquisadora do CNPq) que, inclusive, havia sido a orientadora de mestrado deste pesquisador, presente em mais um rito de passagem, agora, nesta trajetória científica. Sinto-me lisonjeado.

E, de uma forma mais específica, já tendo em conta que poderei ser injusto em não nomear alguém, agradecimentos especiais à minha orientadora, professora doutora Cristiane Finger, por haver me abraçado, principalmente, naquele conturbado início de percurso, investido e confiado no meu trabalho.

Reverencio, com fé, Deus e meu santo Padre Reus.

E, para finalizar, resumirei estes quatro anos de doutorado em uma palavra: iluminação.

RESUMO

Desde a década de 1930 até a atualidade, rádio e futebol continuam sendo consumidos por audiências que vêm se renovando há gerações. E, se dentro de campo, surgiram inúmeros ídolos, responsáveis por tantas conquistas memoráveis, seja da Seleção Brasileira ou dos clubes dos corações de milhões de ouvintes espalhados pelo país, também foi consagrada uma das funções mais importantes do radiojornalismo esportivo de todos os tempos: a narração de futebol. O rádio passou por inúmeras etapas de adaptação, seja em relação à economia, política, mercado e tecnologia. A seguinte pesquisa investiga a narração sob o contexto de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), em plena fase de convergência (JENKINS, 2008), multiplicidade da oferta (BRITTOS, 2002), entre processos de radiomorfose (PRATA, 2008), de um meio que está presente nos telefones celulares, computadores, aplicativos e plataformas digitais como YouTube, misturando elementos de linguagem radiofônica e recursos parassonoros. O objetivo geral foi de identificar as características e o papel empreendido pelos narradores de Porto Alegre, Haroldo de Souza (Rádio Grenal) e César Weiler (Rádio Pachola), do Rio de Janeiro, José Carlos Araújo (Super Rádio Tupi) e Rafa Penido (Coluna do Fla), de São Paulo, José Silvério (Rádio Bandeirantes) e Doni Vieira (Web Rádio Craque Neto) e, de Belo Horizonte, Alberto Rodrigues (Rádio Itatiaia) e Beto Guerra (Web Rádio Galo) no panorama da atualidade. Foram observados ambientes de trabalho, dinâmicas de mercado, examinadas estratégias e recursos expressivos (PRIETO CASTILLO, 1984) de persuasão e quais as técnicas e estilos predominantes (SOARES, 1994; SCHINNER, 2004). Aplicou-se a metodologia do estudo de caso múltiplo (YIN, 2015), e as principais evidências obtidas através de fragmentos de entrevistas do canal no YouTube Projeto As Vozes do Gol (GÖTZ, 2021), levando em conta, também, trechos de jogos, lances e gols transmitidos pelos narradores através de suas respectivas emissoras. Constatou-se que o narrador de futebol, em um contexto de rádio expandido, trata-se de um locutor híbrido, adaptado às plataformas, multitarefa, influenciador, mediador, protagonista e capaz de descrever os lances de uma determinada partida com emoção e improvisado para públicos variados. E, nesse cenário, surge o narrador de web, um tipo de locutor intermediário entre os narradores radiofônicos e televisivos, moldado entre recursos parassonoros, de locução e ritmos mais lentos, que tem na interatividade, no engajamento, no improvisado e na emoção seus principais atributos.

Palavras-chave: Comunicação Social; Narração de Futebol; Rádio Expandido; Radiomorfose; Plataformas.

ABSTRACT

From the 1930s to the present, radio and soccer continue to be consumed by audiences that have been renewed for generations. If, on the one hand, several idols arose -responsible for memorable achievements- whether from the Brazilian Team or the beloved teams, loved by millions of listeners around the country, on the other hand one of the most important functions of sports radio journalism of all time was consecrated -soccer narration. The radio has gone through numerous stages of adaptation, whether in relation to the economy, politics, market and technology. The following research investigates narration in the context of expanded radio (KISCHINHEVSKY, 2016), in the midst of convergence (JENKINS, 2008), multiplicity of supply (BRITTOS, 2002), between radiomorphosis processes (PRATA, 2008), of a medium that is present on cell phones, computers, applications and digital platforms such as YouTube, mixing elements of radiophonic language and sound resources. The general objective was to identify the characteristics and the role played by the narrators from Porto Alegre, Haroldo de Souza (Rádio Grenal) and César Weiler (Rádio Pachola), from Rio de Janeiro, José Carlos Araújo (Super Rádio Tupi) and Rafa Penido (Coluna do Fla), from São Paulo, José Silvério (Rádio Bandeirantes) and Doni Vieira (Web Rádio Craque Neto) and, from Belo Horizonte, Alberto Rodrigues (Rádio Itatiaia) and Beto Guerra (Web Rádio Galo) in the current scenario. Work environments, market dynamics, strategies and expressive resources (PRIETO CASTILLO, 1984) of persuasion and the predominant techniques and styles (SOARES, 1994; SCHINNER, 2004) were observed. The methodology of the multiple case study (YIN, 2015) was applied, and the main evidence obtained through fragments of interviews from the YouTube channel Projeto As Vozes do Gol (GÖTZ, 2021), also taking into account excerpts from games, bids and goals transmitted by the narrators through their respective broadcasters. It was found that the soccer narrator in an expanded radio context is a hybrid announcer, adapted to platforms, multitasking, influencer, mediator, protagonist and capable of describing the moves of a given match with emotion and improvisation for different audiences. And, in this scenario, the web narrator appears as a type of intermediary speaker between radio and television narrators, molded between parasonorous resources, locution and slower rhythms, whose main features are interactivity, engagement, improvisation and emotional attributes.

Keywords: Social Communication; Football Play by Play; Expanded Radio; Radiomorphosis; platforms.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxo do percurso metodológico de pesquisa	35
Figura 2 - Diagrama de transmissão	63
Figura 3 - Diagrama CX 6 SODRE	64
Figura 4 - Modelo de periodização da narração de futebol no âmbito do rádio brasileiro	71
Figura 5 - Final da Libertadores para DVs	86
Figura 6 - Zonas de transmissão	100
Figura 7 - Ferramentas de trabalho	103
Figura 8 - Haroldo de Souza em ação pela Rádio Grenal	113
Figura 9 - Carlos Lacerda vibra com gol colorado	117
Figura 10 - Estúdio da Rádio Grenal	119
Figura 11 - Painel do OBS Studio.....	122
Figura 12 - Texto de abertura de jornada.....	124
Figura 13 - Planilha de escalões	125
Figura 14 - Haroldo abrindo a jornada.....	128
Figura 15 - Gol de Edenílson	130
Figura 16 - A volta ao estádio.....	131
Figura 17 - César Weiler, o narrador n° 1.....	132
Figura 18 - Posicionamento do narrador.....	135
Figura 19 - Bastidores da narração	135
Figura 20 - César Weiler: planilha de escalões	141
Figura 21 - Vibração na tela.....	148
Figura 22 - A mente do Garotinho no papel	154
Figura 23 - Garotinho no Centenário, em 2021	156
Figura 24 - Interface do vMix	157
Figura 25 - Posto da Tupi no Maracanã.....	162
Figura 26 - Giro da câmera	162
Figura 27 - Foco no Garotinho.....	163
Figura 28 – Garotinho no tubo.....	163
Figura 29 - Uma bolada	164
Figura 30 - Rafa Penido, o Brabo	169
Figura 31 - Futebol e descontração.....	170
Figura 32 - Cabine do Coluna do Fla.....	170
Figura 33 - O guia de Rafa Penido.....	173
Figura 34 - Cara a cara com o torcedor.....	178

Figura 35 - Penido no Pré-Jogo	179
Figura 36 - Rafa Penido narra pelo Coluna do Fla.....	180
Figura 37 - O retorno ao Maracanã.....	181
Figura 38 - José Silvério deixa aposentadoria	185
Figura 39 - Silvério narra da cabine.....	194
Figura 40 - Silvério pegando um tubo	195
Figura 41 - Doni estreia na Craque Neto	199
Figura 42 - Rádio Craque Neto	202
Figura 43 – Estrutura da Craque Neto	202
Figura 44 - O caderninho	204
Figura 45 - Doni Vieira conversa com a galera	211
Figura 46 - Planilha do Vibrante.....	216
Figura 47 - Itatiaia in loco.....	224
Figura 48 - Close em Alberto Rodrigues	226
Figura 49 - Linguagens em convergência.....	226
Figura 50 - Transmissão em plano aberto.....	228
Figura 51 - Beto Guerra, um apaixonado pelo Galo	229
Figura 52 - Web Rádio Galo	234
Figura 53 - De frente para a torcida do Galo	236
Figura 54 - Beto Guerra no estúdio.....	237
Figura 55 - Beto Guerra no estádio.....	238
Figura 56 - Esquema de influências.....	247

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Cidades, emissoras e narradores	17
Quadro 2 - Escolas Denotativa e Conotativa	90
Quadro 3 - Emissoras Hertzianas.....	107
Quadro 4 - Emissoras Web	108
Quadro 5 - Síntese da narração de futebol no contexto de rádio expandido.....	248

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	27
2.1 Estudo de caso e a coleta de evidências	28
2.2 Estratégias e técnicas de análise.....	31
2.3 Protocolo: proposta de análise da narração esportiva	33
2.4 Estrutura de análise: etapas, eixos e categorização	34
3 FUTEBOL, ESPETÁCULO, TECNOLOGIA E MERCADO NO ÂMBITO DO RÁDIO	36
3.1 O futebol como espetáculo.....	39
3.2 O futebol como negócio.....	46
3.3 Rádio, espetáculo e relação de consumo.....	50
3.4 O rádio expandido em um cenário de convergência e multiplicidade da oferta	54
3.5 O rádio esportivo e os impactos da pandemia de Covid-19.....	59
4 ASPECTOS HISTÓRICOS DA NARRAÇÃO DE FUTEBOL NO RÁDIO	63
4.1 Linha do tempo da narração esportiva no rádio brasileiro	68
4.2 A narração esportiva em Porto Alegre: dos desbravadores aos contemporâneos	72
4.3 Narradores esportivos do rádio carioca.....	74
4.4 As escolas de narração paulista.....	75
4.5 Narradores esportivos no rádio de Belo Horizonte	77
5 LINGUAGEM RADIOFÔNICA, EXPRESSÃO VERBAL, TÉCNICAS E ESTILOS DE NARRAÇÃO DE FUTEBOL	80
5.1 Elementos da linguagem radiofônica	81
5.2 A mensagem radiofônica	83
5.3 Narradores constroem imagens mentais?.....	84
5.4 A expressão verbal no rádio.....	86
5.4.1 Recursos expressivos	87
5.5 Escolas de narração: Denotativa e Conotativa	89
5.6 Formatos de narração esportiva, técnicas e estilos.....	91

5.6.1 Os cinco combustíveis da narração.....	92
5.6.2 Os dez passos de uma transmissão esportiva no rádio.....	94
5.6.3 A produção da voz: qualidade de timbre e locução	96
5.6.4 Ritmos de narração esportiva.....	98
5.6.5 O grito de gol	100
5.6.6 Postos de trabalho e equipamentos dos narradores.....	101
5.6.7 A publicidade nas transmissões esportivas	104
5.6.8 Estruturação técnica de uma jornada radiofônica	105
5.7 O panorama do rádio esportivo em Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte 107	
5.8 Características técnicas e estilísticas dos períodos desbravador, paradigmático e contemporâneo 109	
6 A NARRAÇÃO DE FUTEBOL EM PORTO ALEGRE, RIO DE JANEIRO, SÃO PAULO E BELO HORIZONTE NO CONTEXTO DE RÁDIO EXPANDIDO	112
6.1 Haroldo de Souza: o recordista em Gre-Nais.....	112
6.1.1 O mercado da narração de futebol na visão de Haroldo de Souza.....	115
6.1.2 Haroldo de Souza no contexto do rádio expandido e os impactos da pandemia	118
6.1.3 Haroldo de Souza e a consagração do “fazer diferente”	123
6.1.4 Haroldo de Souza e o futuro da narração de futebol.....	125
6.1.5 Análise: Haroldo de Souza.....	126
6.2 César Weiler: emoção, entretenimento e identidade tricolor	132
6.2.1 Rádio Pachola: uma emissora que torce para o Grêmio	133
6.2.2 O ambiente de jornadas da Pachola	134
6.2.3 Rádio Pachola e o mercado de rádio esportivo	136
6.2.4 Weiler e o contexto de rádio expandido.....	137
6.2.5 A narração no presente e no futuro, segundo César Weiler.....	138
6.2.6 César Weiler: técnicas e estilo de narração.....	139
6.2.7 Análise: César Weiler	142
6.3 José Carlos Araújo: o narrador do futebol show.....	150

6.3.1	O narrador, apresentador e comunicador do espetáculo	152
6.3.2	O Garotinho no contexto da tecnologia e do rádio expandido.....	154
6.3.3	José Carlos Araújo, Covid-19, mercado e o futuro da narração de futebol	158
6.3.4	Análise: José Carlos Araújo.....	160
6.4	Rafa Penido: O Brabo	167
6.4.1	Coluna do Fla: características técnicas	170
6.4.2	Rafa Penido: influências, estilo e técnicas.....	171
6.4.3	Rafa Penido no contexto de rádio expandido.....	173
6.4.4	Penido e os impactos da pandemia de Covid-19.....	174
6.4.5	A narração na atualidade e as possíveis projeções.....	175
6.4.6	Análise: Rafa Penido.....	177
6.5	José Silvério: o pai do gol.....	183
6.5.1	José Silvério: influências e técnicas.....	186
6.5.2	José Silvério, plataformas e o rádio na atualidade	190
6.5.3	Análise: José Silvério.....	193
6.6	Doni Vieira: uma vida com o microfone na mão.....	197
6.6.1	Rádio Craque Neto: fenômeno de audiência.....	200
6.6.2	Doni Vieira: influências, técnicas e estilo.....	203
6.6.3	Doni Vieira, mercado e a narração na atualidade	205
6.6.4	Doni Vieira no contexto do rádio expandido e o futuro da narração de futebol	208
6.6.5	Análise: Doni Vieira	209
6.7	Alberto Rodrigues: o Vibrante.....	212
6.7.1	Alberto Rodrigues: técnicas e estilos	214
6.7.2	O Vibrante em meio às plataformas digitais e os impactos da pandemia	216
6.7.3	Mercado e o futuro da narração, segundo o Vibrante	218
6.7.4	Análise: Alberto Rodrigues.....	222
6.8	Beto Guerra: um descontrolado pelo Atlético-MG.....	228
6.8.1	Web Rádio Galo: um meio de comunicação em mutação	230

6.8.2	YouTube, pandemia, mercado e o futuro da narração	232
6.8.3	Análise: Beto Guerra.....	235
6.9	A narração de futebol no contexto de rádio expandido: cruzamento analítico	240
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	250
	REFERÊNCIAS	255

INTRODUÇÃO

Rádio e futebol são elementos altamente populares entre os brasileiros. E essa união foi consagrada, principalmente, a partir do Mundial de 1962, a “Copa do Radinho de Pilha” (FERRARETTO, 2014). Tanto o meio quanto a modalidade são patrimônios culturais. E, desde a década de 1930 até a atualidade, basicamente, continuam sendo consumidos por audiências que vêm se renovando há gerações. No princípio, o ato de transmitir uma partida de futebol era um verdadeiro desafio tecnológico, logístico, cultural e econômico. As primeiras experiências já teriam ocorrido em meados dos anos 1920. Narradores eram até mesmo expulsos de campos de jogos pela incompreensão que se tinha, todavia, do papel exercido pelo rádio. Mas o futebol começou a ser explorado como um produto potencial e gerar receitas, estabelecendo novas relações de mercado. E o radiojornalismo esportivo foi altamente beneficiado com a evolução tecnológica que permitiu, cada vez mais, a qualificação das irradiações. Das salas das residências, os aparelhos passaram a acompanhar os torcedores nas arquibancadas. Mesmo com a poderosa influência da televisão, surgiram costumes como o ato de baixar o volume da tela para acompanhar um jogo pelo rádio, o que muitos torcedores, agora com seus celulares, continuam fazendo.

Em um país de dimensões continentais como o Brasil, as influências se espalharam de diferentes pontos para outros. Se as narrações paulistas e cariocas, por exemplo, tiveram impacto no rádio das regiões Norte e Nordeste, no Sul, *el relato* de países como Uruguai e Argentina foram combustíveis para a prática. Tudo, no princípio, precisou ser inventado, adaptado ou criado. E nesse laboratório radiofônico dos anos 1920 e 1930, fundamentalmente, surgiu a função que, até hoje, é sinônimo de liderança, ancoragem, responsável pela descrição da movimentação da bola, dos jogadores, da ambientação de um duelo, e pela transmissão das emoções de uma partida de futebol: o narrador. É este o profissional observado, estudado e analisado nesta pesquisa.

Particularmente, o interesse deste investigador pela locução esportiva surgiu por volta dos 11 anos. O aprendizado foi estimulado através da audição e inspiração pelas primeiras referências, principalmente, da Rádio Guaíba de Porto Alegre. O sonho materializou-se, na prática, com ingresso no curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), finalizado em 2007, e pelas experiências profissionais nas rádios Progresso AM

1530¹, de São Leopoldo, Rádio ABC 900², de Novo Hamburgo, Grenal 95,9 FM, de Porto Alegre, *Reconquista* AM 1220, de Rivera, Uruguai, e, em especial, na Guaíba AM 720 e FM 101,3.

Academicamente, a reflexão sobre a narração esportiva iniciou em 2014, com a elaboração da dissertação intitulada *Narradores de Futebol, dos Desbravadores aos Contemporâneos: estilo e técnica da locução no rádio porto-alegrense (de 1931 a 2015)* (GÖTZ, 2015). O estudo traça a trajetória da narração esportiva da capital gaúcha em uma linha do tempo dividida em três períodos: dos narradores desbravadores (entre as décadas de 1930 e 1960), paradigmáticos (1960 e 1990) e contemporâneos (1990 à atualidade). Trata-se de um trabalho histórico que destaca o legado de nomes como Cândido Norberto, Milton Ferretti Jung, Pedro Carneiro Pereira, Armino Antônio Ranzolin, entre outros. Foram observados processos de desenvolvimento de técnicas, estilos e estratégias retóricas, com apoio de autores como Schinner (2004) e Prieto Castillo (1984). A ampla investigação sobre a narração esportiva gaúcha repercutiu na produção de artigos, na participação de eventos, congressos e foi reconstruída e atualizada na obra *As Vozes do Gol: História da Narração de Futebol no Rádio de Porto Alegre* (GÖTZ, 2020), publicada pela editora Insular, de Florianópolis.

No artigo *A narração esportiva no rádio do Brasil: uma proposta de periodização histórica* (GÖTZ, 2020), os períodos desbravador, paradigmático e contemporâneo foram adaptados ao modelo de periodização do rádio elaborado por Ferraretto (2012), que divide a trajetória do meio no país em quatro fases: implantação, difusão, segmentação e convergência. A era desbravadora encontra-se entre as três primeiras, de meados dos anos 1920 ao final da década de 1950. A paradigmática insere-se a partir do final da fase de difusão e passa, em seguida, pela segmentação, do final da década de 1960 a meados dos anos 1990. Entre a segmentação e princípio da convergência, inicia o período contemporâneo (GÖTZ, 2020).

A seguinte pesquisa permaneceu no espectro porto-alegrense, mas também ampliou seu campo de observação em caráter nacional, analisando o cenário da narração nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte, entre janeiro de 2020 a dezembro de 2021. É nesse período que se estabeleceu a grave conjuntura da pandemia de Covid-19 em todo o planeta.

Nessa faixa temporal, quanto ao consumo de rádio no Brasil, o estudo *“Inside Radio 2019”*, produzido pelo Kantar Ibope Media, exposto no encontro *Rádio: mercado em sintonia*, ocorrido no dia 25 de setembro de 2019, constatou que o rádio alcançou um espectro de 83%

¹ Atualmente Rádio Mais Nova FM 81,9.

² Atualmente Rádio ABC FM 103,3.

dos brasileiros, sendo 4 horas e 33 minutos de consumo diário por dia³. Deste montante, “84% ainda ouvem o rádio tradicional, 20% pelos celulares, 4% por outros equipamentos e 3% pelo computador” (KANTAR IBOPE MEDIA, 2019). Semelhante pesquisa, desta vez em 2021⁴, indicou que, entre os meses de abril e junho, o rádio alcançou 80% dos brasileiros, registrando um aumento de dois pontos percentuais em relação a 2020, sendo 4 horas e 26 minutos de escuta diária.

Com a retomada gradual e a reabertura dos espaços públicos em 2021, percebemos o consumo atingindo patamares semelhantes aos encontrados em 2019. O pico do consumo segue ocorrendo no período da manhã (especialmente das 10hs às 10h59) (KANTAR IBOPE MEDIA, 2021).

Quanto às *web* rádios, o Kantar Ibope, no mesmo período, mostrou que, em média, o consumo diário foi de 2 horas e 44 minutos. Das 13 regiões metropolitanas investigadas, 10% dos entrevistados revelaram ter ouvido *webs*, ao longo de 30 dias.

Conforme pesquisa divulgada em outubro de 2019 pela plataforma *Deezer*, antes do estabelecimento do quadro de pandemia de Covid-19, o consumo de *podcasts* no Brasil havia apresentado um aumento de 67%. O estudo, durante 12 meses anteriores à divulgação, levou em conta *serviços de streamings* como *Spotify*, *Apple iTunes* e *Google Podcasts*, além da própria plataforma *Deezer*. Em 2021⁵, segundo pesquisa realizada pela Globo, em parceria com o Ibope, 57% das pessoas entrevistadas começaram a ouvir *podcasts* durante a pandemia, colocando o Brasil em 5º lugar o ranking mundial de acessos.

A justificativa para a escolha das capitais levou em consideração, primeiramente, o pioneirismo dessas regiões quanto à locução esportiva no Brasil: Rio de Janeiro, entre meados dos anos 1920 e início da década de 1930, e São Paulo e Porto Alegre, em 1931. Belo Horizonte foi apreciada segundo dois fatores: influências na narração e liderança no índice de consumo radiofônico, conforme estudo da Kantar Ibope Media⁶ (2020): “89% são ouvintes do meio”. Além disso, as quatro praças também figuram entre as maiores audiências nacionais historicamente. Definiu-se a delimitação, ainda, conforme os seguintes passos:

³ Enquete realizada uma semana antes da data de divulgação oficial.

⁴ Disponível em: https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2021/09/INSIDE-RADIO-2021_Kantar-IBOPE-Media.pdf. Acesso em: 01 dez. 2021.

⁵ Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2021/07/20/globo-pandemia-eleva-consumo-de-podcasts.html>. Acesso em: 01 dez. 2021.

⁶ Disponível em <https://www.kantaribopemedia.com/download-inside-radio-2020/>. Acesso em: 10 dez. 2020.

1° – Foram rastreados narradores desbravadores e paradigmáticos atuantes no mercado de trabalho das quatro cidades que formam o *corpus*. A escolha partiu de narradores mais experientes aos menos experientes. Não há profissionais do período desbravador em atividade. As emissoras hertzianas analisadas corresponderam às empresas nas quais os narradores escolhidos atuaram entre 2020 e 2021: Rádio Grenal, de Porto Alegre, Super Rádio Tupi, do Rio de Janeiro, Rádio Bandeirantes, de São Paulo, e Rádio Itatiaia, de Belo Horizonte.

2° Passo – No caso das *web* rádios, foram escolhidas as que se destacaram em números de inscritos em seus principais canais de difusão, em 2020⁷. Em Porto Alegre, a Rádio Pachola, identificada com o Grêmio, apresentava 138 mil inscritos. Em Belo Horizonte, a Web Rádio Galo possuía 158 mil. No Rio de Janeiro, o Coluna do Fla abrigava 576 mil inscritos. E, em São Paulo, a Rádio Craque Neto havia alcançado 1,13 milhão de inscritos. A partir disso, selecionaram-se os narradores n° 1 de cada uma delas. O Quadro 1 sintetiza narradores e emissoras observados:

Quadro 1 - Cidades, emissoras e narradores

Cidades	Narradores	Período	Emissoras	Tipo
Porto Alegre	Haroldo de Souza	Paradigmático	Rádio Grenal	Hertziana
	César Weiler	Contemporâneo	Rádio Pachola	<i>Web</i>
Rio de Janeiro	José Carlos Araújo	Paradigmático	Super Rádio Tupi	Hertziana
	Rafa Penido	Contemporâneo	Coluna do Fla	<i>Web</i>
São Paulo	José Silvério ⁸	Paradigmático	Rádio Bandeirantes	Hertziana
	Doni Vieira ⁹	Contemporâneo	Web Rádio Craque Neto	<i>Web</i>
Belo Horizonte	Alberto Rodrigues	Paradigmático	Rádio Itatiaia	Hertziana

⁷ Dados recuperados em 01 de maio de 2021.

⁸ A escolha definitiva dos narradores para o estudo foi estabelecida em de janeiro de 2020. Até então, José Silvério ainda atuava pela Rádio Bandeirantes, porém, acabou demitido em abril de 2021. Alguns meses depois, em junho, foi admitido como um dos narradores da Rádio Capital AM 1040 e FM 77,5, na equipe de esportes comandada por Olivério Jr. Porém, o projeto encerrou em setembro. Mais detalhes serão abordados no subcapítulo que consta ao locutor.

⁹ No caso de Doni Vieira, foi estudado o período que concerne à atuação na Rádio Craque Neto. Vieira, coincidentemente, foi o narrador substituto de Silvério na Capital, ainda em setembro de 2021.

	Beto Guerra	Contemporâneo	Web Rádio Galo	<i>Web</i>
--	-------------	---------------	-------------------	------------

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

Sob o ponto de vista teórico, adota-se nesta tese a complexificação proposta por Kischinhevsky (2016) que contempla o rádio da contemporaneidade como um meio de comunicação expandido. Justifica-se, assim, a necessidade de se analisar a narração esportiva não apenas pelo enfoque sonoro, mas também diante de outros elementos textuais e visuais.

Segundo Kischinhevsky, o rádio pode ser abordado sob o viés da tecnologia, cultura, economia, política, entre outros aspectos. Na pesquisa qualitativa, o autor destaca que existem muitas possibilidades de aplicações teóricas combináveis, cada qual com seus métodos, “como estudos de recepção, economia política da comunicação, cibercultura, estudos de jornalismo, publicidade, educação, história, arte, musicologia, etnografia, interacionismo, microsociologia da fala, sociosemiótica” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 279). Concorda-se com o autor no sentido de que o rádio expandido está em constante movimento. Entende-se que a narração segue o mesmo curso. Por isso, este trabalho leva em conta elementos sonoros e parassonoros, em múltiplas plataformas. Conforme o autor, a análise pode passar por esferas como: “produção, transmissão/distribuição/veiculação, enunciação, linguagens, interação, recepção, consumo e/ou apropriação dos conteúdos” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 277). A observação gira em torno de 5 eixos: tecnologia, mercado de trabalho, linguagem radiofônica, recursos expressivos e técnicas de narração, organizados em categorias, que são ampliadas no capítulo dedicado à metodologia. No final, é promovido o cruzamento dos resultados para efeito comparativo entre os panoramas da narração das quatro cidades.

Se de um lado continua o processo de migração de emissoras AM para o espectro FM, de outro, crescem em participação e disputa pela audiência rádios segmentadas ou identificadas de plataformas digitais. Qual é o espaço, hoje, para narradores com características mais tradicionais? Se já não há, como deve proceder a adaptação? Ou, na verdade, são as escolas de rádio consagradas que, todavia, ditam o ritmo das transmissões esportivas, ainda que em meios não hertzianos? Justifica-se a importância desta investigação, primeiro, pelo fato de que o rádio esportivo é, muitas vezes, como defende Madureira (2016) o carro-chefe das economias de emissoras em todo o país, dado o interesse macro pelo esporte. Em segundo lugar, é fundamental compreender e projetar o papel do narrador diante de um cenário cada vez mais dinâmico, tanto em tecnologia quanto em mercado de trabalho.

Apesar do rádio ser, hoje, um meio expandido, de um lado, se entende que a narração de futebol ainda mantém sua linguagem fundamentalmente descritiva, em meio a elementos parassonoros e processos de radiomorfose. Por outro, se considera que as plataformas digitais e *web* rádios são agentes potenciais para provocar mudanças significativas nas dinâmicas de transmissões, condições de mercado e relações de engajamento com torcedores. Diante dessas afirmativas, os objetivos desta tese são os seguintes:

Objetivo Geral: identificar as características da narração de futebol no contexto de rádio expandido em Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte.

Objetivos Específicos:

- Observar os ambientes de atuação dos narradores, segundo processos de radiomorfose e aplicação de elementos parassonoros, sob o aspecto da convergência.

- Compreender o papel dos narradores esportivos no atual mercado de trabalho, nos âmbitos hertziano e *web*, em tempos de multiplicidade da oferta.

- Examinar os recursos expressivos empreendidos pelos narradores investigados.

- Apontar estilos e técnicas predominantes entre os locutores.

O primeiro passo do percurso metodológico desta pesquisa foi a identificação de trabalhos afins ao objeto, isto é, fontes como artigos, livros, documentos diretos e indiretos (LAKATOS e MARCONI, 2017), teses e dissertações que levassem em conta o tema da narração nos campos histórico, cultural e técnico, além de métodos e técnicas empregadas para análise. Tratou-se, portanto, de uma etapa dividida em “pesquisa documental (ou de fontes primárias) e pesquisa bibliográfica (ou de fontes secundárias)” (LAKATOS e MARCONI, 2017, p. 32).

Foi consultado o Catálogo de Teses e Dissertações da Capes. No campo de buscas, procurou-se trabalhos relacionados, de maneira geral, ao termo “narração esportiva”, que indicou 3581 resultados, sendo 2552 dissertações e 816 teses. Em seguida, realizou-se o rastreamento com apoio da plataforma Google Acadêmico. Refinou-se a exploração mediante as palavras-chave “rádio esportivo”, “técnicas de narração”, “história da narração esportiva” e

“panorama da narração”. Desta etapa, foram identificados 51 trabalhos com algum tipo de relação com a locução esportiva radiofônica, entre artigos científicos (8), projetos experimentais (3), monografias (22), dissertações (13) e teses (5). Dessas pesquisas, surgiram os seguintes temas e respectivas quantidades: a relação entre as narrações de rádio e televisão (12), história da narração (11), narração e linguística (9), técnicas de narração (8), biografias (7), gênero (mulheres no rádio esportivo) e panorama do rádio esportivo (3), física nas transmissões, acessibilidade, gênero discursivo, análise de discurso, identidade cultural, narração televisiva, entretenimento, imprensa esportiva (1).

Aprofundou-se a busca nos anais do Grupo de Pesquisa Comunicação e Esporte e de congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), entre 2011 e 2020. A mesma observação foi tomada em relação ao Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora. Do primeiro GP, foram identificados 11 artigos com algum tipo de relação com esta tese, abordando as seguintes temáticas: história do rádio (5), infotenimento (2), ressignificação (1), narração *play by play* (1), plataforma YouTube (1) e futuro do rádio esportivo (1). Quanto ao segundo GP, os temas encontrados foram: convergência (2), áudio na internet (1), Copa de 1950 (1), Copa de 1962 (1), Copa de 2010 (1), rádio e Copas do Mundo (1), hibridização (1), história (1), impactos da tecnologia (1), infotenimento (1), interação (1), linguagem e imagens (1), mulheres no rádio esportivo (1), multiplataforma (1), rádio e pandemia (1), rádio esportivo na Paraíba (1), rádio esportivo em São Paulo (1), relações afetivas (1), ruído (1).

Buscou-se, ainda, referências, comuns, produzidas pelo Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME), que se trata de um projeto vinculado ao Grupo de Pesquisa Esporte e Cultura da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), coordenado pelo professor doutor Ronaldo Helal. Destacam-se investigações sobre narração esportiva radiofônica realizadas pelos professores doutores Márcio Guerra¹⁰ e Filipe Mostaro, nos campos da história e da locução na atualidade.

De toda a bibliografia sobre narração esportiva consultada, os trabalhos que mais se aproximaram desta pesquisa foram os seguintes:

1 – Dissertação: Panorama da narração radiofônica de futebol na Região Metropolitana do Rio de Janeiro no início do século XXI, de Paulo Madureira (2016).

¹⁰ Ao longo desta pesquisa, optou-se por referenciar os conteúdos produzidos por Guerra em sua tese (2006), que foram repercutidas na obra intitulada *Rádio x TV: o jogo da narração. A imaginação entra em campo e seduz o leitor* (2012).

Madureira apresenta um estudo cartográfico sobre a locução carioca, buscando e refletindo sobre possíveis desdobramentos da narração, observando a dinâmica de trabalho dos “profissionais nº 1” das emissoras escolhidas para análise. O pesquisador quis compreender que tipos de relatos estavam sendo produzidos, como eram criados bordões e como os narradores estavam se posicionando diante da atual tecnologia. Algumas constatações importantes e que vêm ao encontro à proposta desta tese foram assinaladas por Madureira. A primeira trata da falta de bibliografia sobre o assunto. Madureira realiza uma contextualização histórica sobre a relação entre rádio e futebol até 2016. Ao longo da pesquisa, traz uma série de entrevistas e contribuições de locutores, com a visão de mercado e da prática até então. Segundo Madureira, o esporte e a narração são os principais carros-chefes, no que diz respeito à programação e, fundamentalmente, dos setores comerciais. E não é uma realidade presente apenas no âmbito do Rio de Janeiro. É assim por dizer no rádio porto-alegrense, paulistano e belo-horizontino.

2 – Artigo: Da emoção à descrição: a história da narração esportiva no rádio, de Emerson Dias e Carlos Guilherme Lima (2011).

Em breve trabalho de recuperação histórica, Dias e Lima defendem que a narração esportiva transitou da emoção para a descrição. Considera-se esse um contraponto, sob o ponto de vista desta pesquisa. Defende-se, aqui, que o processo evolutivo, na verdade, de forma embrionária, apresentava uma narração descritiva que, a partir do final dos anos 1930, agregou a emoção como um dos principais atributos explorados, até hoje. Trata-se, também, de um artigo que detalha a produção de documentário, com duração de 24 minutos, elaborado pela oficina de rádio da Universidade Estadual de Londrina (UEL), que evidencia a narração contemporânea, conforme influências das “primeiras décadas de ouro do rádio no Brasil” (DIAS e LIMA, 2011, p. 1).

3 – Artigo: Das ondas do rádio à tela da TV: notas sobre a evolução da narração esportiva, de Ronaldo Helal e Fausto Amaro (2012).

Um dos pontos centrais da pesquisa, de acordo com Helal e Amaro, é uma polêmica: afinal de contas, qual narração provoca mais emoção, da televisão ou do rádio? Os autores apresentam um levantamento sobre a evolução da locução em ambos meios, de forma objetiva. “no rádio a emoção se encontra no som, na voz do locutor; na televisão, a imagem é a responsável por prender a atenção do público, contando, é claro, com o auxílio do narrador e dos comentaristas em uma escala menor” (HELAL e AMARO, 2012, p. 6).

4 – Artigo: Registros históricos para pensar um rádio esportivo pós-industrial, de Jéssica Gonçalves e Valci Zuculoto (2015).

Apesar de não focar exclusivamente na narração, o artigo, através da recuperação de arquivos históricos, reflete e debate sobre como o rádio esportivo, de forma geral, deve se portar em um panorama “pós-industrial” e como pode se reconfigurar no atual ambiente comunicacional. As autoras concluem que é fundamental aliar-se à publicidade, entender os gostos dos públicos, abrir mais espaço para interatividade e renovar narrativas.

5 – Artigo: Show do esporte: considerações sobre programas de relatos desportivos como gênero fundador da radiofonia, de Paulo Madureira e Marcelo Kischinhevsky (2015).

Madureira e Kischinhevsky situam programas de relatos desportivos como gêneros, a partir dos anos 1930, que tem como ápice o “show radiofônico” em transmissões. Conforme os autores, os narradores criam linguagens próprias para atrair a atenção dos ouvintes. O estudo concentra-se no âmbito do Rio de Janeiro. Ao final, os pesquisadores concluem que, com a dificuldade de se criar algo novo, é preciso identificar quem é, afinal de contas, o ouvinte da atualidade. Conhecendo os ouvintes, os narradores poderiam ter a chance de, mais uma vez, fidelizar os torcedores. Destacam, ainda, que é o momento certo para desenvolver novas perspectivas já que, pelo menos tecnologicamente, os avanços têm sido significativos.

6 – Artigo: Locutores esportivos no Twitter: relações entre linguagem radiofônica e digital, de Luana Viana (2019).

Esse trabalho verifica a possibilidade de relação entre a transmissão esportiva via ondas hertzianas e o conteúdo que os locutores postam em plataformas de redes sociais como o Twitter. O estudo vai ao encontro com esta pesquisa, no sentido de entender o lugar dos narradores esportivos no atual cenário de convergência. Conforme Viana (2019, p. 59), “A utilização de outras plataformas por radialistas faz com que eles se apropriem desses espaços como complementação e desdobramento de uma narrativa principal que é transmitida pelo rádio”.

7 – Artigo: A volta do futebol em meio à pandemia: a experiência das rádios cearenses na transmissão de jogos via *streaming*, de Bruno Balacó (2020).

O objetivo do artigo é analisar como as principais emissoras do Ceará organizaram-se para transmitir eventos esportivos via *streaming*, através de plataformas como Facebook e YouTube, levando em consideração o contexto da pandemia de Covid-19.

A seguinte tese está dividida em sete capítulos. Após esta introdução, a segunda parte do trabalho apresenta os procedimentos metodológicos utilizados. Como abordado anteriormente, optou-se pela aplicação do estudo de caso múltiplo (YIN, 2015) para dar conta da análise do objeto. Em um primeiro momento, são contextualizados os tipos de casos e suas

características. Logo após, são evidenciadas as estratégias adotadas para a coleta de dados, e o protocolo de análise, que indica quais as questões, proposições, unidades, a generalização empírica e os critérios para justificar as constatações. Por fim, o caminho metodológico mapeia como foi organizada a categorização do processo de análise, dividida em eixos.

Grande parte dos depoimentos dos narradores foram colhidos de entrevistas produzidas e publicadas no canal do YouTube intitulado Projeto As Vozes do Gol (GÖTZ, 2021)¹¹. Baseado no *case* gaúcho¹², tem como objetivo desbravar a narração esportiva brasileira. A primeira temporada foi ao ar no dia 15 de dezembro de 2012, com a publicação de uma entrevista com o narrador José Silvério. A série foi encerrada no dia 24 de dezembro, e destacou, por sua vez, uma conversa com o locutor José Carlos Araújo¹³. Inicialmente, a ideia era produzir materiais exclusivos para esta tese. Contudo, ao longo da trajetória, preferiu-se abrir mão dessa ferramenta metodológica e publicar antecipadamente todo o conteúdo no YouTube. Mesmo sendo a principal fonte de conteúdos para esta pesquisa, todas as opiniões ou recuperações históricas são abordadas nesta de forma fragmentada. A intenção do Projeto As Vozes do Gol é servir como fonte de entretenimento e científica para os interessados em assuntos relativos ao radiojornalismo esportivo, com ênfase na narração.

O seguinte capítulo desta tese, Futebol, espetáculo, tecnologia e mercado no âmbito do rádio, apresenta contextualização histórica sobre as origens e o desenvolvimento do futebol no Brasil, levando em conta fatores como negócio, mercado e espetacularização, com o apoio de autores como Caldas (1990), Dienstmann e Denardin (1998), Santos Neto (2002), Freyre Filho (2003) e Frange (2016). Em seguida, o rádio é relacionado ao futebol e direcionado para contextos pertinentes à trajetória tecnológica do meio, através de pesquisadores como Meditsch (2001), Vampré (1979), Ferraretto (2019), Bonin *et al.* (2016) e Soares (1994). Por fim, são ampliados conceitos vinculados às lógicas da convergência de mídias (JENKINS, 2008) e multiplicidade da oferta (BRITTOS, 2002), em um cenário de rádio expandido (KISCHINHEVISKY, 2016), entre processos de radiomorfose (PRATA, 2008). O capítulo

¹¹ Link para o canal no YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCFJOeLF2rakkFYQPfmNq53g/featured>.

¹² Com canal no YouTube e página Facebook, baseou-se na obra deste autor, anteriormente citada, *As Vozes do Gol – História da Narração de Futebol no Rádio de Porto Alegre*. Porém, no caso dessas plataformas, as entrevistas foram divulgadas após o lançamento do livro, em agosto de 2020. YouTube – Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCEt1E_7_xeR_dGehn2hvbSw/videos. Facebook – Disponível em: <https://www.facebook.com/asvozesdogolpoa>. Acessos em: 11 nov. 2021.

¹³ As demais entrevistas foram publicadas nas seguintes datas: Rafa Penido (16/12/21), Alberto Rodrigues (17/12/21), César Weiler (20/12/21), Doni Vieira (21/12/21), Beto Guerra (22/12/21) e Haroldo de Souza (23/12/21).

fecha com reflexões a respeito de estratégias para o enfrentamento à pandemia de Covid-19, propostas por Ferraretto e Morgado (2020).

Ciente de que a história da narração já foi contada por inúmeros pesquisadores, profissionais e adeptos da locução esportiva, o presente estudo apresenta no capítulo Aspectos históricos da narração de futebol no rádio, basicamente, o percurso da função, com ênfase nas quatro capitais escolhidas para a observação: Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte. Antes, porém, serão abordados, logo na abertura, fatos pioneiros em algumas regiões do Brasil. Há o apoio de uma série de autores como Tavares (2011), Soares (1994), Murce (1976), Ortriwano (1985), Phaelante (1998) e Prata e Santos (2012 e 2014). No capítulo, ainda, é destacada a relação entre a proposta de periodização do rádio brasileiro (FERRARETTO, 2012) com a ideia de linha do tempo da narração esportiva no país (GÖTZ, 2020).

É importante destacar que esta investigação leva em conta tanto a produção científica sofisticada quanto aquela mais técnica e popular, produzida por profissionais atuantes no mercado de trabalho, denominadas por Kischinhevsky (2016) de “manuais”. Entende-se os riscos ao se empreender diálogos entre autores de universos distintos, contudo, o próprio Kischinhevsky ressalta que:

Um colega há poucos meses me contou que lançaria um novo livro sobre rádio. “É um manualzão”, disse, meio que se desculpendo. Não deveria se envergonhar, até porque o livro é excelente no que se propõe. A desculpa talvez se deva ao divórcio entre teoria e prática, que alija muitos pesquisadores do rádio de programas de pós-graduação – felizmente, não é o caso deste colega. Muitas vezes, é puro preconceito por parte dos teóricos da comunicação, que não veem no fazer radiofônico um espaço para reflexão em nível de *pós stricto sensu*. Nos últimos anos, pesquisadores das mais diversas filiações teóricas têm se dedicado a discutir questões epistemológicas e metodológicas da comunicação, em coletâneas que reúnem alguns dos principais nomes da área. O problema é que há um inusitado silêncio em torno das pesquisas sobre radiofonia (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 284).

Qual o grande contorno da utilização de manuais em uma pesquisa acadêmica, principalmente, no nível de exigência de uma tese de doutorado?

Na outra ponta, na esfera da produção, é igualmente pouco expressivo o relato que profissionais do rádio oferecem sobre as rotinas produtivas em que estão inseridos. Raramente, jornalistas e radialistas são capazes de elaborar que critérios norteiam a elaboração de conteúdos radiofônicos ou pensam criticamente sobre este fazer. Entrevistas mal conduzidas com estes profissionais em geral registram apenas discursos laudatórios sobre emissoras e programas, bem como autoelogios (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 286).

Kischinhevsky, levando em conta Fonseca Júnior (2009), lamenta a inexistência de uma metodologia específica para a pesquisa em mídia sonora. E reforça a preocupação, no que consta às complexidades proporcionadas pelo contexto de rádio, agora, expandido. Por isso mesmo, o autor sugere que, para dar conta do estudo e análise de um objeto de comunicação, se deveria optar, caso possível, por uma abordagem multimétodos (2021).

A investigação segue com o capítulo Linguagem radiofônica, expressão verbal, técnicas e estilos de narração de futebol. Quanto a aspectos referentes à linguagem, o trabalho aborda conceitos expostos por Ferraretto (2014), com apoio de Albano da Silva (1999), sobre elementos como voz, *spots*, som, música, efeitos sonoros, ruído e silêncio.

O trabalho ampara-se, também, na obra *La expression verbal en la radio*, de Prieto Castillo (1984), para identificar e entender as possíveis estratégias retóricas utilizadas pelos narradores, na atualidade, através de recursos expressivos.

No caso das técnicas de narração, é recuperada a classificação tradicional proposta por Soares (1994), que divide a locução em conotativa ou denotativa, que tem o apoio de autores de manuais, com destaque para Schinner (2004), que compreende a locução em dois tipos semelhantes aos de Soares: Livre e Orientada. César (2009), por sua vez, contribui com questões relativas à voz e suas variações interpretativas. Trata-se da base teórica aplicada para a análise de elementos como: os tipos de locução, ritmos, e os demais passos para a realização de uma transmissão.

É reconhecida a importância, na atualidade, do conceito de “conversação em rede” (RECUERO, 2012), pelo fato de que o ouvinte também participa ativamente e, sem dúvida, conforme Kischinhevsky (2021), é preciso prestar atenção na replicação dos conteúdos nesse “ecossistema midiático em que os meios se interrelacionam em plataformas analógicas e digitais, disputam atenções de uma audiência cada vez mais fragmentada e abrangente” (KISCHINHEVSKY, 2021, p. 7).

Mas, ressalta-se: a investigação observa o papel do narrador nesse “ecossistema midiático”. Considera-se que uma abordagem quanto ao ouvinte, receptor ou seguidor e o processo de conversação em rede, trata-se de uma investigação à parte ou uma outra proposta de pesquisa. Quer-se, neste momento, entender o comportamento dos narradores de futebol de rádio frente às câmeras, rodeados de elementos gráficos, levando em conta o passado, presente e projeção de futuro.

O capítulo A narração de futebol em Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte no contexto de rádio expandido, apresenta um breve histórico dos oito narradores, observando-os, na sequência, conforme os cinco eixos estabelecidos. Ao final de cada subcapítulo, os locutores são analisados. No fechamento, emprega-se o cruzamento dos dados de forma contextual. Por fim, a investigação apresenta as suas considerações finais.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Duarte (2011), existem diferentes definições para estudos de caso. Goode e Hatt (1979), por exemplo, não consideram o estudo de caso como uma técnica, mas um meio de preservar o caráter unitário de determinado objeto. Pode ser definido segundo uma série de conceitos, tais como: analítico, explicativo, indutivo ou particular. Para esta pesquisa, toma-se como norteadora a proposta elaborada por Yin (2015). Segundo contextualiza, o estudo de caso:

Investiga um fenômeno contemporâneo (o “caso”) em profundidade e em seu contexto de mundo real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto puderem não ser claramente evidentes. A investigação do estudo de caso enfrenta a situação tecnicamente diferenciada em que existirão muito mais variáveis de interesse do que pontos de dados, e, como resultado conta com múltiplas fontes de evidência, com os dados precisando convergir de maneira triangular, e como outro resultado beneficia-se do desenvolvimento anterior das proposições teóricas para orientar a coleta e a análise de dados (YIN, 2015, p. 17-18).

Conforme Yin, há três tipos de estudos de caso: explicativos ou causais, descritivos e exploratórios. Yin (2015, p. 9) explica também que existem três condições para a escolha de um método: “(a) o tipo de questão de pesquisa proposto; (b) a extensão do controle que um pesquisador tem sobre os eventos comportamentais reais; (c) o grau de enfoque sobre eventos contemporâneos em oposição aos eventos totalmente históricos”.

Primeiramente, deve ser elaborado “um esquema básico de categorização para os tipos de questões e a série conhecida das perguntas: ‘quem’, ‘o que’, ‘onde’, ‘como’ e ‘por que’” (YIN, 2015, p. 9). No estudo de caso, como ressalta Duarte (2011), as questões predominantes são, justamente, como? e por quê? Entende-se que esta pesquisa em questão possui um caráter que engloba ambas orientações. Observa-se uma perspectiva individual, mas também múltipla.

Objetivamente, Yin determina que existem cinco componentes que caracterizam a execução de um projeto de estudo de caso, que são os seguintes:

Os três primeiros componentes – isto é, a definição das questões, proposições e unidade de análise do seu estudo – levarão seu projeto de pesquisa a identificar os dados que devem ser coletados. Os dois últimos componentes – isto é, a definição da lógica que vincula os dados às proposições e aos critérios para a interpretação dos achados – levarão à antecipação da análise do seu estudo de caso, sugerindo o que deve ser feito após os dados terem sido coletados (YIN, 2015, p. 39).

O autor divide, ainda, os projetos de estudos de caso em 4 tipos: “(Tipo 1) projetos de caso único (holístico), (Tipo 2) projetos de caso único (integrado), (Tipo 3) projetos de casos múltiplos (holísticos) e (Tipo 4) projetos de casos múltiplos (integrados)” (YIN, 2015, p. 53). Considera-se que o Tipo 4 é o projeto mais conveniente para esta pesquisa. Como já enfatizado, a narração esportiva é a unidade central de análise deste estudo. Já as emissoras de rádio concentram-se, principalmente, no nível de subunidade.

Yin considera que tanto o estudo de caso único quanto o múltiplo possuem a mesma estrutura metodológica de origem. Contudo, as escolhas dependem da justificativa, a qual determinará o conjunto de questões da pesquisa. “Um *insight* importante é considerar os casos múltiplos como se consideram os experimentos múltiplos – ou seja, seguindo a lógica da ‘replicação’ (YIN, 2015, p. 60). O estudioso (2015, p. 60) explica que há uma lógica para a escolha do método múltiplo: (a) possa predizer resultados similares (uma replicação literal) ou (b) possa produzir resultados contrastantes, mas para razões previsíveis (uma replicação teórica).

Os estudos de caso múltiplos podem variar, ainda, em dois tipos: holísticos e integrados. São os fenômenos e as questões implicadas que determinam as diferenças e aplicabilidades. “Quando um projeto integrado é usado, cada estudo de caso individual pode de fato incluir a coleta e a análise de dados quantitativos, incluindo o uso de levantamentos em cada estudo de caso” (YIN, 2015, p. 67).

A lógica da replicação, enfatiza Yin, deve ser diferenciada da lógica da amostragem que, segundo o autor, estaria deslocada em relação aos estudos de caso, já que requer a enumeração de dados referentes a um universo que leve em conta a prevalência de fenômenos. O estudo de caso não dá conta de amostragens demasiadamente grandes, com riscos de refletir em uma avaliação superficial. A amostragem afetaria, também, garante Yin, a natureza empírica de uma determinada pesquisa.

2.1 Estudo de caso e a coleta de evidências

De acordo com Yin (2015), em relação ao estudo de caso, a coleta de evidências ou dados pode ocorrer através de variadas fontes. Contudo, há seis consideradas potencialmente relevantes: “documentação, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos” (YIN, 2015, p. 107). Conforme o autor, é difícil determinar, através do método de estudo de caso, qual o ponto final de um processo de coleta. Porém,

existem duas medidas que podem indicar se o levantamento foi suficiente para um determinado caso:

- a) tenha evidência confirmatória (evidência de duas ou mais diferentes fontes) para a maioria dos tópicos principais;
- b) sua evidência inclua tentativas de investigar hipóteses e explicações rivais importantes (YIN, 2015, p. 108).

A documentação oferece uma vasta fonte de recursos como cartas, memorandos, anotações, agendas, relatórios, artigos de jornais, entre outros. Com a internet, o acesso é ainda mais amplo, diante da enorme variedade de bancos de dados que podem ser consultados. “Para a pesquisa de estudo de caso, o uso mais importante dos documentos é para corroborar e aumentar a evidência de outras fontes” (YIN, 2015, p. 111).

Os registros de arquivos, com frequência, surgem na forma de arquivos públicos, registros de serviços, organizacionais, mapas ou gráficos. Geralmente, aponta Yin, são utilizados em combinação com outras evidências e sua importância depende do tipo de estudo de caso e suas necessidades. Os registros são produzidos com “uma finalidade específica e para um público específico que não o seu estudo de caso, e essas condições devem ser avaliadas na interpretação da utilidade e da exatidão desses registros” (YIN, 2015, p. 114).

As entrevistas, destaca Yin (2015), são das evidências mais comuns e importantes nos estudos de caso. Como característica principal, a técnica é aplicada de forma fluida, conhecida também como entrevista em profundidade ou entrevista não estruturada. As principais tarefas durante sua execução são as seguintes:

- a) seguir sua própria linha de investigação, como refletida pelo protocolo do estudo de caso, b) formular questões verdadeiras (conversacionais), de maneira imparcial, para que também sirvam às necessidades de sua linha de investigação (YIN, 2015, p. 114).

As entrevistas em um estudo de caso, acrescenta Yin, podem operar em dois níveis: a linha de investigação e “questões ‘amigáveis’ e ‘não ameaçadoras’ em suas entrevistas abertas” (YIN, 2015, p. 114).

As ferramentas mais comuns para a aplicação de uma entrevista são o gravador (ou celular) e um bloco de anotações. E isso depende da preferência do entrevistador. No caso da gravação, não há uma regra que obrigue o uso, por exemplo, caso o entrevistado sinta-se

desconfortável. Conforme Yin, as entrevistas de estudo de caso são classificadas em três tipos: prolongadas, curtas e de levantamento.

Nas prolongadas, que têm duração de duas horas ou até mais, os encontros podem ocorrer em episódios múltiplos. Com isso, existe a chance de o entrevistador obter elementos mais profundos. O entrevistado, segundo Yin, pode tornar-se mais do que participante, mas um informante.

Nas curtas, as entrevistas para estudos de caso devem acontecer em um período de cerca de uma hora e com foco mais determinado. “Até permanecer abertas e ser em tom de conversa, mas é provável que se siga o seu protocolo do estudo de caso (ou uma parte dele) mais rigorosamente” (YIN, 2015, p. 115). Por fim, as entrevistas de levantamento utilizam um questionário estruturado, elaborado sob um viés quantitativo.

A coleta de dados por observação direta trata da avaliação de fenômenos diante de um contexto real, levando em conta condições sociais e ambientais. “Isto pode envolver a observação de reuniões, atividades de rua, trabalho em fábrica, salas de aula e outros” (YIN, 2015, p. 118). Esse tipo de observação também pode ser informal e ocorrer, por exemplo, durante uma entrevista e incluindo outros observadores, o que acaba, até mesmo, aumentando a confiabilidade das evidências.

Na observação participante, o pesquisador não permanece passivo, isto é, exerce papéis de interação durante o processo investigativo. Com pouca importância aos estudos de caso, as evidências de artefatos físicos ou culturais englobam a observação de aparatos tecnológicos, obras de arte, entre outros dispositivos materiais que façam parte de um determinado estudo, de acordo com Yin. A realização eficaz de uma coleta de dados passa pelo cumprimento de quatro princípios (YIN, 2015, p. 109):

- a) o uso de múltiplas fontes de evidência, não apenas uma;
- b) a criação de um banco de dados do estudo de caso;
- c) a manutenção de um encadeamento de evidências; e
- d) o cuidado no uso de dados de fontes eletrônicas de evidência, como comunicações de mídia social.

Das seis fontes de evidências abordadas por Yin (2015), foram utilizadas as seguintes: documentação, registros em arquivos, observação direta e artefatos físicos. A documentação e registro de arquivos dão conta de materiais (livros, artigos e sites), principalmente, de cunho memorialístico e os artefatos físicos são aqueles materiais ou documentos utilizados com

autorização das fontes (escalações, tabelas ou planilhas). A observação direta tratou da análise de transmissões, como será explicado, ainda, neste capítulo.

Como destacado na introdução, abriu-se mão, nesta pesquisa, da produção de entrevistas exclusivas para este trabalho, pois foram utilizados recortes de depoimentos colhidos, principalmente, do canal Projeto As Vozes do Gol, na plataforma YouTube. As entrevistas, em alguns momentos, como destaca Kischinhevsky (2021), apresentam apenas uma visão parcial dos fatos.

É preciso não apenas entrevistar estes profissionais, mas conjugar a análise de suas falas a uma análise do conteúdo efetivamente veiculado, o que exige decisões difíceis, visto que o volume de dados produzidos por uma emissora de rádio escapa à capacidade de processamento de pesquisadores individuais (KISCHINHEVSKY, 2021, p. 6).

Sendo assim, os depoimentos tiveram o complemento de outras evidências qualitativas oriundas de livros e sites na internet. Como já bem delineada, a seguinte investigação não se trata de um trabalho de cunho histórico, apesar da necessária contextualização, logo nos primeiros capítulos, e nas apresentações dos narradores, na penúltima parte.

2.2 Estratégias e técnicas de análise

Conforme Yin (2015), nos estudos de caso, o pesquisador, além de produzir esquemas de análise por conta própria, pode aplicar outras quatro estratégias, somadas a cinco técnicas de avaliação de dados. A primeira estratégia é seguir as proposições teóricas, originadas através da elaboração dos objetivos, revisões e questões de pesquisa, a partir do projeto. A orientação teórica torna-se um guia no processo de análise dos estudos de caso.

A segunda estratégia, ao invés de tomar como base a teoria, leva em consideração a observação dos dados. É possível que, a partir dessas informações, sejam captadas relações ou conexões que sugiram novos conceitos.

Nos estudos de caso, uma estratégia indutiva oferece garantias adicionais se for necessário coletar dados quantitativos, o que pode ser relevante por, pelo menos, duas razões. Em primeiro lugar, os dados podem cobrir o comportamento e os eventos que o seu estudo de caso está tentando explicar – tipicamente, os “resultados” em um estudo de caso avaliativo. Em segundo lugar, os dados podem estar relacionados a uma unidade integrada de análise dentro do seu estudo de caso, mais amplo. Em qualquer uma das situações, seus dados qualitativos podem ser cruciais na explicação, ou, de outra forma, no teste das proposições-chave do seu estudo de caso (YIN, 2015, p. 142).

Segundo Yin, a terceira estratégia oferece a possibilidade de se elaborar um quadro descritivo, aplicando a construção de tabelas que organizem os dados em tópicos. A quarta, por sua vez, pode combinar as três propostas anteriores.

[...] as proposições teóricas iniciais podem ter incluído hipóteses rivais; as perspectivas contrastantes dos participantes e dos acionistas podem produzir estruturas descritivas rivais (segunda estratégia); trabalhar a partir do zero (a segunda estratégia) pode produzir quadros indutivos rivais; e as descrições de caso (a terceira estratégia) podem envolver descrições alternativas do caso (YIN, 2015, p. 144-145).

Como complementação, Yin ainda propõe o uso de cinco técnicas analíticas, com o intuito de validar a pesquisa: combinação de padrão, construção de explicação, análise de séries temporais, modelos lógicos e síntese dos dados cruzados. A combinação é uma das técnicas mais desejáveis nos estudos de caso.

Se o estudo de caso for explicativo, os padrões podem estar relacionados com as variáveis dependentes ou independentes do estudo [...] Se o estudo de caso for descritivo, a combinação de padrão ainda é relevante, desde que o padrão previsto de condições descritivas importantes seja definido antes da coleta de dados (YIN, 2015, p. 147).

Quanto à construção da explicação, Yin (2015, p. 153-154) descreve que o processo ocorre conforme uma série de interações, diante dos seguintes passos:

- 1 - Realização de uma declaração teórica inicial ou uma proposição explicativa inicial.
- 2 - Comparação das descobertas de um caso inicial com essa declaração ou proposição.
- 3 - Revisão da declaração ou da proposição.
- 4 - Comparação dos outros detalhes do caso com a revisão.
- 5 - Comparação da revisão com as descobertas de um segundo, terceiro ou mais casos.
- 6 - Repetição deste processo tantas vezes quanto necessário.

A terceira técnica conduz a análise de séries temporais simples, complexas ou de sequências cronológicas.

Qualquer que seja a natureza estipulada da série temporal, o objetivo importante do estudo de caso é examinar algumas questões relevantes de “como” e “por que” sobre o relacionamento dos eventos ao longo do tempo, não é simplesmente observar as tendências de tempo isoladas. Uma interrupção em uma série temporal será a ocasião para postular os

relacionamentos causais potenciais; da mesma forma, a sequência cronológica deve conter postulados causais (YIN, 2015, p. 159).

Sobre o modelo lógico, Yin (2015, p. 160) explica que consiste em “combinar eventos empiricamente observados com eventos teoricamente previstos. Conceitualmente, pode-se considerar, portanto, a técnica do modelo lógico como outra forma de combinação de padrão”.

Por fim, a técnica da síntese cruzada dos casos é aplicada, como as demais, em casos individuais ou múltiplos. Contudo, quanto mais casos forem apreciados, mais robusta se tornará a análise.

Essa organização agora permite que sua análise examine se casos diferentes parecem compartilhar perfis semelhantes e merecem ser considerados exemplos (replicações) do mesmo “tipo” de caso geral. Alternativamente, os perfis podem ser suficientemente diferentes, de modo que os casos merecem ser considerados casos contrastantes. Uma similaridade ou um contraste previstos podem ter sido parte do projeto original do estudo de caso. Se assim for, as descobertas baseadas nos perfis observados irão confirmar ou negar as expectativas originais e se associar à pesquisa anterior que foi revisada no desenvolvimento do projeto original (YIN, 2015, p. 170).

Objetivamente, este trabalho utiliza variadas fontes de evidências, enfatizando a observação de narradores-chave, determinados na delimitação. Considera-se este um projeto de caráter múltiplo, incorporado, descritivo, comparativo e explicativo.

2.3 Protocolo: proposta de análise da narração esportiva

Seguindo os passos propostos por Yin (2015), buscou-se construir a estrutura dos componentes de pesquisa da seguinte forma:

1 – Definição das questões: como os locutores esportivos contemporâneos podem ser qualificados no contexto de rádio expandido?

2 – Proposições: os narradores esportivos seguem as lógicas do rádio atual, que é um meio de comunicação em movimento (caráter hipotético).

3 – Unidades de Análise: Trata-se de um estudo de caso múltiplo que observa a narração esportiva radiofônica em quatro cidades: Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte. Delimitaram-se as regiões pela sua importância histórica e a escolha dos narradores seguiu a ordem de integrar, primeiramente, profissionais experientes e, em segundo,

mais jovens. As unidades de análise são, portanto: oito narradores, sendo quatro paradigmáticos e quatro contemporâneos.

4 - Generalização empírica – Como este estudo observa parte da dinâmica da narração, conforme a escolha dos narradores, a lógica entre as proposições, teorias e as descobertas (evidências), são interpretadas e analisadas, levando em conta cinco eixos: mercado de trabalho, tecnologia, linguagem radiofônica, recursos expressivos e técnicas de narração.

5 - Os critérios para interpretar as constatações – Foram enumeradas uma série de características de cada um dos períodos históricos da narração no Brasil: desbravador, paradigmático e contemporâneo. São identificadas semelhanças e diferenças (explicações rivais). Fundamentalmente, este estudo apresenta um caráter comparativo, em primeiro lugar, levando em consideração as diferenças entre a narração do passado com o tipo de narração produzida na atualidade. Em um segundo momento, é aplicada a comparação entre os resultados obtidos conforme a observação dos casos de maneira geral. Na análise, são discutidos os resultados da coleta de dados sob o amparo teórico.

2.4 Estrutura de análise: etapas, eixos e categorização

É necessário enfatizar que a seguinte pesquisa foi produzida, principalmente, levando em consideração o teor das entrevistas dos oito narradores, publicada no Projeto As Vozes do Gol, no canal presente na plataforma YouTube. Para observação da atuação dos mesmos, na prática, foram escolhidas partidas de maneira aleatória e sem a execução de decupagem. Concluiu-se que muitos elementos poderiam se repetir. Por isso, destacaram-se somente trechos relevantes.

Justifica-se a medida pelo simples fato de que, como já destacado, este trabalho indica um recorte ou apenas uma parte do que representa o contexto geral do rádio brasileiro, impossível de ser avaliado na sua totalidade em uma investigação desta natureza. Segundo Kischinhevsky (2021) e Fernández (2012), decupar conteúdos sonoros pode acarretar em uma tarefa exaustiva e que nem sempre dará conta do objeto.

Com base nos cinco eixos, a análise do objeto foi dividida em cinco categorias:

1) Estilística: Determina a classificação dos narradores: conotativo ou denotativo (SOARES, 1994); livre ou orientado (SCHINNER, 2004).

2) Tecnológica: Dedicada a identificar elementos **parassonoros** (KISCHINHEVSKY, 2016) (fotos, vídeos, ícones, gráficos, *hiperlinks*) que estariam sendo experimentados pelos locutores, mediante possíveis processos de **radiomorfose** (PRATA, 2008).

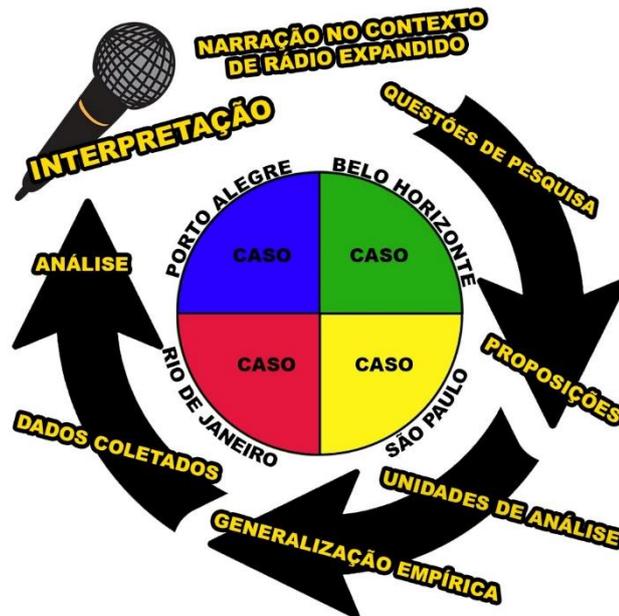
3) **Mercadológica:** Observa a dinâmica de mercado em relação aos narradores experientes e jovens, no âmbito de **multiplicidade da oferta** (BRITTOS, 2002), em um cenário de emissoras hertzianas e *webs*.

4) **Linguística:** Confere a presença de elementos como palavra, música, efeitos sonoros e silêncio no campo da narração. SILVA (1999) e (FERRARETTO, 2014).

5) **Retórica:** Investiga quais as estratégias retóricas (metáforas, figuras de linguagem, frases de efeitos) empregadas pelos narradores hertzianos e *web* para persuadir ouvintes e internautas, através de recursos expressivos, sob a ótica de Prieto Castillo (1984).

A Figura 1 objetiva a configuração desta investigação:

Figura 1 - Fluxo do percurso metodológico de pesquisa



Fonte: elaborado pelo autor (2021).

Na sequência, o terceiro capítulo recupera fatos históricos sobre as origens e o desenvolvimento do futebol no Brasil, sua relação com o rádio, tecnologia, mercado, espetáculo e os impactos provocados pela pandemia de Covid-19.

3 FUTEBOL, ESPETÁCULO, TECNOLOGIA E MERCADO NO ÂMBITO DO RÁDIO

Conhecido como Vovô Rio Grande, segundo Dienstmann e Denardin (1998), o Sport Club Rio Grande é o clube de futebol mais antigo do Brasil. Foi fundado no dia 19 de julho de 1900. A data, inclusive, foi instituída como o Dia Nacional do Futebol, concebido pela Confederação Brasileira de Desportos, em 1976. Ainda em 1900, pouco tempo depois, em 11 de agosto, surgiu um dos clubes mais tradicionais do país, a Associação Atlética Ponte Preta, da cidade paulista de Campinas.

Ao longo dos anos, a origem do futebol brasileiro foi remetida ao ano de 1894, quando o estudante Charles Miller desembarcou da Inglaterra, país de origem da modalidade, com duas bolas de futebol. Porém, autores como José Moraes dos Santos Neto (2002) refutam a versão afirmando que o futebol já havia sido introduzido e disputado ainda antes.

Várias hipóteses podem explicar a origem do mito segundo o qual Miller seria, além de grande craque e divulgador pioneiro, o “pai” do futebol entre nós. A primeira diz respeito à inserção dos jogos entre clubes de elite nos jornais paulistas. Obviamente, enquanto foi uma atividade recreativa restrita a colégios, o futebol não mereceu qualquer atenção da imprensa. Além disso, deve-se ter em conta a força cultural desses grupos socialmente dominantes, contumazes inventores de tradições, bem como o fato de os primeiros arquivos sistematizados serem provenientes dos clubes e das ligas que os reuniam (SANTOS NETO, 2002, p. 32).

O esporte já seria jogado desde 1870, informalmente, por ingleses e cidadãos locais em cidades portuárias como o Rio de Janeiro. Além disso, Santos Neto (2002) também ressalta a adoção da modalidade por meio de padres jesuítas do Colégio São Luís, fundado em 1861, inspirados em modelos observados em centros de educação na Europa.

De 1879 a 1881 – e, portanto, antecipando-se ao parecer oficial e ao movimento geral das instituições de ensino –, os jesuítas de Itu visitaram grandes colégios na Europa. Na França, estiveram no Colégio de *Vannes*, onde já era praticado o futebol, e lá fizeram contato com o padre *Du Lac*, grande defensor do futebol inglês nas escolas (SANTOS NETO, 2002, p. 18).

Não existe um dado correto e oficial sobre a criação do esporte. As regras do jogo, o dimensionamento do campo, o número de componentes das equipes, foram modificados ao longo do tempo, até o formato conhecido na atualidade, que, eventualmente, passa por

alterações significativas. Conforme Dienstmann e Denardin (1998), no entanto, alguns dados oficiais foram importantes para decretar o que conhecemos como futebol. Em 1810, foi definido que cada equipe teria 11 jogadores. O primeiro clube do mundo surgiu em 1843, o *Guys Hospital Football Club*. Tempos depois, em 1863, foi fundada a *Football Association*, o embrião organizacional do futebol.

Em 1886, com a criação da *International Board*, em Londres, o futebol ganhou um órgão responsável para a definição de suas regras básicas, com a meta de unificar o esporte que, naquele momento, já havia se espalhado pela Europa e chegava em outros continentes como a América do Sul. A FIFA, fundada em 1904, associou-se à entidade inglesa apenas em 1913. No Brasil, surgiram alguns clubes que, hoje, são absolutamente tradicionais, como o Clube de Regatas do Flamengo, em 1895, e Clube de Regatas Vasco da Gama, em 1898, que se dedicavam ao remo e, apenas anos mais tarde, estabeleceriam o futebol como sua linha de frente. Dienstmann e Denardin (1998) e Frange (2016) afirmam que o futebol brasileiro começou a se profissionalizar nos anos 1930. Até então, era um tipo de esporte amador e, fundamentalmente, elitizado. Enquanto isso, algumas adaptações seguiam em curso. Foi apenas em 1939 que os ingleses oficializaram a numeração nas camisas dos atletas, nove anos após a disputa da primeira Copa do Mundo. No Brasil, até 1959, não havia um campeonato nacional de futebol. Em 1971, ano da primeira edição do Brasileirão, todavia existiam dois torneios que reuniam os campeões estaduais: Taça Brasil e Torneio Roberto Gomes Pedrosa.

Conforme Stein (2015), o sociólogo Gilberto Freyre, em 1947, em prefácio para a obra de Mário Filho¹⁴ *O Negro no Futebol Brasileiro*, já destacava o quanto o esporte foi importante para a transformação da sociedade. A partir da década de 1930, mais precisamente após a Copa de 1938, na França, onde a Seleção Brasileira terminou com a terceira colocação, o profissionalismo do futebol também abriu portas para grandes jogadores negros e mulatos, segundo Stein, como Leônidas da Silva¹⁵. Isso não significa que o racismo tenha sido esquecido. Contudo, para a época, tratou-se de um avanço significativo.

Creio não dizer novidade nenhuma repetindo que por trás da instituição considerável que o futebol tornou-se em nosso país se condensam e se

¹⁴ Foi cronista, escritor e jornalista. Era irmão de Nelson Rodrigues. Também teve papel importante na cultura do futebol brasileiro. Criou o termo Fla-Flu, que designa um dos maiores clássicos do Brasil, entre Flamengo e Fluminense. Em sua homenagem, o estádio do Maracanã, construído para a Copa de 1950, oficialmente, recebeu seu nome. Nascido em Pernambuco, em 1908, faleceu no Rio de Janeiro, em 1966, aos 58 anos.

¹⁵ Foi conhecido também pelo apelido de Diamante Negro e teria sido o inventor da bicicleta, um tipo de jogada que necessita de muita habilidade para execução. Contudo, foi Ramón Unzaga, em 1914, que criou o lance popularmente conhecido como *chilena*.

acumulam, há anos, velhas energias psíquicas e impulsos irracionais do homem brasileiro, em busca da sublimação. Essa sublimação que estava outrora apenas na oportunidade para feitos heroicos ou ações admiráveis que o Exército, a Marinha e as Revoluções mais ou menos patrióticas abriam aos brasileiros brancos e, principalmente, mestiços ou de cor, mais transbordantes de energias animais ou de impulsos irracionais (FREYRE¹⁶, 2003, p. 24).

Soares (2003) diz que “Freyre tinha convicção da existência do racismo no Brasil, embora pudesse pensar na singularidade do racismo brasileiro e nas formas pacíficas de gradual superação”. Freyre (2003) comparou o estilo do futebol brasileiro a uma dança coreografada “baianamente”, cheia de surpresas irracionais, conforme enfatiza, que alcançou um status de autenticidade. O futebol brasileiro, aponta Freyre, engrandeceu os negros, mulatos, mestiços, cafuzos e descendentes dessas etnias.

De acordo com Nascimento (2013, p. 47) “...a chamada ‘integração racial’ no futebol não aconteceu sem resistências. Foram registradas várias práticas ostensivas de racismo e ódio de classe no curso da história”. Anteriormente um esporte de elite, o futebol caiu nas graças da população brasileira, de uma forma geral. Dienstmann e Denardin (1998, p. 27) exemplificam o caso do Vasco da Gama que, em 1923, “com um time predominantemente de jogadores pobres, mulatos e negros, mantidos como funcionários de ricos comerciantes portugueses, desmoralizava os clubes ricos do Rio de Janeiro e é campeão estadual”. A miscigenação, uma característica marcante da sociedade brasileira, enfim, replicou no futebol.

Na obra *O Pontapé Inicial*, Caldas (1990) sistematiza a trajetória do futebol brasileiro em três períodos: amadorismo, profissionalismo marrom e profissionalismo. O último, segundo ele, formalmente, começa em 1933. Porém, o autor frisa que não há uma data específica, como citado anteriormente por Dienstmann e Denardin (1998) e Frange (2016). O primeiro jogo que marca essa era, aconteceu entre Companhia de Gás de São Paulo e São Paulo Railway, que venceu por 4 a 2, partida, justamente, organizada por Charles Miller. Houve, nos anos seguintes, a fundação de diversos clubes, mantidos por elites que, a partir da segunda era, a do profissionalismo marrom, chegavam a bancar benefícios de operários que recebiam como funcionários, mas com a contrapartida de atuar por seus respectivos clubes, como o caso do Bangu. Caldas explica que o profissionalismo marrom ocorreu entre 1923 e 1933, que, na verdade, se tratou de um “falso profissionalismo”. “O Vasco da Gama instituiu o ‘bicho’, em

¹⁶ O trecho destacado de prefácio à 1ª edição, que consta na 4ª edição, lançada em 2003.

1923, e a profissionalização ia se tornar um fato irreversível. Os que eram contra, usavam de todos os meios para manter o amadorismo” (CALDAS, 1990, p. 85).

Mas a partir do momento que o esporte caiu cada vez mais no gosto popular e, ainda, tornou-se uma oportunidade de negócios, segundo Caldas, pouco a pouco o futebol amador foi dando lugar à disputa profissional. Conforme o autor, a fase seguinte e, pode-se dizer, atual, é do profissionalismo e espetáculo. A partir da década de 1930, os jogadores passaram a ser contratados com respectivos salários. Desse modo, o esporte alcançaria todo e qualquer tipo de classe social. O que passou a ser fundamental foi a qualidade e o talento dos atletas, independentemente de sua origem. Ainda assim, percebe-se que, na atualidade, o futebol, novamente, se tornou um esporte de elite, mas com a diferença de que, agora, é regido pela dinâmica do mercado e do espetáculo.

Como será abordado na sequência, principalmente a partir da década de 1970, o futebol transformou-se em um meio eficaz de arrecadação. É verdade que grande parte do sistema do futebol no Brasil sofre com a falta de recursos, de apoio e visibilidade. Por outro lado, os “grandes clubes” estão inseridos em grupos de elite, onde mantém elencos milionários e são poucos os torcedores com reais condições de bancar os valores dos ingressos para duelos de torneios, tipo do próprio Campeonato Brasileiro, ou Copa Libertadores da América e, principalmente, competições como a Copa do Mundo, organizada pela FIFA.

Percebe-se também que, cada vez mais, a concorrência por grandes eventos, dadas as condições para que sejam adquiridos os direitos de transmissão, diminuiu consideravelmente, pois são poucos os meios de comunicação que possuem estrutura financeira suficiente para bancar as exigências ainda maiores dos organizadores. No Rio Grande do Sul, por exemplo, desde 2014, o grupo RBS foi o único do estado que cobriu as Copas do Mundo no Brasil, em 2014, e na Rússia, em 2018.

3.1 O futebol como espetáculo

No dia 31 de maio de 1958, a *Manchete Esportiva*¹⁷ publicou a histórica crônica de Nelson Rodrigues intitulada *Complexo de Vira-Latas*¹⁸, a última antes do embarque da delegação do

¹⁷ A Revista *Manchete Esportiva*, criada pela Bloch Editores, em 1955, conforme Couto (2012), circulou semanalmente, até 1959. Na segunda fase, voltou a ser editada entre 1977 e 1979.

¹⁸ Na obra *À sombra das chuteiras imortais*, Ruy Castro (1993) organizou uma série de 70 crônicas. Destas, 31 foram publicadas na *Manchete Esportiva* e 39 no *O Globo*. Conforme Castro, algumas tiveram seus títulos originais

Brasil para Suécia, onde conquistaria sua primeira Copa do Mundo. No texto, o autor se referia, ainda, ao sentimento de inferioridade dos brasileiros em relação ao resto do mundo, reflexo, principalmente, da derrota para o Uruguai, em 1950, no episódio conhecido popularmente como *Maracanazo*¹⁹, termo criado pelos próprios *charruas*.

Eu vos digo: — o problema do escrete não é mais de futebol, nem de técnica, nem de tática. Absolutamente. É um problema de fé em si mesmo. O brasileiro precisa se convencer de que não é um vira-latas e que tem futebol para dar e vender, lá na Suécia. Uma vez que ele se convença disso, ponham-no para correr em campo e ele precisará de dez para segurar, como o chinês da anedota. Insisto: — para o escrete, ser ou não ser vira-latas, eis a questão (RODRIGUES, 1993, p. 61-62).

Oito anos após a fatídica derrota, com uma equipe formada por jogadores como o goleiro Gilmar, Zagallo, Didi, Nilton Santos e o jovem Pelé, de 17 anos, o Brasil, no dia 29 de junho de 1958, bateu os suecos por 5 a 2 e levantou a tão desejada Taça Jules Rimet²⁰. Em 1962, apesar da lesão que prejudicou a participação de Pelé, com a base de grupo de quatro anos anteriores, o Brasil conquistou o bicampeonato ao vencer a extinta Tchecoslováquia por 3 a 1, no estádio Nacional, em Santiago, no Chile, no dia 17 de junho. O torneio ficou conhecido como a Copa de Mundo de Garrincha, que foi o principal expoente técnico. Antes do tricampeonato de 1970, no México, o Brasil sofreu uma quebra drástica na hegemonia futebolística, durante a participação no mundial da Inglaterra, em 1966, vencido pelos próprios ingleses. A Seleção Canarinho²¹ foi eliminada, ainda na primeira fase. Contudo, a redenção de

mantidos e outras publicadas com a rubrica Meu personagem da semana e À sombra das chuteiras imortais, tiveram seus títulos “usando-se escrupulosamente o pensamento e as palavras do autor” (CASTRO, 1993, p. 10).

¹⁹ No dia 16 de julho de 1950, com um público de 173 mil e 850 pessoas, a Seleção Brasileira abriu o placar com Friaça. Mas, no segundo tempo, Schiaffino e Ghiggia determinaram o resultado que deu o segundo título mundial aos uruguaios, que já haviam conquistado a primeira edição de Copas, em 1930.

²⁰ Foi o terceiro presidente da *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA). A taça do mundial levou seu nome até 1970, quando foi conquistada pelo Brasil pela terceira vez, definitivamente. A partir de 1974, a FIFA passou a entregar a taça Copa do Mundo FIFA, que segue até a atualidade. Ver: fifa.com.

²¹ Com a derrota, em 1950, o antigo uniforme utilizado pela Seleção, na cor branca, foi abandonado. Em 1953, a Confederação Brasileira de Desportos (CBD), atual Confederação Brasileira de Futebol (CBF), promoveu um concurso para criar uma roupa identificada com a nacionalidade do Brasil. O regulamento previa a confecção de novas camisetas, calções e meias. Foi o gaúcho Aldyr Garcia Schlee que elaborou o uniforme com as conhecidas camisas amarelas, calções azuis e meias brancas. O Brasil passou a ser conhecido popularmente como Seleção Canarinho, devido, principalmente, ao uso da cor amarela. Recentemente, a empresa Nike, fornecedora oficial de materiais esportivos, relançou o modelo branco, que foi utilizado na última edição da Copa América, no Brasil, em 2019. Sclee faleceu em 2018. Ver: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/gente/noticia/2018/11/morre-aldyr-garcia-schlee-escritor-e-criador-da-camisa-da-selecao-brasileira-cjojcua2g0e7g01rxvdd8wik2.html>.

Pelé aconteceria em terras mexicanas. Com Mário Jorge Lobo Zagallo, agora, no comando técnico, no dia 21 de junho de 1970, no Estádio Azteca, o Brasil derrotou a Itália por 4 a 1.

As conquistas de 1958, 1962 e 1970 realimentaram o imaginário criativo de Nelson Rodrigues, que se dedicou a escrever suas crônicas até 1978, sob o viés da superação do complexo de vira-latas, por intermédio de um novo termo que também acabou consagrado: “a pátria em chuteiras”²². Nelson Rodrigues faleceu no dia 21 de dezembro de 1980, no Rio de Janeiro, aos 68 anos. Dois anos após sua morte, o Brasil formou uma seleção de craques como Zico, Falcão, Sócrates, Éder Aleixo, Toninho Cerezo e Júnior, considerada uma das mais técnicas da história do futebol, mas que não conquistou o título do mundial realizado na Espanha, em 1982, após a derrota para a Itália, que ficou conhecida como a Tragédia do Sarriá.

Desde então, o Brasil venceu mais duas Copas do Mundo: 1994, nos Estados Unidos, e 2002, no Japão. Em 1998, a Seleção ainda foi vice, perdendo a decisão para os franceses, os organizadores daquele torneio. Ironicamente, em 2013, o governo brasileiro, em alusão ao mundial do Brasil, de 2014, lançou um selo que utilizou a expressão “pátria de chuteiras”²³, baseada na obra de Nelson Rodrigues. No segundo mundial organizado pelo Brasil, aconteceu a pior derrota de toda a trajetória do país. No dia 8 de julho, no estádio do Mineirão, em Belo Horizonte, a Alemanha aplicou uma goleada de 7 a 1 na equipe comandada por Luiz Felipe Scolari. Na final, os alemães venceram a Argentina por 1 a 0, no Maracanã, gol de Götze.

A referência introdutória deste estudo a Nelson Rodrigues deve-se ao fato de que o autor foi um dos tantos incentivadores da chamada espetacularização do futebol, através de um olhar singular. Segundo Oliveira e Pimenta (2018), Nelson Rodrigues integrou um período que os autores denominam de romântico. Mas é preciso ressaltar que o espetáculo do futebol é, sem dúvida alguma, um conceito ainda mais amplo, que, ao longo dos anos, enraizou-se nas entranhas culturais do povo brasileiro. O espetáculo do futebol, à época de Nelson Rodrigues, já fazia parte do cotidiano de aflições, expectativas e tradições de torcedores espalhados por todo o país. E o futebol continua movimentando milhões de pessoas e tornou-se um traço natural em grande parte do mundo. Como todo o fenômeno que move multidões, em consequência da atuante dinâmica capitalista, o futebol também passou a ser visto com uma ótima oportunidade de negócios e, como se sabe, no Brasil, não foi diferente.

²² Em 1994, foi lançada a obra *A pátria em chuteiras: Novas crônicas de futebol*, que também reuniu uma série de textos.

²³ Ainda no ano de 2013, o Governo também lançou uma compilação de textos de Nelson Rodrigues, intitulada *Pátria de Chuteiras*.

Manchete Esportiva, assim com outras publicações que se tornavam importantes na década de 1950, era, portanto, um produto de uma indústria cultural de massas, cujos padrões de comportamento social, político e econômico seriam moldados de acordo com os interesses de uma classe média urbana em crescimento constante. Apesar de o tema central girar em torno do futebol, um esporte de arena já considerado de massas, procurava-se acentuar representações burguesas de sociedade, tanto nas crônicas esportivas assinadas por Nelson Rodrigues, como na espetacularização dos esportes por meio do fotojornalismo (COUTO, 2012, p. 4-5).

A revista Manchete Esportiva foi um caso claro disso. De acordo com André Couto, percebeu-se que a aceitação do público era completamente viável de ser explorada comercialmente. Não só Nelson Rodrigues, mas outros expoentes como Carlos Drummond de Andrade, Rubem Braga, Manuel Bandeira, tiveram textos publicados na revista, algo que fidelizou um público que se interessava em consumir os conteúdos, pagando por isso.

Um importante aspecto do futebol em relação à cultura e à sociedade brasileira, ao longo do tempo, conforme Alexandre Vaz (2002), foi a formação de uma identidade nacional. Como ressaltado anteriormente, o esporte também proporcionou o surgimento de ídolos, que se tornaram referências não apenas como esportistas, mas como influenciadores de tendências. Em seu estudo, Vaz (2002, p. 21) procura entender a identidade nacional e seu vínculo com o esporte “sobretudo no que se refere às representações que os brasileiros fazem de si mesmos”. Segundo o autor, Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, foi o que se pode denominar de mito representante do “futebol-arte”. No seu entendimento, o mérito de Pelé não foi somente o fato de ter sido considerado rei do futebol, ter marcado mais de mil gols e conquistado inúmeros títulos pela Seleção Brasileira e Santos. Pelé representava “aquilo que o brasileiro poderia se tornar”.

Do complexo de vira-latas, afirmado por Nelson Rodrigues durante o período da Pátria em Chuteiras, Pelé tornou-se um símbolo do melhor futebol do mundo. Em 1974, por exemplo, Vaz destaca que alguns meios de comunicação como a Revista Veja estavam na procura do futebol-arte, que teria se perdido com a invasão de elementos oriundos do estilo europeu, com base na preparação física e no raciocínio tático. Foi justamente no período entre os anos 1970, como destaca Frange (2016, p. 36), “que o futebol virou alvo de grandes empresas na busca da exposição da marca, empresários de atletas envolvidos em transações milionárias e concorrência entre canais de televisão”. Foi nesse âmbito, em conjunto com a evolução midiática dos jornais, rádio e televisão, de acordo com Oliveira e Pimenta (2018), que se desenvolveu a espetacularização no Brasil.

Uma das teorias críticas clássicas sobre a espetacularização, que também já foi amplamente relacionada ao futebol, está presente na obra intitulada *A sociedade do espetáculo*, de Guy Debord, publicada em 1967. Foi em 1968, contudo, a partir dos tumultos de maio, que os conceitos tratados por Debord se popularizaram e serviram como instrumento de questionamentos à “economia abundante”. Para Aquino (2007), “trata-se de uma perspectiva comunicativa que carrega, com radicalidade, um sentido outro de comunicação, que reinterpreta o projeto marxista de uma sociedade sem classes e cuja condição histórica primeira é a superação do domínio fetichista do valor”.

O fetiche da mercadoria, segundo Karl Marx aponta na obra *O capital*, objetivamente, é um fenômeno no qual a mercadoria perde sua relação com o trabalho e recebe um valor irreal e de culto.

É apenas uma relação social determinada entre os próprios homens que aqui assume, para eles, a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Desse modo, para encontrarmos uma analogia, temos de nos refugiar na região nebulosa do mundo religioso. Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, como figuras independentes que travam relação umas com as outras e com os homens. Assim se apresentam, no mundo das mercadorias, os produtos da mão humana. A isso eu chamo de fetichismo, que se cola aos produtos do trabalho tão logo eles são produzidos como mercadorias e que, por isso, é inseparável da produção de mercadorias (MARX, 2013, p. 206-207).

Debord com base nisso, descreve o cotidiano do capitalismo, onde a lógica teria passado a produzir um conjunto de relações aparentes. Debord (2003, p. 13) afirma ainda que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação”.

No caso do jornalismo, levando-se em conta a teoria proposta por Debord, a espetacularização ocorreria no momento que o público se tornaria alienado conforme o resultado de uma relação social midiaticizada. A ideia pode ser aplicada em um exemplo recente, adotado pela Rede Globo, em 2011. Conforme Oselame (2012), a emissora estabeleceu o “engraçadismo” na sua programação esportiva. De acordo com a autora, “segundo esse modelo, a preocupação do jornalista, antes de informar o telespectador, deve ser a de produzir uma matéria leve, descontraída, ‘despojada’ e, sempre que possível, engraçada” (OSELAME, 2012, p. 136). A ideia refletiu, nada mais, nada menos, do que no próprio panorama do futebol brasileiro, a partir, principalmente, dos anos 2000. Foi nesse período que se popularizou a

enorme preocupação de muitos jogadores com a aparência, com as cores dos cabelos e das chuteiras, algo que se tornou atrativo, também, no que diz respeito ao mercado de consumo. A indústria de materiais esportivos, de um lado, evoluiu na confecção de uniformes mais leves e adaptados às condições de tempo e terreno de jogo. Mas, por outro lado, contribuiriam para a espetacularização que seria refletida, inclusive, nas mídias.

Para Sebrelí (1967), no momento que se foi produzindo uma separação entre as massas do futebol, começou o processo de divisão alienante. No texto intitulado *Futebol e Alienação*²⁴, o autor percebeu que, já o final dos anos 60, o futebol passou de um valor de uso para se tornar um valor de câmbio. O autor afirma que foi nesse momento que iniciou a era das fabulosas negociações e o esporte transformou-se em objeto de comércio. Sebrelí (1967, p. 119) chega a questionar: “Por quais razões se torce para um determinado time e outro não?”. Antes mesmo da primeira transmissão colorida de uma Copa do Mundo, que aconteceu no México, em 1970, Sebrelí fez a seguinte observação, a partir da sua percepção sobre o mercado do futebol, naquele momento.

Não seria demasiado fantasioso imaginar, no futuro, os jogadores atuando em total solidão em imensos estádios vazios, sabendo que são observados de longe por controles invisíveis. E poderia, ainda, que nem sequer as partidas precisariam ser jogadas; do mesmo modo que uma operação da bola, se especularia no abstrato, ao redor de uma atividade que em realidade não se realiza. Se venderiam simplesmente ações de Boca ou River (SEBRELI, 1967, p. 119).

Por outro lado, existem questionamentos à teoria de Debord que, por consequência, serviriam também para refletir sobre as observações de Sebrelí. Para João Freire Filho (2003), os argumentos apresentados por Guy Debord possuem sua importância histórica e, muitas vezes, são mal interpretados, até mesmo, por pesquisadores reconhecidamente influenciados pelo marxismo. Acusa Freire Filho o fato de que em diversos casos, Debord foi alvo de uma série de citações levianas, simplesmente pelo fato de ter sido muito reverenciado ao longo dos anos.

Conforme Freire Filho, Berman (1990-91) havia alertado que muitos comentários empobreceram a tese e, simplesmente, agravaram as possíveis impropriedades do texto. Ainda assim, para Freire Filho (2003, p. 42), em relação à contemporaneidade, a “força tendencial (e

²⁴ Presente na coletânea de textos *El Fútbol*, impressa pela Editorial Alvez, Argentina, de 1967.

tendenciosa) do espetáculo vai ganhando intensidade e abrangência bastante discutíveis, consubstanciadas, por exemplo, nas referências-clichê ao ‘império da passividade moderno’”.

O poder de sedução das teses debordianas não deve, porém, deixar-nos hipnotizados a ponto de perder de vista o que se passa fora dos bastidores do espetáculo. Neste particular, toda a safra recente de estudos sobre a riqueza da vida cotidiana e o papel das mediações culturais na relação com a mídia; as pesquisas qualitativas e as etnografias que avaliam o grau de autonomia das audiências diante dos dispositivos de comunicação; as teorizações sobre consumo e cidadania podem figurar, do ponto de vista analítico, como um bem-vindo corretivo aos *culs-desac* a que Debord nos conduz (FREIRE FILHO, 2003, p. 45).

Conforme Nascimento (2013, p. 49), a “louvação do futebol brasileiro convive com a crítica, hoje minoritária, de que representaria um eficiente instrumento de alienação de massas, uma espécie de ‘ópio do povo’ neutralizante das contradições”. Nascimento cita a influência do futebol como fenômeno político-social em episódios como da Copa de 1970, em que a imagem da Seleção foi utilizada como propaganda governamental, no então Regime Militar “ao mesmo tempo que serviu para escamotear a luta de resistência democrática” (NASCIMENTO, 2013, p. 49). Contudo, ressalta que o futebol é um eficiente instrumento de mobilização popular. Nesse sentido, é possível torcer e, ao mesmo tempo, manter uma consciência política. Na Itália, por exemplo, em maio de 2020, conforme reportagem do site UOL (2020), torcedores do Torino protestaram contra o retorno do futebol, diante da pandemia de Covid-19. No Brasil ocorreram casos semelhantes, como quando torcedores do Flamengo, em junho do mesmo ano, manifestaram-se especificamente contrários ao posicionamento do então presidente Jair Bolsonaro diante da situação sanitária e “pela defesa da democracia”, assim como torcidas organizadas de Corinthians, em São Paulo, e Atlético-MG, em Minas Gerais.

Por outro lado, esses eventos contrapuseram uma das principais orientações das autoridades sanitárias, isto é, de que fossem evitadas aglomerações. Em diversas oportunidades, registraram-se reuniões em massa de diferentes torcidas pelo Brasil. Na final da Copa Libertadores de 2020, realizada em 31 de janeiro de 2021, na qual o Palmeiras derrotou o Santos pelo placar de 1 a 0, conquistando seu bicampeonato, com aval da Conmebol, cerca de 2500 convidados estiveram presentes nas arquibancadas do Maracanã. Muitos deles sem máscaras. No dia 24 de fevereiro de 2021, centenas de flamenguistas apoiaram a delegação do clube, no

aeroporto Santos Dumont, durante embarque para duelo decisivo pelo Campeonato Brasileiro²⁵, diante do São Paulo, de acordo com matéria do Globo Esporte (2020).

3.2 O futebol como negócio

No caso brasileiro, como abordado anteriormente, na década de 1930, primitivamente, iniciou o processo de profissionalização do futebol. Porém, foi com o passar dos anos que o esporte começou a influenciar o mercado²⁶. Nascimento aponta dois fatores fundamentais para a entrada definitiva dos clubes na dinâmica: a profissionalização dos jogadores e a conversão das agremiações em empresas. No Brasil, destaca o autor, o futebol esteve ligado, principalmente, à ascensão da estrutura ferroviária, em decorrência da Revolução Industrial que se tornou uma tendência mundial, a partir do século XIX.

Fundada em 1914, a Confederação Brasileira de Desportos (CBD), extinta em 1979, deu lugar à atual Confederação Brasileira de Futebol (CBF), uma exigência da FIFA, da qual as federações deveriam focar a atenção no futebol, o que não era o caso da CBD, que também atuava em modalidades olímpicas. A exemplo da própria FIFA, a CBF também passou por momentos turbulentos em função de escândalos de corrupção na entidade. Segundo Rodrigo Mattos (2018), em sete anos, três presidentes foram afastados. Isso, segundo Mattos, não alterou muita coisa ao processo eleitoral que seguiu, conforme afirma, sob uma conduta “antidemocrática”. De acordo com Capelo (2018), a CBF era a quinta maior confederação no ranking de arrecadação mundial. Em 2017, entraram nos cofres cerca de 545 milhões de reais, oriundos, principalmente, de patrocinadores como Vivo, Itaú e Ambev.

Em 1974, o brasileiro João Havelange, ao assumir o cargo de presidente da FIFA, buscou popularizar o futebol em outras regiões que pouco participavam dos interesses gerais da entidade, como África e Ásia, ideia seguida, anos depois, pelos seus sucessores. Com esse pensamento, a FIFA promoveu Copas do Mundo no Japão e Coreia do Sul, em 2002, e África do Sul, em 2010. Apesar de parecer, no princípio, que a meta principal seria a democratização do esporte, ao longo das décadas, foi notório que havia interesses ainda maiores. Mais parceiros

²⁵ Apesar da derrota por 2 a 1, o Flamengo conquistou o título do torneio.

²⁶ De acordo com Nascimento (2013), já em 1885, a *Football Association* (FA) legitimou as contratações de atletas assalariados. Muitos clubes, inclusive, alteraram seus estatutos para se adaptarem às legislações vigentes. Foi o pontapé inicial para as práticas empresariais. A evolução e a audácia foram tão gigantescas, segundo Nascimento, que clubes como Tottenham, em 1993, ingressaram o futebol nas bolsas de valores.

significariam mais votos em processos eleitorais. E, quanto mais apoio, mais possibilidades de negócios milionários.

Em 2000, a FIFA também organizou a primeira disputa de um campeonato Mundial de Clubes, realizado no Brasil, e vencido pelo Corinthians. Na época, houve muitos questionamentos sobre a fórmula de disputa e, inclusive, quanto ao fato de o campeão não ter passado por uma eliminatória continental. O próximo mundial aconteceu apenas em 2005, no Japão, vencido, desta vez, pelo São Paulo. Antes disso, a disputa de “Campeão Mundial” ocorria entre as duas maiores forças do esporte: Europa contra América do Sul. De 1960 a 1980, as decisões aconteciam em jogos de ida e volta, que consagravam o campeão intercontinental. A partir de 1980, a empresa japonesa Toyota passou a patrocinar e promover o torneio em partida única, geralmente, no mês de dezembro, em Tóquio, o que agradou principalmente os europeus, no que diz respeito ao calendário anual de jogos.

A FIFA, portanto, levou décadas para compreender a importância de uma disputa de clubes, até que, enfim, oficializou que seria a organizadora. Atualmente, tudo que diz respeito ao futebol ou faz menção ao esporte, de alguma forma, a Federação contempla. Além do futebol masculino e feminino, propriamente dito, a FIFA também comanda outras modalidades como o *beach soccer*, o futsal, e está inserida no mercado de games, com a realização de uma série global que reúne os melhores jogadores do planeta, conforme o site oficial da entidade. A marca *FIFA World Cup*, em relação aos games, popularizou-se pela produção em parceria com a desenvolvedora americana *EA Sports*, que, desde 1994, a cada ano, lança um novo jogo para vídeo games e computadores.

Em 2015, a FIFA passou por um período de investigações sobre a suspeita de corrupção de dirigentes. O presidente Joseph Blatter, suíço fiel escudeiro de Havelange durante décadas, foi banido. Mesmo assim, ressalta Rob Harris (2019), que a federação alcançou um faturamento recorde com a Copa de 2018, que chegou a 6.4 bilhões de dólares, contra 5.718 bilhões, de 2014, e 4.189 bilhões, em 2010. Apesar disso, a média de público da Copa da Rússia foi menor do que as três anteriores, com 47.371 mil torcedores, em 64 jogos²⁷. A maior média da história, recorda Rodrigues (2018), segue sendo do mundial dos Estados Unidos, de 1994, com 68.991 mil torcedores, em 52 partidas.

As principais receitas das agremiações são oriundas dos direitos de transmissão, marketing, comercialização de ingressos e transferência de jogadores. Destes, o que já rendeu

²⁷ A FIFA oficializou a participação de 32 seleções a partir da Copa da França, em 1998.

grandes cifras aos times nos últimos anos, sem dúvida, foi a televisão. Em 2019, a Rede Globo definiu que 40% do montante seria dividido igualmente entre os 20 clubes da Série A, mais 30% conforme o número de jogos televisionados e, ainda, 30% por premiações, totalizando 600 milhões de reais. Conforme Bourdieu (1997, p. 77), “o universo do jornalismo é um campo, mas que está sob a pressão do campo econômico por intermédio do índice de audiência”. Por outro lado, a Globo perdeu parte do protagonismo no esporte para canais concorrentes como o SBT (Libertadores da América) e Band (Fórmula 1²⁸). E houve, ainda, a influência da pandemia de Covid-19 que atingiu as receitas não apenas dos meios de comunicação, mas dos clubes de futebol. Segundo estudo da BDO²⁹, em 2020, houve uma queda de quase 10% nas arrecadações de agremiações da Série A do Campeonato Brasileiro.

O futebol no Brasil pode ser considerado muito mais do que um esporte. É uma espécie de religião. Como destacado por Freyre (2013), teve uma importância especial em caráter sociológico no país. Os meios de comunicação como o rádio e a TV, entendedores disso, foram capazes de transformar a modalidade em espetáculo, nas últimas décadas. Segundo Bourdieu, o futebol, assim como os Jogos Olímpicos, pode ser entendido “na linguagem do marketing, como ‘instrumento de comunicação’, isto é, o conjunto das relações objetivas entre os agentes e as instituições comprometidos na concorrência” (BOURDIEU, 1997, p. 125). É justamente essa dinâmica entre a Rede Globo e os clubes do Brasil, na atualidade. E como resalta Bourdieu, na medida que são concretizadas as negociações, é a TV que determina, por exemplo, o horário dos jogos conforme o momento conveniente, geralmente, que geraria maior audiência.

Um dos marcos do futebol brasileiro no ramo dos negócios foi durante a década de 1980. Segundo Dienstmann e Denardin (1998), em 11 de julho de 1987, surgiu o Clube dos 13, uma organização que contava com a participação das principais agremiações. A ideia central era de defender os interesses políticos e comerciais dos clubes para dialogar sobre direitos de transmissão com os meios de comunicação, organizar os campeonatos diretamente com a CBF e negociar parcerias comerciais. Nesse mesmo ano, aconteceu a polêmica sobre o título do Campeonato Brasileiro. A CBF e o grupo acabaram organizando um torneio cada. Enquanto seguiu o Campeonato Brasileiro, o Clube dos 13 criou a Copa União, negociada com grandes empresas como a Rede Globo, Coca-Cola e Varig. Inicialmente, seria um torneio dividido em módulos verde e amarelo, em que deveria haver um cruzamento semifinal, o que não ocorreu.

²⁸ A emissora conseguiu um contrato para dois anos (2020 e 2021) e voltou a exibir a Fórmula 1, após 41 anos.

²⁹ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/esportes/audio/2021-06/estudo-pandemia-atingiu-quase-10-da-receita-dos-clubes-da-serie>. Acesso em: 20 nov. 2021.

No módulo verde, Flamengo e Internacional foram os finalistas, enquanto no Amarelo, Sport e Guarani se classificaram. O duelo entre os quatro nunca aconteceu. Com isso, a CBF declarou o Sport campeão brasileiro de 1987 e representante do país, ao lado do Guarani de Campinas, na Copa Libertadores do ano seguinte. Em 2018, o Flamengo perdeu no Supremo Tribunal Federal, em última instância, julgamento que declarou o clube pernambucano o único campeão. Ainda hoje, mesmo com a concorrência das mídias sociais, a Globo segue com o padrão de transmitir jogos após a exibição da “novela das 8” em dias da semana como quarta e quinta-feira. A influência da emissora no futebol brasileiro e, por consequência, nos hábitos dos torcedores, pode se enquadrar no que Bourdieu define como uma relação de força que constitui a estrutura do campo.

No campo dos empreendimentos econômicos, por exemplo, uma empresa muito poderosa tem o poder de deformar o espaço econômico quase na totalidade; ela pode, baixando os preços, impedir a entrada de novas empresas, pode instaurar uma espécie de barreira à entrada. Essa estrutura não é percebida nem pelos telespectadores, nem pelos jornalistas; eles percebem-lhe os efeitos, mas não veem a que ponto o peso relativo da instituição na qual se encontram pesa sobre eles, assim como o seu lugar e o seu peso nessa instituição (BOURDIEU, 1997, p. 56-57).

Fora as cotas de televisão, os clubes, ainda, se mantêm através de patrocínios que estampam os uniformes e, como estratégia de marketing, promovem a comercialização de produtos licenciados, como as camisetas. O grande problema comum entre todas as partes é a concorrência da pirataria, que vai desde a produção de materiais sem autorização e a venda de aparelhos que captam sinais de televisão ou *links* irregulares pela internet.

Por fim, as transferências são uma alternativa importante para os cofres das entidades. Conforme determinação da FIFA, os clubes formadores de atletas deverão ter o direito de uma porcentagem em qualquer negociação, até o final da carreira dos jogadores. Em 1998, foi aprovada a lei 9.615, popularmente conhecida como Lei Pelé ou Lei do Passe Livre. Criou-se a lei com a intenção de dar mais transparência ao futebol, determinando a organização dos clubes como empresas. Uma das medidas mais polêmicas foi a extinção do passe, pois estaria dando mais liberdade ao domínio de empresários, principalmente nas categorias de base. Em 2011, a lei passou por uma série de reformulações quanto à formação de atletas olímpicos e paralímpicos, flexibilização de processos eleitorais nos clubes, fim da cobrança de direitos de Arena, exigência de diploma de nível superior para técnicos e garantia de acesso livre a cronistas esportivos nas praças desportivas.

Segundo dados oficiais da CBF, entre 2003 e 2010, aponta Nascimento (2013), mais de 7 mil jogadores se transferiram do Brasil para clubes do exterior. O número, atualmente, carece de dados complementares. O Brasil já exportou uma série de grandes atletas, ao longo da história, como Ronaldo, Ronaldinho Gaúcho, Rivaldo, Kaká e entre muitos outros. Um fator preocupante, conforme Nascimento, é a incapacidade do mercado brasileiro de concorrer com os altos valores do capital de giro do futebol da Europa. Esse é um dos principais motivos para a dificuldades dos clubes em manterem os grandes craques no próprio país. Na Copa de 2018, entre os 23 jogadores convocados pelo técnico Tite, apenas três atuavam no futebol brasileiro.

3.3 Rádio, espetáculo e relação de consumo

De uma forma prática, Hausman *et al.* (2010, p. 17) definem que “as rádios comerciais ganham dinheiro vendendo espaços publicitários dentro da programação para atingir audiências específicas”. Conforme o autor, este é o modelo econômico básico do rádio comercial nos Estados Unidos, desde 1927. Segundo Meditsch (2001), em 1924, já havia mais de quinhentas rádios profissionais nesse país. Em 1929, uma forte recessão prejudicou fundamentalmente a indústria publicitária norte-americana. Isso ocasionou a restrição da informação e a limitação de boletins diários, uma prática adotada também na Europa, pouco tempo depois. De acordo com Meditsch (2001), o período entre os anos de 1930 e 1940 foi considerado como a “era de ouro” do rádio. Denominado de oitava arte, o rádio ocupou posição hegemônica na opinião pública, entre abundantes recursos econômicos, como destaca Meditsch.

Já a Segunda Guerra Mundial teve fundamental papel para a recuperação do caráter informativo, pela natureza de utilidade pública do meio de comunicação. Contudo, a sobrevivência do rádio foi pautada após a chegada da TV. Isso provocou a migração de uma série de profissionais para o novo meio de comunicação. Apesar de outros fatores como a evolução das tecnologias de gravação e o domínio da indústria fonográfica, acrescenta Meditsch, que não foi decretada nenhuma sentença de morte ao rádio.

De acordo com Haussen (1996), a radiodifusão na América Latina, entre a década de 1920, e sua consolidação, na década de 1940, se desenvolveu paralelamente a mudanças econômicas e políticas, em meio ao aparecimento do populismo. Segundo Vampré (1979), nesse período, ocorreu uma proliferação de emissoras em todo o território brasileiro. Edileuza Soares (1994, p. 12) explica que justamente o esporte “foi um dos primeiros gêneros a se firmar no rádio e continua ocupando grande tempo nas emissoras brasileiras”. Com o passar das

décadas, os locutores desenvolveram linguagens diferenciadas e buscaram atrair o imaginário do receptor, tornando as jornadas esportivas verdadeiros espetáculos. A consequência, destacam Bonin *et al.* (2016, p. 188), acarretou no “sucesso da parceria rádio futebol”. Mais tarde, essa base seria ampliada para a relação “rádio-futebol-espetáculo”.

Pode-se dizer que o esporte é um fenômeno de espetacularização sem prazo de validade. No entendimento de Herschmann e Kischinhevsky (2008, p. 102), o espetáculo contemporâneo “parece indicar a emergência de uma nova arena política – midiática – e a importância da esfera da cultura ou dos fatores culturais como vetores capazes desmobilizar efetivamente os atores sociais”. Os autores defendem, ainda, que a espetacularização é um traço atual da sociedade, com a possibilidade de provocar uma normatização social ou criar novas perspectivas. É uma ideia, justamente, pensada a partir de um viés crítico, como ressaltam Herschmann e Kischinhevsky. Tomando a tecnologia do *podcasting* como objeto de estudo de caso, os pesquisadores repensaram a atuação e as novas formas de mediação e interação dos usuários. Independente disso, Herschmann e Kischinhevsky (2008, p. 102) afirmam que “mais do que com a simples teatralização, hoje, convivemos com a espetacularização que, a sua maneira, ‘reencanta’ o drama contemporâneo e o mundo”.

Ainda que a TV tenha provocado mudanças significativas ao rádio, em termos estruturais, sociais e econômicos, é importante ressaltar que o meio, ainda assim, continuou extremamente acessível à população. Foi com o decorrer dos anos seguintes que os aparelhos de televisão também se popularizaram. Conforme Haussen (2004), apesar de perder seu caráter hegemônico, a partir dos anos 1950, o rádio construiu laços com a cultura regional e teve ressaltado seu papel integrador. A autora defende que a tecnologia permitiu maior visibilidade e distribuição do meio. Quanto ao futebol, o casamento com o rádio criou uma série de novos modelos de negócios, nos quais as funções jornalísticas foram aprimoradas com o decorrer das décadas seguintes.

A partir da implementação das agências de publicidade nas emissoras de rádio, em meados da década de 1930, as coberturas e transmissões esportivas foram responsáveis pela entrada de patrocinadores e pelo crescimento cada vez maior da audiência. Sem dúvida alguma, o rádio teve fundamental importância na espetacularização do futebol. Entre os anos de 1930 e 1950, houve a consolidação do rádio espetáculo, consagrando, de um lado, artistas da música como Emilinha Borba, Marlene, Dalva de Oliveira e ídolos do esporte, a exemplo de Leônidas da Silva, o Diamante Negro. Outra característica dessa relação entre transmissões futebolísticas e a publicidade radiofônica, refletiu na criação de uma grande variedade de testemunhais aos

jingles e na elaboração de conteúdos como os textos-foguete³⁰. Grandes narradores começaram a ganhar cada vez mais espaço, popularidade e credibilidade, em alguns momentos, se tornando verdadeiros garotos-propaganda, tão ou até mais relevantes do que as próprias emissoras. No passar das décadas, alguns narradores como José Carlos Araújo e Luiz Penido, por exemplo, conquistaram, até mesmo, autonomia na comercialização de espaços publicitários.

Como destacado na introdução desta pesquisa, logo na fase pioneira do rádio, houve casos de narradores que acabaram sendo expulsos de campos ou estádios por dirigentes que temiam alguma influência negativa das irradiações, seja na presença de público ou quanto pela arrecadação. Porém, surgiram outros novos motivos que tensionaram a relação entre emissoras, cronistas e clubes. Ary Barroso³¹, não apenas narrador, mas um ícone cultural brasileiro, conforme Tavares, nos anos 1930, foi proibido pela diretoria do Vasco da Gama a acessar as dependências do clube. Flamenguista assumido, ele transmitiu várias vezes de locais inusitados como telhados, prédios vizinhos, utilizando binóculos. Ary Barroso tornou-se muito popular, atraindo uma grande série de admiradores, com um estilo provocativo, porém, carismático.

Na medida que competições como a Copa do Mundo da FIFA despertaram cada vez mais interesse, principalmente econômico, o rádio teve de enfrentar mais desafios para marcar presença em eventos esportivos. Por outro lado, Guerra (2006) ressalta que, durante a Copa do México, em 1970, mesmo com o recurso da televisão em cores no Brasil, o torneio foi assistido apenas em preto e branco. Segundo autor, somente 40% da população tinha acesso a um aparelho de TV. Com isso, o rádio, pelo menos, desfrutou de bons índices de audiência, garante Guerra (2006).

Mas federações internacionais como a FIFA reduziram o espaço para as emissoras de rádio nos estádios e, tempos depois, insistiram na cobrança de direitos de transmissão, o que, de certa forma, diminuiu progressivamente o número de empresas capazes de arcar com os altos custos. Nas Copas de 1966 e 1970, o rádio também precisou se reinventar, no sentido estratégico-tecnológico. Em 1970, de acordo com Ferraretto (2007), foram realizadas transmissões conjuntas entre emissoras, via satélite. Nesse período, popularizou-se o uso do *off*

³⁰ São textos curtos, geralmente, lidos pelos narradores de forma intercalada nos relatos com bola rolando, destacando a marca de um patrocinador e um *slogan*, por exemplo. São úteis para que o locutor mantenha o andamento de uma jornada, evitando, assim, a perda de lances importantes de uma determinada partida.

³¹ Ary Barroso, segundo Tavares (2014), iniciou sua história como locutor esportivo na Rádio Cruzeiro do Sul PRD-2, do Rio de Janeiro, em 1936. Barroso narrou o empate entre Flamengo e Fluminense, por 1 a 1, que significou o título de campeão da Liga Carioca ao Tricolor das Laranjeiras, daquele ano. Nascido em Ubá, Minas Gerais, no dia 7 de novembro de 1903, esteve ligado artisticamente a estrelas do rádio como Carmem Miranda e trabalhou na produção musical de filmes da companhia americana *Walt Disney*. Faleceu no dia 9 de fevereiro de 1964.

tube, denominado pelo narrador Luiz Mendes de “geladão” (GUERRA, 2012). Largamente utilizado pelas emissoras de rádio na atualidade, o *off tube*, conhecido como tubo, nada mais é do que a prática de transmitir um evento esportivo através da observação das imagens da TV.

Na Copa do Mundo da Rússia, em 2018, o número de rádios com direitos de transmissão garantidos desabou em relação aos mundiais passados. Foram apenas 15, contra 23, da Copa de 2014, no Brasil, e 22, na Copa da África do Sul, em 2010. Conforme Geraque (2018), o Brasil se manteve hegemônico até 1996, contudo, a concorrência da TV foi deliberada para a queda acentuada nas últimas edições. Geraque (2018) explica que, segundo estimativas, o mercado indicava que o preço da transmissão beirava a 370 mil reais. E uma posição para três profissionais, no estádio, teria girado em torno de 37,8 mil reais. Sendo assim, algumas emissoras que conseguiram adquirir os direitos, nem ao menos enviaram profissionais a Rússia. Em 2021, Rádio Gaúcha foi a única emissora brasileira a realizar cobertura dos Jogos Olímpicos de Tóquio, na capital japonesa, *in loco*.

Atualmente, no Brasil, a espetacularização do futebol e suas influências nos meios também provocaram recentes indagações sobre a relação das emissoras de rádio com as federações e seus respectivos clubes, no que diz respeito à situação comercial. A Lei 9.615/98 (Lei Pelé), como já abordado, assegura os direitos de negociação sobre as transmissões de futebol. Entretanto, conforme Bonin *et al.* (2016), a lei, apesar de contemplar os direitos de imagens, não apresentava clareza quanto às questões referentes ao áudio. Em 2011, a Câmara dos Deputados aprovou a medida provisória 502/2010, alterando a Lei Pelé, modificando a “Lei 10.891/2004 (Bolsa-Atleta), e criando os programas Atleta Pódio e Cidade Esportiva; e revogou a Lei 6.354/76 (Atleta Profissional de Futebol)” (BONIN *et al.*, 2016, p. 189). Uma das medidas beneficiou os cronistas esportivos. E, em emenda do relator e senador Álvaro Dias (PSDB-PR), ficou assegurado o acesso de jornalistas e radialistas credenciados às praças esportivas de todo o Brasil, como também já foi abordado neste capítulo.

Ainda assim, no dia 9 de outubro de 2019, o jornalista Felipe Gamba publicou no Jornal Zero Hora o texto intitulado “CBF estuda cobrar por direitos de transmissão de rádio”³². Nele, afirmou que a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) estaria analisando a possibilidade de taxar as rádios. A motivação teria surgido após entrevista do presidente do Corinthians, Andrés Sanchez, no dia 6 de outubro. O então “vice-presidente da CBF, Francisco Novelletto, declarou:

³² Ver: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/filipe-gamba/noticia/2019/10/cbf-estuda-cobrar-por-direitos-de-transmissao-de-radio-ck1jh8qp904gt01n38i53kq9h.html>.

só vai transmitir quem pagar, e está absolutamente certo. Tem que ser como na Copa do Mundo. Eu estou acelerando para que isso seja implementado já no ano que vem” (GAMBA, 2019).

Porém, para que a ideia se torne realidade, apenas uma nova mudança na Lei Pelé deveria ser assegurada, de acordo com Kampff (2019). Em 2008, rememora Bonin *et al.* (2016), o Club Athletico Paranaense³³ informou em nota, no dia 10 de abril, que, no seguinte mês, as rádios interessadas em transmitir todas as partidas do clube (em casa ou como visitante) deveriam pagar a contrapartida. “Os valores cobrados, em qualquer estádio brasileiro, seriam de R\$ 15.000 por jogo ou R\$ 456.000 pelo pacote com as 38 partidas do campeonato” (BONIN *et al.*, 2016, p. 190). Em 30 de abril do mesmo ano, Associação Brasileira de Emissoras de Radiodifusão (Abert) e a Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (Aerp) obtiveram liminar que proibiu ao clube a cobrança dos valores.

Em 2018, o Facebook adquiriu os direitos de transmissão da Copa Libertadores da América, após negociar com Confederação Sul Americana de Futebol (Conmebol), a exemplo da Uefa Champions League³⁴, com duelos transmitidos pelo *Facebook Watch*³⁵. Um ano depois, rádios e *web* rádios que realizam *lives* com imagens através de redes sociais, como o próprio Facebook, foram restringidas a veicular somente áudio, para não infringirem as regras de direitos autorais definidos pela Conmebol. No máximo, os jogos pelas plataformas poderiam utilizar um *banner* informativo, com dados sobre os jogos e escudos das equipes. A medida, também adotada durante a realização da Copa América no Brasil, proibiu a captação de imagens de setores dos estádios e, inclusive, dos profissionais presentes nas cabines de transmissão das partidas. Com a convergência de plataformas, muitas emissoras de rádio têm realizado transmissões conjuntas de áudio e vídeo no YouTube, por exemplo, nas quais as reações dos narradores, repórteres e comentaristas podem ser conferidas pelos usuários. Em eventos como o Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil e torneios regionais, esse tipo de transmissão ainda não foi restringido, como no caso dos organizados pela Conmebol.

3.4 O rádio expandido em um cenário de convergência e multiplicidade da oferta

A década de 1920 foi marcada por uma importante revolução na radiodifusão. De acordo com Parry (2012, p. 238), “a introdução da válvula eletrônica nos Estados Unidos tornou

³³ À época, Clube Atlético Paranaense.

³⁴ Torneio organizado pela *Union des Associations Européennes de Football*.

³⁵ Serviço de vídeo lançado pelo Facebook, em 2017. Em 2018, o Facebook comprou os direitos de transmissão de jogos da Copa Libertadores da América, de 2019 a 2022. Dos 155 jogos, foram obtidas 46 partidas.

obsoletos os geradores de faíscas e criou uma tecnologia de radiodifusão muito superior, que hoje conhecemos como rádio AM”. As ondas de amplitude modulada dominaram a indústria do rádio até os anos 1970, e, mais adiante, houve a introdução da Frequência Modulada (FM).

Com a invenção do transistor, pelos americanos John Barden, Walter H. Brattain e William B. Shockley, em 1947, o rádio teve suas proporções reduzidas, facilitando seu transporte e uso. Conforme Vampré (1979), o sistema transistorizado permitiu, mais tarde, o uso de baterias. A miniaturização do rádio foi fundamental para um fenômeno observado, principalmente, a partir dos anos 1960. Torcedores passaram a levar o rádio de pilha como um companheiro para assistir os jogos nas arquibancadas dos estádios.

Geralmente, as grades de programação apresentam uma variedade de atrações informativas e de entretenimento. De acordo com Herschmann e Kischinhevsky (2008, p. 101), na sociedade atual, o “entretenimento é hegemônico”. Kischinhevsky (2016) afirma que, a partir do processo de digitalização, no final da década de 1990, o rádio foi redesenhado em um cenário de convergência, onde os produtos circulam em meio a diversas plataformas, que segundo o autor, extrapolaram a dimensão das ondas hertzianas. Jenkins (2009, p. 27) define que a cultura da convergência é justamente por onde “as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 27).

Conforme Kischinhevsky (2016, p. 13), “o rádio hoje é um meio de comunicação expandido”. O autor acrescenta:

Nesse novo ambiente midiático, o rádio tem se mostrado ágil na associação com mídias sociais, diretórios e portais, em vez de tentar construir estruturas próprias, caras e sem garantia de adesão dos ouvintes. Assim, potencializa a circulação de seus conteúdos e explora sua maior vantagem competitiva diante da TV e da imprensa: a comunicação de base sonora, que permite a realização de outras atividades simultâneas à escuta (KISCHINHEVSKY, 2016, p 16).

O cenário plural de novos suportes e mercados midiáticos no Brasil já era prospectado e complexificado pelo pesquisador Valério Cruz Brittos (1999), conforme o conceito de multiplicidade da oferta. Em um primeiro momento, Brittos desenvolveu a ideia levando em conta a dinâmica na TV, a partir da década de 1990. A possibilidade da criação ou ampliação da quantidade de canais oferecidos ao público receptor, em meio a um contexto global, representou a mudança de um ciclo que afetou a economia, o mercado e a cultura. Com o avanço tecnológico e um reposicionamento do capitalismo ao sistema, no ritmo de uma “globalização acelerada” (BRITTOS, 2002, p. 32), o pesquisador projetou que o rádio também seria reformatado. Sendo assim, Brittos adaptou o conceito de multiplicidade da oferta em relação ao meio radiofônico ante transformações, ao acréscimo de novos atores que, não necessariamente, radicalizariam a estrutura, mas que surgiriam como alternativas de concorrência ao poder hegemônico de empresas de comunicação. Em relação ao rádio, Brittos definiu a fase da multiplicidade da oferta como:

[...] um novo período que progressivamente é assumido por todas as indústrias culturais e é marcado por variáveis como agilidade no lançamento de novos produtos, preferência por profissionais que reúnem gestão afinada de custos com visão das grandes tendências estético-produtivas contemporâneas, ascensão das pesquisas como instrumento de constante acompanhamento dos movimentos dos consumidores a atualização tecnológica frenética. Encarando-se o mercado radiofônico, a caracterização deste momento é apresentada como primeira proposição que, apesar de sua formatação ser inegável, requer aprofundamento, em especial no que diz respeito aos quadros de agentes concorrentes das várias modalidades de transmissão, com seus respectivos lugares (BRITTOS, 2002, p. 51).

Brittos discorreu sobre o panorama radiofônico, como o próprio definiu, em um período no qual a internet ainda estava “longe da universalização” (BRITTOS, 2002, p. 49-50), isto é, distante do cotidiano de grande parte da população. Ainda que o acesso à rede mundial de computadores tenha crescido em larga escala, nos últimos 20 anos, segue válida a expectativa do autor de que “as rádios virtuais ou *webrádios* são a saída” (BRITTOS, 2002, p. 49-50) para uma “mudança da lógica tradicional de dependência do Estado, notadamente para os grupos que não possuem concessões e pretendem ingressar na arena midiática” (BRITTOS, 2002, p. 49-50).

Ferraretto (2014), levando em conta o conceito de multiplicidade da oferta, após 12 anos de sua elaboração relativa ao rádio e ao panorama de desenvolvimento do meio, chegou às seguintes observações:

(a) além de uma lógica de oferta, o rádio passa a incluir uma lógica de demanda, presente, por exemplo, na disponibilização via internet de áudios de material já transmitido; (b) ocorrem manifestações não só relacionadas ao modelo de comunicação ponto-massa, o das irradiações em tempo real, mas ponto-ponto, próprio dos conteúdos disponibilizados de forma diferida, por exemplo, por podcasting; (c) multiplicam-se ações empresariais no sentido de disponibilizar o conteúdo radiofônico nos mais diversos suportes tecnológicos (de computadores desktop a celulares, tablets ou quaisquer outros dispositivos em que isso seja possível); e (d) pode-se identificar uma sinergia do rádio com outros meios dentro de um mesmo grupo empresarial (FERRARETTO, 2014, p. 17).

Autores como Meditsch (2010) e Ferraretto (2019) têm questionando o conceito de rádio na contemporaneidade. Os pesquisadores defendem a ideia de que o rádio, mais do que tecnologicamente, deve ser analisado também sob um viés de instituição social.

Tenho claro que o meio vai enfrentar, cada vez mais, uma disputa de protagonismo no campo do áudio. Não se constitui, no entanto, em novidade o poder de resiliência das emissoras. Antes de sofrerem o impacto da *web*, já haviam enfrentado o da televisão e se adaptado à perda de atrações – humorísticos, novelas e programas de auditório –, público e anunciantes (FERRARETTO, 2019, p. 159).

Na verdade, o pensamento de Ferraretto concorda com a reflexão proposta por Brittos quanto ao futuro do rádio.

[...] próprio conceito de rádio muda, por considerar-se emissora toda a transmissão de um mesmo áudio para mais de um grupo remoto de consumidores, independentemente da tecnologia usada, e materializar-se a possibilidade – tendência que vai crescer com a massificação da digitalização dos sistemas terrestres – de aliar-se, ao som, a difusão de textos e até mesmo de imagens em movimento, neste caso via internet (BRITTOS, 2002, p. 41-42).

Apesar das incertezas provocadas por esse momento de “tensões”, o próprio Ferraretto (2014, p. 19) apresenta a válida classificação do rádio, de forma genérica, segundo dois tipos de modalidades em voga: rádio de antena hertziano e rádio on-line. A primeira compreende os tipos tradicionais, de amplitude modulada e frequência modulada. A segunda, engloba as práticas que se encontram no âmbito da internet, definidas como:

- Rádio na *Web*: emissoras hertzianas que transmitem seu sinal pela internet.
- *Web* Rádio: emissoras exclusivas na internet.

- *Podcast*: arquivos com linguagem radiofônica difundidos em sites ou plataformas pela internet.

Nair Prata, em 2008, já observava novas perspectivas com a popularização das *web* rádios, engrenadas, por exemplo, através de processos de radiomorfose. A autora baseou-se no conceito de *mediamorfose*, cunhado por Roger Fidler (1997), que consiste na “transformação dos meios de comunicação, como resultado da interação entre as necessidades percebidas, as pressões políticas e de competência, e das inovações sociais e tecnológicas” (FIDLER, 1997, p. 15). A *mediamorfose*, conforme Kischinhevsky (2016), apesar de não se configurar propriamente como uma teoria, por outro lado, garante o autor, “é uma forma de pensar a reconfiguração dos meios de comunicação como um sistema independente” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 51). E a derivação dessa ideia no conceito de radiomorfose, cunhado por Prata, é fundamental para entender o ambiente radiofônico que está em plena alteração. Como observa a autora, as *web* rádios mantêm aspectos textuais e imagéticos do rádio hertziano, mas agrega “hipertextos, fotografias, arquivos, vídeos, desenhos, cores” (PRATA, 2008, p. 3). Esses elementos também podem ser definidos como parassonoros (KISCHINHEVSKY, 2016).

O sucesso ou fracasso na adaptação a um quadro de crise, levando em conta os autores referidos inicialmente, depende da capacidade de elaboração estratégica. A internet, a evolução e uso de dispositivos móveis como *tablets* e celulares, e a rápida circulação de informações, provocaram uma série de readequações nas próprias rotinas multimídia em empresas jornalísticas (LENZI, 2019). Houve, é verdade, resultados negativos, como a propagação de *fake news* (DEODATO e PEREIRA, 2019). Mas, na atualidade, segundo Jenkins, Ford e Green (2014), quanto maior a capacidade de portabilidade, reutilização e disponibilidade, melhores as chances de um produto ser compartilhado em um fluxo constante. Aponta Bufarah (2015) que para sobreviver à influência da tecnologia, o setor de radiodifusão, obrigatoriamente, deve procurar novas alternativas e elaborar modelos de negócios. Trata-se, esta, segundo o autor, de uma era da inteligência estratégica.

Todas as possibilidades de reorganização, criação e produção de novos conteúdos nas empresas de comunicação dependem de uma mudança radical na forma de gestão destas empresas. Os empresários precisarão deixar de lado velhos estigmas para entenderem novas formas de comunicação com os públicos (BUFARAH, 2015, p. 13).

O rádio, nas últimas décadas, portanto, inevitavelmente, seguiu o caminho da convergência (JENKINS, 2009), com a migração para diferentes plataformas e na releitura por elementos tal qual o *podcast*.

3.5 O rádio esportivo e os impactos da pandemia de Covid-19

A *coronavirus disease* 2019 (Covid-19), que se trata de uma doença respiratória altamente infecciosa, foi identificada em Wuhan, na China, no princípio de dezembro de 2019. Após espalhar-se rapidamente por todo o planeta, no dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou estado de pandemia. Uma série de profundas modificações nas relações sociais foram estabelecidas em todo o mundo. A exemplo de outras nações, o Brasil adotou medidas restritivas como o cancelamento de aulas em todos os níveis. Para evitar aglomerações, segundo pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI), 95% das empresas brasileiras aplicaram a modalidade de *home office* (trabalho domiciliar) e demitiram ou reduziram salários de colaboradores. Cultos religiosos, eventos culturais ou de natureza semelhante foram cancelados. No campo do esporte, competições de variadas modalidades nos âmbitos regionais, nacionais e internacionais foram suspensas ou postergadas, como os Jogos Olímpicos de Tóquio, realizados em 2021, e a Copa América de futebol da Argentina e Colômbia, que acabou sendo transferida para Brasil³⁶.

Se houve impacto na economia e em diversos outros setores, para os meios de comunicação não foi diferente, como aponta o artigo intitulado O impacto da pandemia de Covid-19 nas rotinas dos departamentos de esportes das rádios Guaíba, Itatiaia, Super Tupi e Bandeirantes (GÖTZ e COSTA, 2021). A Covid-19 afetou rotinas de trabalho nas redações e a epidemia, obviamente, tornou-se a principal pauta, a partir de março de 2020. Contudo, apesar do estabelecimento da crise sanitária, dados divulgados no dia 24 de junho, conforme pesquisa do Kantar IBOPE Media, indicaram o crescimento da audiência de veículos considerados essenciais. Segundo a investigação, em média, emissoras de rádio e televisão passaram a dedicar cerca de 14 horas diárias a conteúdos relacionados à pandemia. Segundo a diretora comercial regional do Kantar, Giovana Alcântara (2020) “o crescimento da audiência está relacionado à maior disponibilidade das pessoas durante o período de isolamento social”.

³⁶ Na final, a Argentina derrotou o Brasil por 1 a 0, no Maracanã.

Barbosa Filho (2020) destaca ainda que, consoante pesquisa global promovida pela Agência Edelman, entre 6 e 10 de março de 2020, mais de 60% dos entrevistados consideraram os principais veículos de imprensa como os mais confiáveis para o acompanhamento de notícias referentes à pandemia.

Historicamente, o rádio precisou se adaptar, como no caso do período de estabelecimento da televisão no Brasil, a partir da década de 1950. No âmbito da dinâmica capitalista, houve uma sucessão de crises, absorvidas, superadas ou que determinaram a derrocada de certos meios. Em 2020, um outro tipo de crise, desta vez sanitária, estabeleceu uma nova necessidade de adaptação ao setor da radiodifusão. A pandemia de Covid-19, como descrito introdutoriamente, alterou significativamente a rotina de produção e veiculação da informação. E os departamentos de esportes foram particularmente atingidos. Conforme Ferraretto e Morgado (2020), como já ressaltava Bufarah, só havia uma maneira do rádio enfrentar positivamente o momento proporcionado pelo panorama: justamente com planejamento estratégico. Para Ferraretto e Morgado, a sustentação passaria pelos seguintes pontos: conhecimento e precisão na divulgação das informações, combate às *fake news* (notícias falsas), zelo pela saúde de quem produz a informação e equilíbrio econômico dos meios (FERRARETTO e MORGADO, 2020).

Ferraretto e Morgado indicaram, ainda, a necessidade das empresas e gestores em comunicação de atuarem sob os seguintes valores:

- 1 – Flexibilidade, remetendo à ideia de adaptação fácil a novos cenários, sem abandonar, no processo, aquilo que é essencial.
- 2 – Responsabilidade, qualidade de quem reconhece seu papel e o exerce o mais plenamente possível, procurando obedecer a parâmetros éticos e técnicos na realização de suas atividades.
- 3 – Parceria, expressão de uma união baseada na solidariedade entre quem se coloca no mesmo patamar, dialogando e aproveitando diferenças para o exercício da complementariedade focada na consecução de objetivos comuns.
- 4 – Coragem, demonstração de força diante de situações complicadas que, para serem resolvidas, exigem criatividade, persistência e, acima de tudo, uma reação positiva frente à diversidade (FERRARETTO e MORGADO, 2020, p. 11).

Segundo os autores, o enfrentamento da crise também deveria passar pela reflexão de quatro campos de conteúdo fundamentais: o primeiro trataria do jornalismo propriamente dito, diferenciando aquilo que diz respeito à notícia e a opinião. O segundo

passaria pela publicidade e propaganda, imprescindível no que consta à sustentação dos meios. O terceiro focaria nos valores das relações públicas, com destaque para as instâncias institucionais. Por fim, o quarto ponto trataria da questão do entretenimento em tempos de confinamento social.

Segundo Lenzi (2019, p. 224), atualmente, “a multitarefa vendida como polivalência começou a perder lugar para uma produção multimídia em equipe”. Como já citado, o rádio, hoje, é um meio expandido. É mais do que apenas som. E a pandemia colocou à prova a capacidade de adaptação, potencializando o processo de radiomorfose com outras plataformas. Em 2019, Lenzi (p. 224) considerava que “embora avançando significativamente, a rotina multimídia ainda não está tão incorporada na prática de empresas jornalísticas como já está no discurso dos seus gestores”.

Segundo Götz e Costa (2021) a pandemia de Covid-19 obrigou emissoras de rádio de todo país a buscarem uma readaptação, muito mais do que em relação às tecnologias, mas em um contexto ainda mais amplo, como ressaltaram Ferraretto e Morgado, semelhante aos desafios de uma guerra. Levando em conta o valor de flexibilidade, muitas rádios preocuparam-se em atender aos procedimentos de cuidados sanitários, implementando a modalidade de *home office*. Tupi do Rio de Janeiro e Bandeirantes, de São Paulo, por exemplo, disponibilizaram especialistas em saúde para acompanhar os colaboradores. Tornou-se comum e obrigatório uso de máscaras e álcool gel quando necessário. Espaços foram reorganizados para evitar aglomerações. Ferraretto e Morgado (2020, p. 34) defenderam que seria fundamental as empresas e funcionários adotarem “as recomendações da Organização Mundial da Saúde, adaptando-se às suas atividades”.

Em *home office*, conforme Götz e Costa (2021), as emissoras buscaram equipar os profissionais em quarentena para permitir a melhor participação nas programações, levando em conta questões como a qualidade de som. As transmissões de jogos e programas de rádios como Guaíba de Porto Alegre e Itatiaia de Belo Horizonte, ocorreram através de *links* de imagens oferecidos pelas rádios nas mídias sociais. Constatou-se a utilização, por exemplo, de máscaras e a organização das equipes de trabalho por distanciamento.

Ainda quanto à flexibilização, apesar da dimensão dos informativos em relação à situação da pandemia e o encurtamento de alguns espaços e programas, antes preenchidos por coberturas e transmissões de jogos, o esporte seguiu fazendo parte do cotidiano das emissoras. Para Ferraretto e Morgado (2020, p. 17), em épocas de isolamento é “importante destinar parte do tempo disponível para o entretenimento”. Ferraretto e Morgado (2020, p. 21) enfatizaram

que os meios deveriam proporcionar uma “multiplicidade de ofertas de conteúdo, formas e rotinas”, para que a programação não se resumisse, tão somente, às referências à Covid-19. Seria também, de fato, uma questão estratégica, na busca de fidelizar públicos.

Sobre a questão da responsabilidade, de uma forma geral, o esporte integrou-se ao jornalismo no que diz respeito à cobertura e conscientização sobre isolamento, distanciamento e quarentena, no momento que, internamente, as rádios buscaram obedecer aos protocolos sanitários da melhor forma possível. No Rio de Janeiro, todos os profissionais da Rádio Tupi participaram de coberturas, através de entrevistas com autoridades e especialistas sobre a doença, que se encaixou no critério de universalidade, já que o assunto interessava a todos, como assinalam Ferraretto e Morgado. Os autores ainda reforçaram a necessidade do valor da coragem, “que não significa excesso de audácia e, muito menos, falta de prudência” (FERRARETTO e MORGADO, 2020, p. 47). Em momento de crise econômica, observou-se que as emissoras se esforçaram em manter uma postura racional e positiva diante do quadro, procurando adaptar as rotinas de trabalho de seus funcionários através da flexibilização, confiança e organização do tempo, priorizando a saúde de quem esteve no *front*. Em relação ao mercado de trabalho, de uma forma geral, conforme matéria do site G1, divulgada em 23 de outubro de 2020, o Brasil “encerrou o mês com 13,5 milhões de desempregados, cerca de 3,4 milhões a mais que em maio, o que representa uma alta de 33,1%. Taxa de desemprego ficou em 14%”.

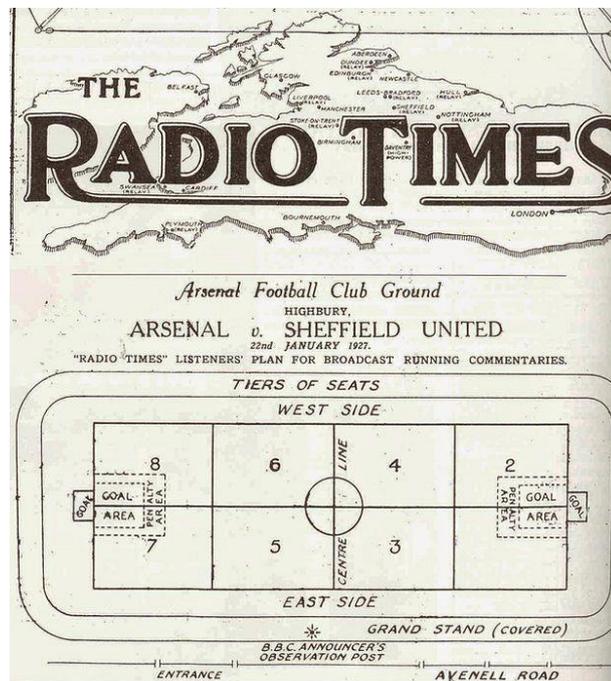
Por outro lado, atendendo ao critério de flexibilização, segundo Ferraretto e Morgado, emissoras como a carioca Super Tupi negociaram com seus funcionários situações que fossem razoavelmente aceitáveis para ambos lados. Conforme o coordenador de esportes Odilon Júnior (2020), a empresa aderiu à medida provisória 984/2020, editada pelo presidente Jair Bolsonaro, em março, flexibilizando contratos, acertando a diminuição da carga de oito para seis horas diárias e a redução de 25% dos vencimentos, garantindo, em contrapartida, a permanência dos funcionários, até dezembro de 2020.

No próximo capítulo, de forma objetiva, serão abordados fatos históricos sobre a narração de futebol no Brasil, com ênfase nas capitais Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte.

4 ASPECTOS HISTÓRICOS DA NARRAÇÃO DE FUTEBOL NO RÁDIO

Em 2017, de acordo com Ventura, os britânicos comemoraram 90 anos da primeira transmissão de uma partida³⁷ de futebol, no dia 22 de janeiro de 1927, entre Arsenal e Sheffield United, pela BBC. Inclusive, para esse jogo, o produtor da transmissão, Lance Sieveking, elaborou um guia que dividia o gramado em oito partes, para facilitar a compreensão dos ouvintes que estivessem acompanhando o duelo. O diagrama foi publicado no semanal da emissora *The Real Times*, como indica a Figura 2.

Figura 2 - Diagrama de transmissão



Fonte: The Radio Times (1927)

O sucesso³⁸ foi tanto que o *Spectator* divulgou editorial destacando que “esse tipo de transmissão chegou para ficar”. O narrador e comentarista Luiz Mendes³⁹, em depoimento ao documentário 80 anos do rádio no Brasil, produzido pela Rádio CBN (2002), lembrou que,

³⁷ A partida terminou empatada por 1 a 1 e o atleta Charlie Buchan, do Arsenal, foi o primeiro a ter seu gol relatado, pelo menos, no rádio inglês.

³⁸ Ainda em 1927, devido à repercussão positiva, outra partida do Arsenal, contra o Cardiff City, pela FA Cup, também foi irradiada.

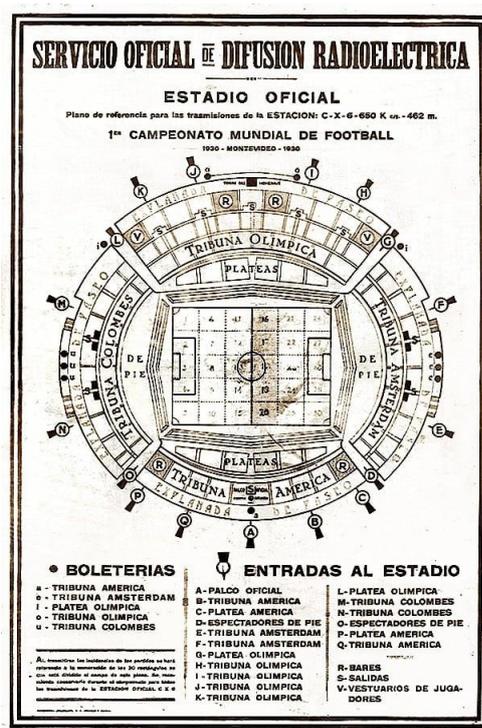
³⁹ Luiz Pinêda Mendes, nascido em Palmeira das Missões, no Rio Grande do Sul, no dia 9 de julho de 1924. Segundo Gonçalves (2012), com apenas 19 anos, iniciou na locução esportiva, entrando na Rádio Globo, em 1944. Em 1946, foi escolhido o melhor narrador do Rio de Janeiro. Transmitiu 13 Copas do Mundo e uma das mais marcantes, sem dúvida, foi a de 1950. Faleceu no dia 27 de outubro de 2011, aos 87 anos, no Rio de Janeiro.

logo no período embrionário da narração, alguns locutores como Amador Santos desenvolveram técnicas e empregaram ferramentas semelhantes ao diagrama inglês.

O Amados Santos fez as primeiras transmissões no Rio de Janeiro. Eram diferentes as transmissões. Do Nicolau Tuma, em São Paulo, que era chamado “o locutor metralhadora”, que transmitia com alta velocidade, e o Amador Santos, que era mais descritivo. Ele chegou a fazer até um quadrado. Mandou imprimir uma espécie de um cartão em que apareciam quadrados numerados com um campo de futebol, um desenho com o campo de futebol. Então, ele dizia: “bola com o Fulano, que passa para o campo contrário e entra no quadrado 33, de posse da bola, e entrega a Beltrano, que está no quadrado 35, dentro do campo contrário (MENDES, 2002).

Logo na primeira Copa organizada pela FIFA, em 1930, a uruguaia CX 6 SODRE, fundada em 1919, atual Radio Clásica 650 kHz, entrou para a história como a pioneira em irradiar um mundial de seleções, com os *relatos* de Ignacio Domínguez Riera e Emilio Elena. A Figura 3 mostra um tipo de diagrama mais complexo que, além de uma ampla divisão do gramado, ainda apontava uma série de diversos serviços para os espectadores como as posições das bilheterias, entradas e setores de arquibancadas, ao longo da estrutura do estádio *Centenario*, em Montevideú, construído especialmente para aquele torneio.

Figura 3 - Diagrama CX 6 SODRE



Fonte: Sodre (1930).

Segundo Ventura, os ingleses já teriam realizado experimentos anteriores a 1927, contudo, não oficializados, pelo temor de que as irradiações (como no Brasil) afastariam simpatizantes dos estádios e leitores das crônicas esportivas. Por outro lado, entusiastas uruguaios e argentinos é que haveriam sido os pioneiros. Em 1924, Horacio Seever teria transmitido um jogo entre as seleções *platinas*⁴⁰. Já Cipriani López (2015) afirma que “a segunda transmissão esportiva que se concretizava no mundo foi uruguaia, em 1922⁴¹. A primeira havia acontecido nos Estados Unidos, com um *match* de boxe, em 1921”. A luta referida por López, que ficou conhecida como *Battle of de Century*, ocorreu durante o Campeonato Mundial de Boxe, entre o norte-americano Jack Dempsey e o francês Georges Carpentier, em Nova Iorque. Dempsey nocauteou o adversário e conquistou o título. Tratou-se, também, de um evento científico histórico, que representou tanto a construção da própria radiofonia quanto da problemática do tempo real, da transmissão ao vivo. Ao lado do ringue, J. Andrew White, pela *Radio Corporation of America (RCA)*, reportou o evento, captado por milhares de pessoas, como amplia Sterne (2003, p. 195-196)⁴²:

Em julho de 1921, por sugestão de Julius Hopp, a RCA experimentou transmitir uma luta do campeonato mundial de boxe entre o americano Jack Dempsey e o francês Georges Carpentier para públicos remotos. O objetivo da transmissão era duplo: primeiro, descobrir a logística de levar um evento esportivo a uma audiência de rádio e, segundo, determinar se tais serviços seriam lucrativos para a empresa. Na época, tais empreendimentos não eram amplamente considerados comercialmente viáveis pelos profissionais de rádio e, após não encontrar um parceiro comercial no empreendimento, a RCA apelou aos membros da *Amateurs Wireless Association* por assistência. Os membros da associação encontraram teatros locais ou outros espaços públicos onde poderiam instalar um receptor de rádio e um alto-falante e, em muitos casos, cobranças e taxas de admissão. O relatório final documentou a extensa organização e planejamento que foi necessário para preparar a transmissão da luta: a certificação dos operadores, o teste do transmissor para descobrir o raio dentro do qual a transmissão poderia ser ouvida, a seleção de um narrador para a luta, e o próprio planejamento do evento.

⁴⁰ Conforme Guñazu (2004), a vitória da Argentina sobre o Uruguai por 2 a 1, na cancha Sportivo Barracas, teria coincidido com o primeiro gol olímpico da história, marcado por Cesáreo Onzari, no dia 2 de outubro de 1924. Na ocasião, Seever teria tido a companhia do jornalista Atilio Casime, em transmissão improvisada pela LOR Radio Argentina, a primeira do país, inaugurada em 1920.

⁴¹ De acordo com Defeo (1994), Claudio Sapelli realizou a transmissão de Uruguai e Brasil, segundo informações de telegramas da Western Union que, do Rio de Janeiro, eram reenviadas até o telhado do jornal *El Plata*. A irradiação teria sido um sucesso para o desenvolvimento da prática, principalmente, a partir da década de 1930.

⁴² Tradução nossa.

Conforme Sterne (2003), mais de 300 mil pessoas teriam ouvido a luta, considerada um grande sucesso. Além disso, houve uma série de doações em dinheiro à RCA, incentivando a irradiação de novos eventos semelhantes.

O relatório concluiu que: “o radiofone como dispositivo de diversão provou sua praticidade além de qualquer expectativa. Comercialmente, pode ser muito lucrativo e, como dispositivo de publicidade, deve ser avaliado muito à frente de qualquer outra forma de construção de boa vontade que poderia ser usado para alcançar a fraternidade de rádio” (STERN, 2003, p. 196)⁴³.

Ainda hoje, afirma Sterne, o objetivo das transmissões não é de irradiar a realidade, mas de produzir uma experiência particular, como o próprio relatório da RCA, na época da luta, deixou claro quando determinou que: “a RCA transmitiu uma ‘descrição vocal’ da luta, não a luta em si” (STERN, 2003, p. 245).

No Brasil, Edileuza Soares (1994) afirma que, no dia 19 de julho de 1931, ocorreu a pioneira irradiação de futebol sem interrupções. Nicolau Tuma, pela Rádio Educadora Paulista, transmitiu um duelo entre os combinados de São Paulo e Paraná. A partir de então, a narração esportiva acompanhou toda a evolução do rádio, o estabelecimento, as crises, e a popularização do meio em relação aos âmbitos sócio-políticos, culturais, mercadológicos e tecnológicos.

Contudo, ainda persiste a polêmica histórica quanto ao pioneirismo⁴⁴. Calabre (2004), por exemplo, indica que a Rádio Educadora Paulista, sim, inaugurou as irradiações esportivas, mas, em 1927. Outras linhas especulam que Amador Santos, pela Rádio Clube do Brasil, do Rio de Janeiro, teria transmitido futebol antes mesmo do que de Tuma. Soares (1994) afirma não haver precisão de datas que confirmem tal fato. Para a autora, na verdade, existe uma incoerência por parte de pesquisadores como Ortriwano (1985), que aponta a data de 10 de

⁴³ Tradução nossa.

⁴⁴ Em texto intitulado Primeira transmissão de rádio a longa distância, publicado no site oficial do Santos, Guilherme Guarche (2019), “baseado em artigo do historiador De Vaney; Quando excursionou à Bahia, em 1929, o Santos de tantos recordes protagonizou mais um: a primeira transmissão à longa distância de um jogo de futebol. Essa partida pioneira, que chegou à cidade de Santos por intermédio de ‘A Tribuna’, foi realizada em um domingo à noite, 12 de maio, e inaugurou os refletores do Estádio da Graça, em Salvador. As demais partidas também foram transmitidas para Santos, sempre com o jornal “A Tribuna” conduzindo os trabalhos de transmissão, com um minuto e 30 segundos de atraso, para a população que se aglomerava à rua General Câmara, em frente à sede do centenário jornal, orgulho de nossa cidade”. Segundo o texto, as informações da partida eram repassadas por telefone da Bahia a Santos, para a redação do periódico. Os dados teriam sido datilografados e entregues ao locutor para informar aos ouvintes. Adriano Neiva da Motta e Silva, conhecido como De Vaney, considerado poeta da crônica esportiva brasileira, jornalista, teria relatado o acontecimento. Não é possível determinar que a referida transmissão se configure em narração. Está mais para o tipo de recurso, conforme Soares (1994), que foi uma prática comum até o início da década de 1930. Segundo a autora, as emissoras de rádio entravam em contato com os clubes para obter informações sobre os jogos e, em seguida, anunciavam os resultados na programação.

fevereiro de 1932 como da primeira narração realizada por Tuma, enquanto Tota (1990) enfatiza 1931. Murce (1976), por sua vez, remete o suposto protagonismo de Amador Santos, exclusivamente, ao âmbito do Rio de Janeiro. Já Cabral (2016) afirma que o locutor lançou a narração no Brasil, mas, em 1930. Enquanto isso, Mostaro e Kischinhevsky (2016) retrocedem ao ano de 1925. E contam que, certa vez, Amador Santos teria sido impedido de narrar um clássico entre Fluminense e Flamengo, na Laranjeiras. E para contornar a situação, transmitiu de um galinheiro, próximo ao campo, episódio retratado em composição de Lamartine Babo, intitulada *As cinco estações*, composta apenas em 1933.

Abílio de Castro, pela Rádio Clube de Pernambuco, haveria sido o pioneiro na região norte/nordeste, ao irradiar a vitória da Seleção de Pernambuco por 6 a 2 diante da Paraíba, em 1931. O único duelo encontrado com o mesmo placar entre Pernambuco e Paraíba, no mesmo ano, consta no banco de estatísticas da *Rec. Sport Soccer Statistics Foundation* (RSSSF-Brasil)⁴⁵ (GÖTZ, 2020). Segundo a fundação, o jogo aconteceu pelo Campeonato de Seleções Estaduais⁴⁶, no dia 12 de julho, sete dias antes da transmissão de Tuma, em 19 de julho. Castro só não teria narrado de forma integral, por motivo de uma presumida expulsão do campo de jogo por dirigentes do Sport, de acordo com Phaelante (1998). A partida, de fato, aconteceu na data indicada, mas no Campo da Jaqueira, na época, pertencente ao América (GÖTZ, 2020). Para realizar a locução, conforme Phaelante, Castro recorreu ao amigo Edgar Altino, que lhe emprestou as dependências de sua residência para que a irradiação ocorresse direto da sacada, onde havia uma vista privilegiada. A casa, atualmente, abriga a sede do Conselho Estadual de Educação de Pernambuco. Já o Campo da Jaqueira foi desativado nos anos 1940, dando lugar ao Parque da Jaqueira.

O rádio enraizou-se no imaginário popular. E, no mesmo tempo que o futebol se tornava, cada vez mais, uma paixão nacional, os narradores criaram variedades de técnicas que transformaram transmissões em espetáculos radiofônicos. Além do próprio Tuma, podem ser referenciados outros nomes fundamentais como: Ary Barroso, Oduvaldo Cozzi, Gagliano Neto, Pedro Luiz, Fiori Gigliotti, Osmar Santos, Haroldo de Souza, Pedro Carneiro Pereira, José Carlos Araújo, Vilibaldo Alves, Willy Gonser, entre muitos outros. É preciso destacar, também, a façanha de Zuleide Ranieri, que, na década de 1970, pela Rádio Mulher, entrou para a história como a primeira narradora esportiva do Brasil.

⁴⁵ Fundação criada em 1994, dedicada a recolher estatísticas do futebol do mundo todo.

⁴⁶ Torneio tradicional entre estados, que teve mais 30 edições, de 1922 a 1987. Foi organizado, inicialmente, pela Confederação Brasileira de Desportos (CBD), fundada em 1914. Em 1979, transformou-se na hoje conhecida Confederação Brasileira de Futebol.

4.1 Linha do tempo da narração esportiva no rádio brasileiro

A trajetória dos locutores esportivos pode ser dividida em três períodos: desbravadores, paradigmáticos e contemporâneos (GÖTZ, 2020). Na primeira fase, ocorreram as primeiras experimentações, já em meados da década de 1920 (GUIMARÃES, 2020). Inicialmente informativa, a narração, aos poucos, foi incrementando um caráter espetacular dos acontecimentos. Oficialmente, a trajetória do rádio brasileiro começou em 1919, com a fundação do Rádio Clube do Recife. Até o princípio da década de 1940, o meio passou por um período de implantação, com destaque, também, para a regulamentação da publicidade, fundamental para a sobrevivência dos meios, até hoje.

Assim como o rádio, a tecnologia e o próprio futebol, a narração e as transmissões também evoluíram. Os locutores foram inserindo novos elementos como a emoção, influenciados por estilos mais consolidados primordialmente, a exemplo de países da região do Prata, Uruguai e Argentina. Entre as décadas de 1940 e 1960, que marcam o final da era desbravadora (GÖTZ, 2020), a função do narrador esportivo no rádio brasileiro já estava afirmada. Era o locutor que, desde sempre, comandava as ações, já que comentaristas, repórteres de campo, setoristas, plantões, entre outros, foram integrados no que se tornaria, mais adiante, o quadro básico de componentes de uma jornada esportiva.

Apesar da concorrência da televisão, a partir dos anos 1950, o rádio continuou influente como meio de comunicação no período seguinte, dos paradigmáticos. Foi justamente aí, entre as décadas de 1960 e meados de 1990, que a locução esportiva no rádio alcançou o ápice técnico e criativo (GÖTZ, 2020). Muitos daqueles anteriormente citados fizeram parte ou ainda atuam no mercado, como os casos de Haroldo de Souza, no Rio Grande do Sul, José Silvério, em São Paulo, Alberto Rodrigues, em Minas Gerais, e José Carlos Araújo, no Rio de Janeiro. Araújo e Osmar Santos, em São Paulo, protagonizaram mudanças fundamentais, entre 1970 e 1990, tanto nas questões técnicas como estruturais do que se determina de futebol show (MADUREIRA e KISCHINHEVSKY, 2015).

Na fase paradigmática, também houve avanços significativos no que condiz aos aspectos tecnológicos que, sem dúvida, auxiliaram fundamentalmente nas transmissões. Não só a miniaturização, mas a qualidade das linhas, dos microfones, de aparelhagem, a consolidação da frequência modulada, a digitalização e a internet, incrementaram as dinâmicas profissionais e de mercado.

A terceira e vigente fase, dos narradores contemporâneos (GÖTZ, 2020), marcada pela era da convergência de mídias, revelou uma série de outros grandes narradores como Mário Henrique Caixa, Pedro Ernesto Denardin, Odilon Júnior, entre outros, que seguem, à sua maneira e estilos, transmitindo as emoções do futebol em tempos de multiplicidade da oferta e de portabilidade (KISCHINHEVSKY, 2008). Hoje, os locutores não mais apenas narram pelas ondas hertzianas, já que o rádio, como já destacado, expandiu-se e radimorfoseou-se. Os narradores de rádio também estão presentes na internet e nas redes sociais como o Facebook e YouTube.

Para situar este trabalho de forma mais precisa temporalmente, adotou-se a proposta de periodização histórica da locução no Brasil, que se trata de uma adaptação dos períodos desbravador, paradigmático e contemporâneo desenvolvidos para o âmbito da capital gaúcha (GÖTZ, 2020). Esta linha do tempo relaciona-se com o modelo de periodização do rádio no país, formulada por Ferraretto (2012). O autor fundamentou-se no campo da economia política da comunicação, através de Mosco (1996), Bolaño (1988) e Brittos (1999/2002), enquanto que, metodologicamente, teve o apoio de Heller (1997), na busca de cortes ou pontos de rupturas históricos. Para uma análise cronológica do meio, Ferraretto considerou autores como Ortriwano (1985), Federico (1982) e Moreira (1991).

A construção da linha de tempo da narração também se baseou no modelo referente ao comentário esportivo em Porto Alegre, elaborado por Guimarães e Ferraretto (2018). Sob o viés da economia política, Ferraretto (2012) recorre a alguns conceitos considerados fundamentais, expressados por Mosco (1996):

(1) a priorização da mudança social e da transformação histórica, que, para os teóricos marxistas, passa, necessariamente, por um exame da dinâmica do sistema capitalista; (2) a tentativa de compreender a totalidade social, ou seja, a identificação de elos dos campos econômico e político com o amplo entorno cultural e social, sendo, portanto, básica a ideia da observação do objeto de estudo em um contexto mais abrangente; (3) a inclusão de uma perspectiva em que se destaca uma espécie de filosofia moral, objetivando explicitar posições éticas a respeito de práticas econômicas e políticas, muitas vezes mascaradas pelos interesses nelas envolvidos; e (4) a abordagem considerando a questão da práxis, ou seja, a relação que se estabelece entre o ser humano, produzindo e transformando o mundo e a si mesmo, e o seu entorno (MOSCO, 1996, p. 27 38).

Na aplicação dessa contextualização quanto à proposta de periodização do comentário esportivo, Guimarães e Ferraretto (2018) compreendem que (2018, p. 179) o “item (1) acaba

sendo priorizado, com os demais amparando a análise e a contextualização da reflexão encetada”. Levou-se em conta a mesma ideia em relação à narração esportiva.

Ferraretto (2012, p. 3) indica, ainda, que a periodização do rádio no Brasil complementa a proposta anterior de Bolaños “baseada na sucessão de ciclos de hegemonia e voltada à análise histórica econômica da televisão brasileira”. Esse pensamento é adaptado da TV para a reflexão radiofônica. O autor também recorreu à reflexão de Brittos (1999/2002) sob o aspecto da lógica da multiplicidade da oferta, quanto às formas vigentes de comercialização, produção e consumo.

Como referido, para promover o processo de periodização, Ferraretto (2012) e Guimarães e Ferraretto (2018) recorrem ao método de Heller (1997), no qual devem ser identificados os cortes, ou pontos de ruptura para se compreender quais foram os fatores decisivos que produziram acontecimentos passados e futuros. O corte “é o princípio organizativo de toda obra historiográfica e, conseqüentemente, uma ideia universalmente constitutiva da historiografia” (HELLER, 1997, p. 130).

Conforme Ferraretto (2012), há três pontos de corte que definem a proposta de organização histórica: (1) a regulamentação da publicidade; (2) a televisão, a transistorização dos receptores e a frequência modulada; (3) a telefonia móvel, a internet comercial e as tecnologias e práticas a elas relacionadas. A partir desses pontos de ruptura, o autor divide a história em quatro fases:

(1) fase de implantação, do final da década de 1910 até a segunda metade dos anos 1930; (2) fase de difusão, do início da década de 1930 até a segunda metade dos anos 1960; (3) fase de segmentação, do final da década de 1950 até o início do século 21; e (4) fase de convergência, de meados da década de 1990 até a atualidade (FERRARETTO, 2012, p. 6).

Compreende-se que esses processos de ruptura também são dinâmicos e as fases históricas da narração esportiva não podem ser divididas em etapas completamente fixas, principalmente, após o advento do rádio comercial (GÖTZ, 2020). Tomando em conta o modelo de Ferraretto (2012), a linha do tempo da narração pode ser dividida da seguinte forma: “Período Desbravador, de meados dos anos 1920 até o final da década de 1950; Período Paradigmático, dos anos 1960 até meados de 1990; e Período Contemporâneo, do final do século XX até a atualidade” (GÖTZ, 2020, p. 71).

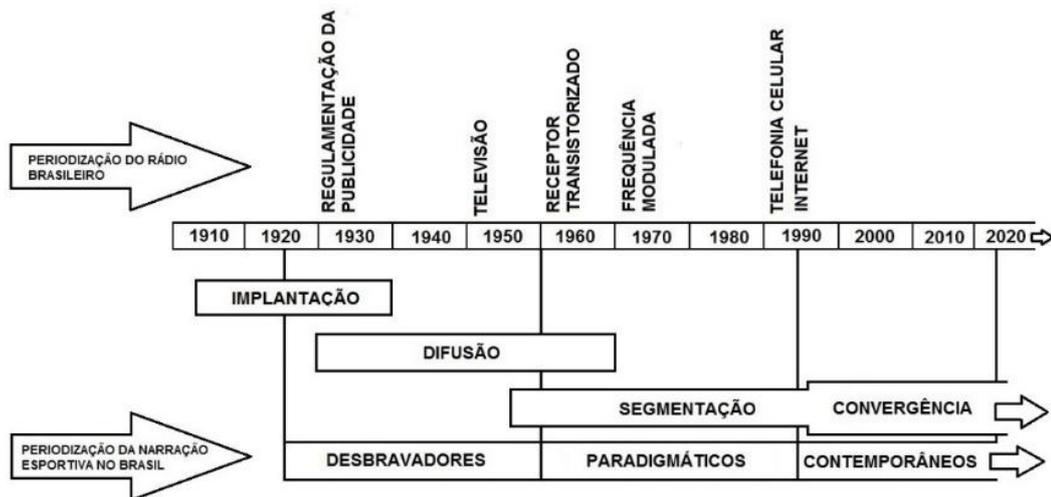
A fase desbravadora da narração aconteceu entre o período de implantação, difusão e segmentação do rádio. Os pontos de corte, segundo Ferraretto (2012), foram a regulamentação

da publicidade e o advento da televisão. O locutor era predominantemente a figura central e, aos poucos, introduziram-se outras funções profissionais como comentaristas e repórteres. Inicialmente improvisada, a narração foi evoluindo com o surgimento dos primeiros bordões, frases de efeito e outras características, aliadas à emoção. Por outro lado, tecnologicamente, o rádio também se desenvolvia a ponto que as transmissões se tornaram mais qualificadas.

O período paradigmático concentra-se, por sua vez, entre as fases de difusão, segmentação e princípio da convergência. Como pontos de corte, destacam-se a introdução dos receptores transistorizados, a ampliação da frequência modulada (FM), a telefonia móvel e a internet. É o período no qual os narradores alcançam o ápice técnico entre diferentes estilos por todo o país (GÖTZ, 2020).

Por fim, o vigente período contemporâneo encontra-se entre a segmentação e convergência do meio radiofônico, onde os narradores transmitem além das tradicionais ondas hertzianas, como já destacado. É importante ressaltar que as características de cada período serão ampliadas neste estudo, no próximo capítulo. A Figura 4 apresenta um esquema que integra a periodização nacional (FERRARETTO, 2012) do rádio com o modelo elaborado para narração (GÖTZ, 2020).

Figura 4 - Modelo de periodização da narração de futebol no âmbito do rádio brasileiro



Fonte: Modelo elaborado por Ferraretto (2012) e adaptado por Götz (2020).

Diante do referido, a história da narração esportiva no rádio brasileiro é repleta de profissionais que influenciaram gerações e que continuam contribuindo para a evolução da prática em todo o país. Contudo, seria impossível dimensionar a todos nesta pesquisa. Portanto,

os próximos tópicos destacarão nomes considerados relevantes, principalmente, nos âmbitos de Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, o foco desta pesquisa.

4.2 A narração esportiva em Porto Alegre: dos desbravadores aos contemporâneos

O período desbravador compreende a era de instituição da locução esportiva propriamente dita, em um período de experimentações e evolução tecnológica, que inicia em 1931 e se estende até 1958, ano considerado um marco histórico (ruptura) na radiofonia, quando a Rádio Guaíba transmitiu a Copa do Mundo da Suécia, com uma equipe totalmente formada por profissionais gaúchos. O pioneiro da narração teria sido Ernani Ruschel⁴⁷, de acordo com Duval (2012). Apesar de não entender nada de futebol, com auxílio de Ary Lund, narrou a vitória do Grêmio por 3 a 1, no antigo Estádio da Baixada, no dia 19 de novembro de 1931, pela Rádio Sociedade Gaúcha. Há controvérsias. Em 2021, o pesquisador Luiz Artur Ferraretto localizou em seus arquivos uma edição do programa 2001, que foi ao ar no dia 16 de outubro de 1972, com a apresentação de Flávio Alcaraz Gomes⁴⁸, pela Rádio Guaíba. Na oportunidade, Gomes entrevistou um dos fundadores do jornal Folha da Tarde, da Empresa Jornalística Caldas Júnior, o professor José Ferreira Amaro Júnior. Amaro Júnior, falecido em 1982, foi uma das maiores referências em coberturas esportivas no estado. A primeira transmissão direta feita no campo, segundo contou, foi feita pelo cronista do Jornal da Manhã Peri de Azambuja Soares, que era torcedor fanático do Internacional.

Já na primeira transmissão, quando o juiz não apitou um pênalti a favor do seu clube, pênalti que ele achava que era justo, ele saiu com uma porção de impropérios contra o juiz, contra a progenitora do juiz, de maneira que não fosse mais possível deixar que ele transmitisse (AMARO JÚNIOR, 1972).

Contudo, ao contrário do episódio de Ernani Ruschel, datado por Duval (2012), Amaro Júnior não soube precisar se a transmissão “torcedora” de Soares aconteceu em 1931 ou 1932. E, durante a entrevista com Gomes, ainda, foi reproduzido o trecho de um jogo narrado por

⁴⁷ Natural de Estrela, interior gaúcho, nasceu em 9 de setembro de 1908 e faleceu no dia 12 de agosto de 1995. Conhecido como o *Speaker* N° 1, também teria realizado a primeira transmissão de um duelo entre Grêmio e Internacional.

⁴⁸ Natural de Porto Alegre, Flávio Alcaraz Gomes nasceu em 1927. Foi um dos mais importantes jornalistas brasileiros de todos os tempos. Advogado, foi repórter da Rádio Guaíba e colunista do jornal *Correio do Povo*. Esteve presente na Copa de 1958, na Suécia, onde cumpriu papel fundamental para viabilizar as condições técnicas da pioneira cobertura. Em 1970, na Copa do México, chefiou a equipe de emissoras do Brasil. Foi reconhecido, também, como correspondente internacional. Faleceu em 2011, aos 83 anos.

Amaro Júnior entre Grêmio e Brasil de Pelotas, no estádio da Baixada, em Porto Alegre, com o resultado final de 1 a 1, disputado em 24 de abril de 1941⁴⁹. Esse seria, por enquanto, o arquivo sonoro mais antigo que se tem conhecimento em transmissões esportivas no Rio Grande do Sul.

O período ainda apresenta, pelo menos, dois episódios importantes no rádio de Porto Alegre, via Rádio Sociedade Gaúcha. O primeiro, com Farid Germano⁵⁰ que, em 1944, narrou os confrontos entre combinado do Paraná e Seleção Gaúcha. O segundo foi a primeira irradiação internacional por um gaúcho. Conforme conta Ferraretto (2002), no dia 14 de maio de 1949, Cândido Norberto⁵¹ transmitiu a vitória do Grêmio diante do Nacional, no Estádio Centenário, em Montevideú, por 3 a 1. No princípio, a narração era amplamente descritiva, com presença de emoção e influências do rádio uruguaio e argentino.

Já a fase paradigmática compreende o período entre o final da década de 1950 e meados dos anos 1980. Podem ser destacados nomes como Mendes Ribeiro⁵², Milton Jung⁵³, Pedro Carneiro Pereira⁵⁴ e Armindo Antônio Ranzolin⁵⁵. Já no período contemporâneo, vários narradores vêm dando continuidade à evolução da locução, como Marco Antônio Pereira⁵⁶, Pedro Ernesto Denardin⁵⁷ e Orestes de Andrade⁵⁸.

⁴⁹ Até então, considerava-se o trecho de um gol narrador por Cândido Norberto, em 1949, pela Rádio Gaúcha, de um amistoso entre El Salvador e Grêmio, com vitória gaúcha por 3 a 1, em jogo duelado em El Salvador, como o mais antigo registro de um fato esportivo radiofônico rio-grandense do sul.

⁵⁰ Em 1942, iniciou sua carreira como narrador na Rádio Difusora Porto-Alegrense. Protagonizou a primeira transmissão interestadual do Rio Grande do Sul. Em 1944, Germano narrou os confrontos entre Combinado do Paraná e Seleção Gaúcha. Faleceu em 8 de abril de 2012, com 88 anos.

⁵¹ Falecido em 2009, Cândido Norberto, um dos principais nomes do radiojornalismo gaúcho, criou o tradicional programa Sala de Redação, nos anos 1970, que segue no ar pela Rádio Gaúcha.

⁵² Em 1958, o narrador entrou para a história, ao lado do jornalista Flávio Alcaraz Gomez, ao realizar a cobertura da primeira conquista da Seleção Brasileira em uma Copa do Mundo, pela Rádio Guaíba, inaugurada um ano antes. Teve grande destaque em outros meios como a Rádio Gaúcha e RBS TV. Faleceu em 1999.

⁵³ Conhecido também com “a voz do rádio” no Rio Grande do Sul. Com timbre potente e grave, Jung foi um influente narrador esportivo. Atuou durante cinco décadas na Rádio Guaíba como locutor do Correspondente Renner, a partir de 1964, um informativo aos moldes do conhecido O Repórter Esso. Faleceu em 2018.

⁵⁴ É considerado o maior narrador esportivo gaúcho de todos os tempos. Destacou-se, principalmente, pela Rádio Guaíba. Faleceu no dia 21 de outubro de 1973, aos 35 anos, após sofrer um acidente durante a 4ª etapa do Campeonato Gaúcho de Viatura de Turismo.

⁵⁵ Ranzolin também é considerado um dos maiores narradores do Rio Grande do Sul, pela qualidade de timbre de voz, articulação e emoção nas coberturas. Foi o substituto de Pedro Carneiro na Guaíba até sua transferência para a Rádio Gaúcha, em 1984, onde encerrou sua carreira como narrador, em 1995.

⁵⁶ Teve grande destaque em emissoras como a Rádio Guaíba, Gaúcha e Bandeirantes, onde atua.

⁵⁷ Foi o substituto de Armindo Antônio Ranzolin, na Rádio Gaúcha. Além de várias Copas do Mundo, se notabilizou como âncora do programa Sala de Redação, na própria Gaúcha. Tem como principal bordão “é demais!”.

⁵⁸ Conhecido como Galo Missioneiro, tem no grito de gol extenso sua principal marca. É narrador da Rádio Guaíba, desde 1995.

4.3 Narradores esportivos do rádio carioca

Amador Santos foi um pioneiro na narração de futebol no Rio de Janeiro. Conforme Guerra (2007, p. 2), Tuma, por São Paulo, e Santos, pelo Rio, inauguraram “já com estilos diferentes, até os tempos atuais, a união do futebol com a narração esportiva” no Brasil. Enquanto Tuma teria sido o responsável por determinar um ritmo à narrativa de futebol, Amador Santos praticava uma locução mais lenta, próxima da linguagem da TV. Madureira e Kischinhevsky (2015, p. 197) ampliam a percepção de Guerra e definem que Tuma e Santos são considerados os representantes “das duas primeiras escolas de narração esportiva radiofônica do país, que prevalecem até hoje: uma escola paulista, de ritmo frenético, e uma carioca, mais descritiva e cadenciada”.

Para Guerra, muitos locutores cariocas também devem ser lembrados.

Entre eles, o do compositor Antônio Maria, que narrou pela Rádio Mairink Veiga; Maurício Menezes (Danadinho), Luiz Carlos Silva (o que faz a cabeça da galera), Sérgio Morais (dos Pampas aos Seringais), Airtton Rebelo (de coração a coração), Celso Garcia (o garoto do placar), Carlos Borges, Wellington Campos, Gilson Ricardo, Antônio Porto e Luiz Penido (GUERRA, 2007, p. 6).

Além destes, outro narrador fundamental foi Ary Barroso, como já referido. Jornalista, flamenguista, atuou como compositor de teatro e da música popular. Entre tantas obras, compôs, por exemplo, *Aquarela do Brasil* (1939), uma das canções mais reconhecidas mundialmente. Segundo Tavares (2014), Barroso foi o *speaker* da gaitinha, já que ao invés de gritar os gols, soprava o instrumento, o que se tornou uma marca registrada. Oduvaldo Cozzi⁵⁹ também marcou época como narrador. De acordo com Guerra (2006, p. 27), “foi o primeiro a colocar repórteres em diferentes campos, informando o andamento de outras partidas, mas sem a preocupação vocal destes repórteres”. Dessa fase primordial, cabe destacar, ainda, Gagliano Neto⁶⁰, segundo Tavares (2012, p. 414), “o autor da façanha” de transmitir a Copa da França de 1938, considerada a primeira acompanhada pelo rádio brasileiro.

⁵⁹ Começou sua trajetória em 1933, atuando na Rádio Ipanema, tendo passagens pelas rádios Cosmos, Transmissora e Nacional. Nessa última, em 1938, tornou-se diretor executivo e iniciou transmissões esportivas. Como descrito anteriormente, na Rádio Gaúcha. No dia 12 de novembro de 1978, sofreu nova trombose e acabou falecendo, na cidade de Guaíba, no Rio Grande do Sul.

⁶⁰ Gagliano Neto nasceu em Recife, no dia 24 de dezembro de 1911. Em 1967, abandonou a locução esportiva. Faleceu no dia 5 de março de 1974, devido a um ataque cardíaco.

Nas décadas seguintes, a narração carioca teve como grandes personagens Luiz Mendes e Jorge Curi⁶¹. Assim como no rádio paulista, cada vez mais, os locutores criaram figuras de linguagem e jargões, caso de Waldir Amaral⁶². Outros, porém, como Doalcei Bueno de Camargo⁶³, mantinham uma narração mais cadenciada. Na década de 1970, José Carlos Araújo, conhecido como o Garotinho, a exemplo de Osmar Santos, em São Paulo, teve fundamental importância para a renovação do formato das transmissões para aquilo que se conhece como Jornadas Esportivas. “Ambos abusavam de vinhetas, trilhas e músicas, bem como de pessoas que participavam direta ou indiretamente das transmissões” (SCHINNER, 2004, p. 52). Luiz Penido⁶⁴, o Garotão da Galera, é outro narrador consagrado que segue na ativa. No dia 21 de julho de 2021, após nove anos atuando no sistema Globo de Rádio, retornou à Super Rádio Tupi para fazer uma “dobradinha” com José Carlos Araújo. Já Madureira (2016) reconhece outros jovens e experientes profissionais que, influenciados pelos personagens referidos, continuam levando as emoções do esporte aos ouvintes cariocas, tais como: Edílson Silva, Evaldo José, Rodrigo Campos, Maurício Moreira, Ruy Fernando, Rodrigo Campos e Bruno Cantarelli.

4.4 As escolas de narração paulista

São Paulo foi e continua sendo uma das principais fontes de narradores no rádio esportivo. A forte tradição de emissoras, a importância dos clubes de futebol e o crescimento das torcidas ao longo dos anos, certamente, tiveram papel fundamental nessa trajetória histórica.

⁶¹ Mineiro de Caxambu, nasceu no dia 25 de fevereiro de 1929. A carreira no rádio começou na sua cidade natal, em 1942. Pouco tempo depois, transferiu-se para a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Consagrou programas como A Hora do Pato, dedicado a calouros, nos domingos. Faleceu no dia 23 de dezembro de 1985, próximo a Caxambu, em um acidente automobilístico. Cobriu nove Copas do Mundo, Olimpíadas e títulos intercontinentais de clubes como Santos e Flamengo.

⁶² Nasceu em 17 de outubro de 1926, na cidade de Pilar, em Goiás. Foi um narrador de bordões, tais como: “indivíduo competente”, “o relógio marca”, “tem peixe na rede” (GONÇALVES, 2012, p. 233). No dia 7 de outubro de 1997, faleceu, aos 71 anos.

⁶³ Nascido em 18 de março de 1930, em Itápolis, no princípio da carreira, Doalcei Benedito Bueno de Camargo atuou na PRI 2 Rádio Clube, em Marília, interior de São Paulo. Teve destaque pela Super Rádio Tupi, entre os anos de 1965 e 2009, onde foi diretor do Departamento de Esportes.

⁶⁴ Natural de Juiz de Fora, de 5 de maio de 1955, começou na Rádio Globo, em 1969, com apenas 15 anos. Recebeu muitos ensinamentos de profissionais como Waldyr Amaral e Jorge Curi. Em 1988, transferiu-se para a Super Rádio Tupi. Apresentou um projeto de renovação da transmissão esportiva na emissora. No final dos anos 1990, conforme Gonçalves (2012), atuou nas rádios Eldorado e Mundial, onde não apenas transmitiu futebol, mas ganhou notoriedade em outras modalidades esportivas como basquete e automobilismo. No dia 13 de maio de 2012, com a saída de José Carlos Araújo da Globo, que lhe passou o microfone, no segundo tempo de partida entre Fluminense e Botafogo, retornou à emissora após 24 anos, como o principal narrador.

A partir da transmissão protagonizada por Nicolau Tuma⁶⁵, em 1931, surgiram diversos nomes que formaram o que alguns autores como Soares (1994) e Guerra (2006) denominam de escolas da narração. Basicamente, é possível pensar na narração de futebol paulistana levando em conta três ícones, considerados como os principais influenciadores da locução de todos os tempos: Pedro Luiz⁶⁶, Fiori Gigliotti⁶⁷ e Osmar Santos. No entanto, esses consagrados narradores são frutos de uma evolução estilística e técnica que tomou grandes proporções, justamente, a partir dos anos 1930.

Conforme Guerra (2007), em São Paulo, “não podem ser esquecidos narradores” como:

Hélio Ansaldo, Otávio Muniz, Salem Júnior, Néelson Spinelli, Antônio Euclides, Aníbal Fonseca, Bruno Sobrinho, Aurélio Campos, Wilson Brasil, Haroldo Fernandes, Braga Júnior, Flávio Araújo, Luís Aguiar, Darci Reis, José Carlos Silva, Luís Noriega, José Góes, Jaime Moreira Filho, Hélio Prioli, Vanderlei Ribeiro, Ademar Anusek, Alfredo Orlando, Eder Luis, Jarbas Duarte, José Maia, Nilson César, Douglas Porto, Rogério Assis e Hélio Claudino (GUERRA, 2007, p. 6).

Segundo Soares (1994), a primeira escola de São Paulo tem como principais representantes, além de Nicolau Tuma, Rebello Júnior, Pedro Luiz e José Silvério. Tuma tinha como principal característica uma narração que buscava a objetividade, isto é, o narrador procurava descrever um jogo com fidelidade. Discípulo de Tuma, Rebello Júnior⁶⁸ inovou e foi o primeiro a narrar um gol com emissão longa, uma prática que virou praxe entre os narradores, até a atualidade.

A segunda escola foi encabeçada por Geraldo José de Almeida, a partir de 1936. Foi um criador de famosos bordões como a “Seleção Canarinho”, “lindo, lindo, lindo!”, “mata no peito

⁶⁵ Nicolau Tuma nasceu no dia 19 de janeiro de 1911, em Jundiaí, São Paulo. Foi pioneiro, também, em outros episódios ligados ao rádio. Com 21 anos, anunciou a Revolução Constitucionalista. Atuou nas rádios Record, Cultura e Difusora. Em 1934, narrou a primeira corrida internacional, nas ruas da Gávea, no Rio e foi o primeiro a utilizar o recurso do telefone para reportagem. Dirigiu a Rede de Emissoras Associadas. Além disso, na política, foi eleito vereador e deputado federal por São Paulo. Atuou como diretor de Trânsito no governo de Jânio Quadros, e, ainda, colaborou na criação do Código Nacional de Trânsito e na fundação da Embratel. Faleceu em 11 de fevereiro de 2006.

⁶⁶ Mineiro, nascido em 14 de junho de 1919, em São Tomaz de Aquino, Pedro Luiz Paoliello foi “um dos maiores nomes e audiência do rádio esportivo brasileiro” (CHAMMAS, NUNES e OLIVEIRA, 2012, p. 318). Schinner (2004, p. 39) entende que “durante décadas foi considerado o melhor locutor de futebol do rádio”. Faleceu no dia 12 de julho de 1998. Ao total, cobriu 11 Copas do Mundo e duas Olimpíadas.

⁶⁷ “Abrem-se as cortinas e começa o espetáculo”. Essa é a frase mais conhecida da trajetória de Fiori Gigliotti, narrador que virou uma lenda da narração esportiva no rádio do Brasil. Natural de Barra Bonita, nasceu no dia 27 de setembro de 1928. Faleceu em 8 de junho de 2006, aos 77 anos, pouco antes do mundial da Alemanha, que desejava transmitir.

⁶⁸ Nascido em 1917, um dos “inventores da narração rápida”, faleceu em 1970, de acordo com Milton Parron (2016).

e baixa na terra” e “o que é isso, minha gente?”. O narrador também criava alcunhas a jogadores, como nos casos de Pelé, chamado de “Craque Café”, Jairzinho, “Furacão da Copa” e Vavá, “Peito de Aço”, entre outros.

Esse estilo influenciou muitos narradores que viriam na sequência como, por exemplo, Fiori Gigliotti, que desenvolveu bordões do tipo “e o tempo passa”, “aguenta coração”, “torcida brasileira”, “crepúsculo do jogo”. De acordo com Schinner (2004), Osmar Santos⁶⁹, conhecido como Pai da matéria, era um fenômeno. Para Schinner (2004, p. 45), Osmar Santos foi “talvez a última grande marca inovadora do rádio”. É considerado no meio esportivo como o maior narrador da história do rádio brasileiro. “Um dos gênios da narração esportiva de todos os tempos. Preciso, dicção perfeita, agilidade e perfeição nos lances, jogadas, a cada passe, lançamento e gol” (CHAMMAS, NUNES e OLIVEIRA, 2012, p. 317).

Além dos diversos bordões e frases clássicas como “ripa na chulipa e pimba na gorduchinha”, “parou por que, por que parou?”, “vai, garotinho, porque o placar não é seu”, Santos também criou personagens como o “Animal”. Contudo, é possível, ainda, dar créditos a locutores esportivos que construíram trajetórias respeitáveis e que, na atualidade, seguem transmitindo pelas ondas do rádio paulistano. São os casos de Dirceu Maravilha, Oscar Ulisses⁷⁰, Odinei Edson⁷¹, irmãos de Osmar Santos, e Ulisses Costa⁷², primo do Pai da matéria.

4.5 Narradores esportivos no rádio de Belo Horizonte

Prata e Santos (2014) apontam que não há detalhes mais exatos sobre o início das narrações esportivas em Minas Gerais. Segundo Bessa (2014), no entanto, Álvaro Celso da

⁶⁹ Nascido em Osvaldo Cruz, no dia 28 de julho de 1949, atuou nas rádios Jovem Pan, Globo e Record. Em 22 de dezembro de 1994, um acidente automobilístico em estrada entre Marília a Lins, no interior paulista, interrompeu a carreira de Osmar Santos. Em decorrência dos traumatismos sofridos no cérebro, o narrador teve metade do corpo paralisada, comprometendo funções motoras e, inclusive, o seu principal instrumento de trabalho, a fala.

⁷⁰ Oscar Ulisses, nascido em Osvaldo Cruz, no dia 20 de junho de 1957, iniciou sua carreira em 1974. Em Londrina, Paraná, atou na Rádio Clube. Em 1976, trabalhou na rádio do irmão, a Jovem Pan, como repórter. Em 1977, na Rádio Globo, acompanhou Osmar Santos na sua troca para a Pan. Em 1979, a pedido de Fiori Gigliotti, foi contratado pela Rádio Bandeirantes. Desde 1986, atua nas rádios Globo e CBN.

⁷¹ Começou na Rádio Globo, em 1985, como repórter. Em 1995, na Bandeirantes, além do futebol, especializou-se em corridas de Fórmula 1. Atualmente, comanda uma equipe exclusiva para cobertura da categoria automobilística na Band News FM.

⁷² Nascido em 31 de agosto de 1969, em Osvaldo Cruz, começou na Rádio Clube de Curitiba. Nos anos 2000, transferiu-se para a Rádio Globo de São Paulo. Em 2005, teve uma importante experiência na RedeTV!, onde transmitiu duelos do Campeonato Brasileiro da Série B. Atualmente, é narrador da Rádio Bandeirantes de São Paulo.

Trindade, o Badaró, possui o crédito de pioneiro no estado. Destaca Bessa que Badaró, em 1937, pela Rádio Guarani, realizou a primeira irradiação de um duelo futebolístico.

Aldair Pinto⁷³ foi uma das primeiras grandes referências da narração, segundo Campelo (2014). Começou como contador na Rádio Brasileira, em Uberlândia, mas seu talento para o meio logo proporcionou uma oportunidade, também, na locução. Torcedor cruzeirense, influenciou seu neto, Diogo Medeiros, atual narrador da *web* Cruzeiro Sports.

Outro nome fundamental foi Waldir Rodrigues Silva⁷⁴, conhecido como o “mais internacional dos locutores”, de acordo com Siqueira (2014). A fama tem muito a ver com o fato de ele ter realizado a primeira⁷⁵ irradiação internacional do rádio mineiro, pela Rádio Itatiaia, em 1950, quando cobriu o Campeonato Sul Americano, realizado em Buenos Aires. Paulo Nunes Vieira⁷⁶, assim como Silva, também foi uma das grandes referências iniciais ao promover a pioneira irradiação fora de Minas Gerais, em partida do Atlético-MG, na cidade de Curitiba, capital paranaense. Entre os narradores desbravadores e paradigmáticos do rádio de Belo Horizonte, podem ser lembrados outros nomes importantes como Jairo Anatólio Lima⁷⁷, Armando Alberto⁷⁸, Fernando Sasso⁷⁹ e Jota Júnior⁸⁰.

Willy Fritz Gonser⁸¹, que atuou em emissoras como a Rádio Gaúcha, Nacional e Jovem Pan, segundo Guiotti (2014, p. 419), “escreveu com uma bela voz uma das mais completas

⁷³ Preso político durante o regime militar, é considerado ídolo dos anos 1960, tendo falecido em 2001.

⁷⁴ Nascido em 6 de março de 1934, em Cordisburgo, Minas Gerais. Conforme Siqueira (2014, p. 407), um dos seus principais bordões era “atira para o arrrrrco e... goooooool”. Rodrigues faleceu no dia 8 de agosto de 2018, aos 84 anos.

⁷⁵ Waldir Rodrigues sempre fez questão de mencionar a importância de Januário Carneiro, o fundador da Rádio Itatiaia, em 1952. Carneiro conforme Siqueira (2014, p. 407) foi autor da frase “nós abrimos para o rádio de Minas o caminho de todos os continentes”. Em 1959, ao lado de Waldir Rodrigues e equipe, a Itatiaia entrou para a história ao irradiar a partida de abertura do Sul Americano, entre Brasil e Peru.

⁷⁶ Nascido em 3 de julho de 1918, integrou a Rádio Guarani na função de mensageiro. O grande destaque foi a cobertura da Copa do Mundo de 1950, na qual narrou o momento decisivo que culminou na derrota do Brasil, pela Rádio Inconfidência. Outro importante feito foi realizar a primeira irradiação fora de Minas Gerais em partida do Atlético-MG, em Curitiba, capital paranaense. Faleceu às vésperas de assumir como titular do Cartório do Registro Civil de Brasília, em 1968.

⁷⁷ Nascido em Belo Horizonte, no dia 23 de março de 1928, começou como *office-boy* na Rádio Inconfidência, com apenas 13 anos. Na Copa do Mundo de 1950, narrou o primeiro tempo da decisão com o Uruguai, sendo a segunda etapa transmitida por seu companheiro Paulo Nunes. Faleceu no dia 25 de março de 2009, aos 81 anos, justamente data de aniversário do Atlético-MG, clube para o qual torcia.

⁷⁸ Nascido em 10 de março de 1915, em Ribeirão Preto, que se destacou como locutor na Rádio Guarani, a partir de 1945.

⁷⁹ Fernando Sasso, narrador que teve grande destaque nos anos 1950 e 1960, conforme Souza (2014, p. 148) criador do bordão “tá no filó, dito no momento em que a bola tocava o fundo das redes”.

⁸⁰ Juventino de Lima Júnior, o Jota Júnior, foi goiano de Pires do Rio, nascido no dia 24 de dezembro de 1938. Em 1966, o narrador estreou em Belo Horizonte. Começou a carreira nas cidades de Araguari e Uberlândia, antes de se transferir para a Rádio Itatiaia.

⁸¹ Era natural de Curitiba, nascido em 13 de outubro de 1936. Em dezembro de 2009, aposentou-se do rádio e veio a falecer em 22 de agosto de 2017, aos 80 anos.

carreiras da imprensa brasileira”. A história do Atlético-MG não poderia “ser contada sem a presença do cronista que mais se identificou com o time de Reinaldo, Cerezo, Éder e de inúmeros garotos que cresceram ouvindo gritar ‘é gol do Galooooooooo’” (GUIOTTI, 2014, p. 419). Nesse time de grandes locutores, ao lado de Gonser e Rodrigues, esteve Vilivaldo Alves, criador de bordões e de muita técnica narrativa. Ficou marcado pelo termo “adivinhe!”, que anunciava antes de confirmar a marcação de um gol. Haroldo de Souza garante que o termo foi sua criação e houve uma certa discordância sobre a autoria. Ele afirma que “fazia o ‘adivinhe!’ nos poucos jogos que eu narrava na cidade de Londrina, no estado do Paraná” (SOUZA, 2015, p. 105). Na atualidade, alguns narradores estão dando prosseguimento à trajetória, como Mário Henrique Caixa⁸², identificado com a torcida do Atlético-MG, e Ênio Lima⁸³.

O quinto capítulo, a seguir, adentra questões relativas à linguagem radiofônica, estratégias retóricas, técnicas e estilos dos narradores.

⁸² Natural de Três Pontas, nascido em 4 de dezembro de 1972. Começou com apenas 15 anos na Rádio Três Pontas e, dois anos depois, atuou como narrador na Rádio Sentinela. Suas principais influências são Vilivaldo Alves e Osmar Santos. Em 1991, surgiu a oportunidade de atuar na Rádio Globo. Em 1993, transferiu-se para a Rádio CBN e, algum tempo depois, foi contratado pela Rádio Itatiaia, onde, atualmente, é um dos narradores principais, identificado com o Atlético-MG.

⁸³ Iniciou como narrador em 1998, na Rádio Terra AM, de Montes Claros. Em 2006, já na Itatiaia, assumiu como narrador de jogos do América-MG. Sua estreia na emissora aconteceu em 2004. Suas principais influências são Willy Gonser e Alberto Rodrigues.

5 LINGUAGEM RADIOFÔNICA, EXPRESSÃO VERBAL, TÉCNICAS E ESTILOS DE NARRAÇÃO DE FUTEBOL

Há uma série de definições sobre o que significa narração esportiva. Conforme Guerra (2006, p. 10), “a narração de uma partida de futebol é um espetáculo eminentemente radiofônico”. Uma das funções da locução no rádio, conforme o autor é “ver algo a mais que a bola, que o lance em si” (GUERRA, 2006, p. 82). Cyro César amplia o conceito enfatizando que o narrador deve ser vibrante, entusiasmado e preciso. Diz, ainda, que a velocidade da narração, diferentemente de outros tipos de locução, é acelerada. Por fim, para César, é fundamental que o narrador também domine aspectos gerais e técnicos de outras modalidades esportivas, pois uma transmissão requer “muitos comentários de improviso, que só serão bons, na opinião do ouvinte, se o locutor/comentarista dominar bem o assunto” (CÉSAR, 2009, p. 216).

Barbeiro e Rangel (2013, p. 66) concordam com César e afirmam: “o narrador necessita saber ser um âncora⁸⁴ das transmissões, saber editar e conhecer bem a competição que está transmitindo. Precisa passar ao torcedor a emoção na medida certa, sem esbarrar no histerismo”. De uma forma objetiva, Ferraretto (2014, p. 222) entende que “de certo modo, narrar o jogo significa animar o público. O exagero, no entanto, é prática condenável e inclui, não raro, a distorção dos fatos”. Por fim, Schinner (2004, p. 76) define que “a norma de transmissão no rádio se resume a uma narração mais descritiva, mostrando aos ouvintes detalhes dos uniformes, dos times, da posição do campo e das jogadas”.

Segundo Barbeiro e Rangel (2013), profissionais, estudantes e veículos de comunicação ainda estariam “presos” a modelos antigos de narração. Os autores defendem que, na contemporaneidade, a função deve acompanhar a evolução tecnológica e da própria dinâmica do jornalismo, diante de um público cada vez mais exigente e participativo na internet. Os pesquisadores sugerem, inclusive, a troca da denominação locutor por âncora esportivo (BARBEIRO e RANGEL, 2013). Contudo, José Rosa⁸⁵ ([195-]) traz uma leitura de décadas

⁸⁴ Barbeiro e Rangel (2013, p. 75) definem a função do âncora: “[...] tem a finalidade de levar ao telespectador/ouvinte um evento esportivo. Ele é o responsável pela maioria das intervenções e a cara da reportagem. É o repórter principal do evento, e é ele que movimentava e dá ritmo à reportagem/transmissão”.

⁸⁵ A obra intitulada Manual do Locutor – Guia para os profissionais e para os aspirantes à carreira de locutor, lançada pela extinta Editora Prelúdio, não apresenta uma data referencial. Acredita-se que este livro tenha sido levado a conhecimento público entre as décadas de 1950 e 1960. A editora foi fundada em 1952, mesmo ano da criação da Rádio Nacional de São Paulo, atualmente Rádio Globo. Na década de 1970, a Prelúdio tornou-se Editora Luceiro. José Rosa, por sua vez, como indica a citada obra, além de advogado, professor acadêmico de Direito e

anteriores que ainda valida grande parte das atuais características da narração esportiva, embora os avanços dos últimos tempos. De uma forma geral para o autor, a locução compreende três campos: conteúdo, descrição e emoção. Rosa enfatiza que a narração é uma das atividades mais difíceis de se executar no rádio. Um narrador, afirma, não se improvisa, mas se forja durante vários anos de experiência, até que atinja um nível ideal.

5.1 Elementos da linguagem radiofônica

Ferraretto (2014) ressalta que o rádio vai muito além da simples oralidade. A linguagem do meio, conforme o autor, baseia-se em quatro elementos: palavra, música, efeitos sonoros e silêncio. O primeiro trata da forma como a fala se apresenta diante dos conteúdos e do seu público. A palavra depende tanto da técnica quanto do vocabulário. E, dessa forma, preenche locuções de notícias, reportagens, narrações esportivas, entre outros produtos, dependendo do segmento das emissoras. Os efeitos sonoros enriquecem a locução e atribuem sentidos que podem ser relacionados tanto à informação quanto ao entretenimento.

A música, segundo Ferraretto (2014), pode ser apresentada como parte da programação ou da linguagem. De acordo com Silva (1999, p. 77), um “conjunto de ruídos articulados são trabalhados para ficarem em segundo plano, como ‘fundo sonoro’, paralelamente à música e à performance do locutor”. O ruído, amplia Silva (1999), pode assumir dois tipos de estruturas: “a descritiva e a narrativa, nas quais indistintamente o ruído só se torna manifesto no momento em que se ouve o seu som (uma vez que não podemos ver a sua causa, ou o seu objeto) e por isso torna-se a prova da sua existência e tem função de voz” (SILVA, 1999, p. 76). Os efeitos sonoros como o ruído, de acordo com Ferraretto (2014), passaram a ser utilizados no meio a partir dos anos 1930, pela dramaturgia radiofônica. A intenção, até hoje, é de incentivar sensorialidade.

As trilhas de abertura tornaram-se parte importante das transmissões, assim como vinhetas e efeitos de sons de torcida. Além disso, as trilhas ou músicas também são empregadas, como destaca Silva (1999), para acrescentar sentidos a elementos como os *spots* comerciais. Em tempos de pandemia, surgiram os “*djs* de estádio” que, para preencher o silêncio de toda a estrutura, exceto dos gritos de jogadores, técnicos e impactos nas bolas, passaram a reproduzir cânticos e manifestações artificiais de torcedores como som ambiental. Em alguns estádios,

radialista, foi chefe do departamento de locutores da Rádio Nacional. Rosa foi um grande incentivador da música sertaneja.

imagens de simpatizantes clubistas foram impressas e posicionadas nas arquibancadas para simular uma espécie de presença física. Houve, por exemplo, iniciativas de comercialização de ingressos virtuais a dez reais, como o caso do Caxias⁸⁶, agremiação do Rio Grande do Sul, buscando, também, arrecadação.

Nos últimos meses de 2021, aconteceram manifestações contrárias a esse tipo de execução ambiental de som nos estádios. Em partida pelo Campeonato Brasileiro, após a derrota do Grêmio para o Palmeiras por 3 a 1, alguns gremistas invadiram o gramado da Arena e, entre atos de vandalismo, danificaram a estrutura da cabine do VAR. Com isso, o clube gaúcho acabou sendo denunciado e punido pelo Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD), tendo que atuar todos os jogos da sequência do torneio com portões fechados. Em entrevista coletiva no dia 9 de novembro de 2021, o vice de futebol do clube, Denis Abrahão, declarou:

É triste de ver a Arena vazia, é um troço deprimente. Eu, num determinado momento, pedi pra o nosso CEO “desliga esse som⁸⁷ aí, tchê”. Esse som não tem nada a ver com o Grêmio. Por favor, tá, não me leva a mal, mas pede pra desligar esse som aí. Tá atrapalhando, os jogadores tão irritados com esse negócio. Desliga esse som. O torcedor gosta do calor humano. Gente, um teatro sem o artista e sem o público, não é teatro. O cinema, sem o público, não é cinema. O espetáculo do futebol, sem o torcedor, não é futebol (ABRAHÃO, 2021).

O silêncio, aponta Ferraretto (2014, p. 34), “tem também importante papel na construção da mensagem radiofônica”. E a pandemia, como visto, colocou esse elemento à prova. Segundo Silva (1999):

O uso do silêncio, quando contextualizado dentro de uma estrutura sintática, tem a possibilidade de adquirir significados que, por sua vez, podem realçar a importância da continuidade sonora, ou podem atuar como um signo, ou seja, representar um mistério, uma dúvida, a morte, a expectativa. Mas deve estar

⁸⁶ Acesso em: 02 nov. 2021. Disponível em:

<https://www.sercaxias.com.br/noticia/Caxias+lanca+ingresso+virtual+para+partida+diante+do+Mirassol/417>.

⁸⁷ A argumentação exposta pelo dirigente gremista pode ganhar dois significados, conforme Silva (1999). No caso da ausência dos torcedores nos estádios e a iniciativa de preencher e dar significado ao ambiente, pode ser classificado pela autora como “o efeito sonoro ou o ruído desejável” (SILVA, 1999, p. 26.). Este, na verdade, não é o objeto de estudo deste trabalho, mas uma sugestão, já que a observação de Abrahão sugere desdobramentos para se compreender melhor o papel do som e do silêncio nos estádios, durante a pandemia. O dirigente do Grêmio declarou incômodo com a sonoridade e Silva (1999, p. 75) explica que esse processo decorre do risco de “provocar fadiga e a monotonia”. Claro que a autora está se referindo à linguagem radiofônica e não exatamente à situação da presença física, como no caso do dirigente citado. Mas esse incômodo, esses efeitos desejáveis ou não, podem provocar insatisfação naqueles que estiverem ouvindo. Trata-se de uma suposição que apenas uma pesquisa mais aprofundada, que não é o caso desta, pode esclarecer. Mas, de qualquer forma, é totalmente perceptível a diferença entre a cortina com efeito e torcida reproduzida pelas rádios e o ambiental dos estádios de futebol.

contextualizado para que não seja interpretado como uma falha (SILVA, 1999, p. 73-74).

Os ouvintes podem, por exemplo, compreender que o silêncio faria parte de um determinado contexto ou, por outro lado, que algo errado aconteceu, que a “rádio saiu do ar”, que houve “algum problema técnico”, entre outros.

5.2 A mensagem radiofônica

Segundo Ferraretto (2014, p. 35), a mensagem, o objeto da comunicação, é condicionada por seis fatores: “(1) a capacidade auditiva do receptor, (2) a linguagem radiofônica, (3) a tecnologia disponível, (4) a fugacidade, (5) os tipos de público e (6) as formas de escuta”. Quanto à capacidade auditiva, de acordo com Ferraretto (2014, p. 35), “a ausência de contato visual leva a uma série de alternativas sonoras para a codificação da mensagem. Resulta daí que a base para a recepção seja o sentido da audição”. A linguagem, por sua vez, relaciona os elementos que atuam “isoladamente ou combinados entre si” (FERRARETTO, 2014, p. 31).

Já a tecnologia radiofônica, conforme o autor, também influencia no processo comunicativo, dependendo dos recursos disponíveis. A eficácia na experiência, seja por transmissões com fio ou sem fio, requer adaptação da mensagem. No campo da fugacidade, Ferraretto recupera que, até os anos 1990, essa característica era bastante comum durante a irradiação de conteúdos imediatos. Contudo, com a internet e a possibilidade de disponibilização de produtos como os *podcasts*, alterou-se, em certo ponto, esse panorama, mesmo que “a regra geral, no entanto, ainda é pensar a mensagem considerando a alta fugacidade do sonoro” (FERRARETTO, 2014, p. 36).

O tipo de público é um condicionante da mensagem radiofônica, pois tanto o segmento quanto o ouvinte interferem na forma do conteúdo. Para Ferraretto (2014, p. 36) “ver algo, além da aptidão visual, exige a disposição do indivíduo para tal. O mesmo não ocorre com o som”. Depende do desejo dos ouvintes que podem acompanhar um conteúdo mais concentrados ou não. E chamar a atenção desses ouvintes vai depender das intenções dos meios. “Portanto, a mensagem radiofônica deve ser formulada levando em consideração os limites e as possibilidades de recepção do meio” (FERRARETTO, 2014, p. 38).

Em um contexto de rádio expandido, o som, agora, também ganha o recurso da imagem, como já ressaltado. Inserido no âmbito da linguagem radiofônica, da mensagem e da relação de compartilhamento entre emissora e ouvinte, está o rádio esportivo e, por consequência, a

narração de futebol, o objeto desta pesquisa. Ressalta Ferraretto (2014, p. 215) que “o esporte constitui-se em objeto tão importante da cobertura jornalística que, nas grandes emissoras, leva à criação de uma área organizacional própria”.

5.3 Narradores constroem imagens mentais?

É extremamente comum, ainda, a seguinte discussão: os narradores esportivos “constroem imagens” nas mentes dos ouvintes? Como destacado na quarta parte, ao longo das primeiras fases da locução, em âmbito mundial, foram desenvolvidas algumas técnicas para identificação das posições dos jogadores, da bola e do panorama das canchas. Profissionais mais ligados ao mercado e autores de manuais como Schinner (2004) e Barbeiro e Rangel (2013) entendem que o “narrador de rádio deve criar imagens na mente do ouvinte e transportá-lo para o estádio”. Contudo, a atribuição à oralidade, todavia, não é unânime.

Meditich (2001, p. 219), por exemplo, afirma que “o discurso invisível do rádio informativo produz também um efeito de realidade, ainda que mais limitado e insuficiente para dar impressão de transmitir a realidade”. Meditsch assinala ainda que “a oralidade da informação no rádio é apenas aparente” (MEDITSCH, 2001, p. 215). É possível que, como destaca Silva (1999), a combinação de variados elementos da linguagem radiofônica, no caso da narração, por exemplo, teria o “poder” não de criar, mas, de sugerir “imagens auditivas ao imaginário do ouvinte” (SILVA, 1999, p. 71).

Contudo, atualmente, é muito mais fácil para os ouvintes checarem o “quanto de realidade” um narrador é capaz de transmitir a partir de sua visão de um campo de futebol, seja *in loco* ou por tubo. Quando não havia tantos recursos disponíveis e coberturas de campeonatos pela TV, os narradores tinham mais liberdade para inventar. Como no caso de relatar um lance em que “a bola passou raspando a trave”, quando, na verdade, ocorreu de forma diferente da realidade. E como é possível construir imagens na mente de pessoas que nunca enxergaram, isto é, deficientes visuais?

Já houve uma série de iniciativas como o desenvolvimento de audiodescrições de jogos de futebol, que serviram, cientificamente, para estudos de recepção. Em pesquisa realizada por Costa e Araújo (2019)⁸⁸, o método para deficientes visuais foi observado em duelo entre Ceará e Portuguesa, no estádio do Castelão, em Fortaleza. A investigação contou com a participação

⁸⁸ Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/46879/1/2019_art_cancostavlsaraujo.pdf. Acesso em: 11 dez. 2021.

de seis homens e uma mulher, com idades entre 26 e 60 anos, com deficiência total de nascença. Os autores elaboraram as seguintes hipóteses:

- 1) o deficiente visual necessita da narração esportiva do rádio e da audiodescrição para assistir a um jogo de futebol no estádio, como a maioria dos videntes que levam o rádio para o estádio para não perder nenhum lance da partida;
- 2) o deficiente visual necessita somente da audiodescrição para assistir a um jogo de futebol, já que ficaria confuso com a utilização de dois áudios, isto é, a audiodescrição e a narração do rádio (COSTA E ARAÚJO, 2019, p. 1).

E os resultados:

[...] apontaram para a refutação das duas hipóteses. Na opinião dos participantes, a melhor maneira de um DV assistir a uma partida de futebol seria uma audiodescrição com uma locução semelhante à narração esportiva. A audiodescrição foi considerada mais eficiente, porque trouxe mais detalhes sobre os elementos visuais presentes no jogo, no entanto não apresentou a emoção que possibilita o envolvimento do espectador a uma partida de futebol (COSTA E ARAÚJO, 2019, p. 1).

Neste contexto de rádio expandido, continuam as tentativas de inclusão. A final da Copa Libertadores de 2021, entre Palmeiras e Flamengo, no dia 27 de novembro, em Montevideu, no Uruguai, foi mais um exemplo. Em mais de 3 horas e 33 minutos⁸⁹, o narrador Gabriel Dias e o comentarista Bruno Prado transmitiram através de uma *live* no *Facebook Watch*, pela página oficial da Conmebol. Ao longo de todo o jogo, foi possível conferir, apenas, os sons da locução de ambos. Efeitos ambientais do estádio só foram incluídos a partir de 2 horas e 52 minutos.

Apesar da transmissão indicar, conforme o título, uma “Narração áudio-descritiva para cegos”, em primeiro lugar, tratou-se de um evento de linguagem radiofônica, tal qual uma irradiação de futebol. Inclusive, em alguns instantes, o narrador Gabriel Dias comentou situações do tipo: “Eu preciso ver o *replay*, porque a TV ainda não mostrou. A Conmebol TV vai mostrar o *replay*, daqui a pouco, mas o Raphael Veiga tá caído com a mão no queixo” (DIAS, 2021). Mesmo assim, a forma como a transmissão aconteceu, foi ao encontro dos apontamentos de Costa e Araújo (2019), nos quais, apesar da deficiência visual de nascença, os participantes da pesquisa preferiram uma narração radiofônica com a descrição de elementos visuais.

⁸⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/CopaLibertadores/videos/255077996616176>. Acesso em: 13 dez. 2021.

A Figura 5 ilustra o *banner* utilizado.

Figura 5 - Final da Libertadores para DVs



Fonte: Facebook (2021).

5.4 A expressão verbal no rádio

Conforme Prieto Castillo (1984, p. 5), “o meio imita as pessoas, e não o inverso”⁹⁰. De acordo com o autor, o rádio é um dos meios de comunicação que melhor penetrou “nas entranhas latino-americanas”, ao longo do tempo. Percebe-se, ainda, que em tempos de convergência e de rádio expandido, o meio, espalhado, agora, em diferentes plataformas, continua presente, especialmente no futebol.

Prieto Castillo (1984, p. 13), baseado nos trabalhos de autores como “Rudolf Arnheim, com o texto *Estética Radiofônica*, de Miquel de Moragas, *Semiótica e Comunicação de Massas* e de Rosa María Alfara, dedicado à distintas audiências de Lima”, recorreu à retórica para compreender o papel do rádio em relação aos ouvintes. Conforme o estudioso, os hábitos e as expressões comuns das pessoas servem de inspiração para o meio. E, atualmente, futebolisticamente, é possível verificar essa situação, por exemplo, no trabalho das emissoras identificadas com clubes, sejam elas hertzianas ou *webs*.

Porém, utilizar a retórica como ferramenta de observação não é uma tarefa fácil.

A retórica⁹¹ tem mais de 2.500 anos de experiências de desenvolvimento de recursos, que são usados quase que literalmente, textualmente, ainda hoje. E

⁹⁰ Traduzido do original: *el medio imita a la gente, y no a la inversa*.

⁹¹ Traduzido do original: *La Retórica tiene más de 2500 años de experiencias en desarrollo de recursos, que son utilizados casi literal, textualmente, en la actualidad. Y no desapareció nunca de escena a lo largo de toda la*

nunca desapareceu de cena ao longo da história do Ocidente: atingiu o seu ápice nos grandes meios de comunicação, mas sobretudo naqueles que permitem o uso permanente da palavra. E sua possibilidade de sucesso estava e está no que chamamos de retórica espontânea entre a população. Esses recursos a que aludimos não desaparecem, são reiterados, fazem parte da forma de se expressar, do modo de ser de cada indivíduo, de cada grupo (PRIETO CASTILLO, 1984, p. 17-18).

A capacidade oral e a comunicação, garante Castillo, surgem através da prática ao longo da infância, passando pela adolescência, completamente relacionadas ao cotidiano em que o indivíduo está inserido.

5.4.1 Recursos expressivos

Prieto Castillo (1984, p. 20-35)⁹² organizou 13 tipos de recursos expressivos *proprios de las relaciones inmediatas de la población y de los medios de difusión colectiva*.

1 – Universalização: Trata-se de um recurso que divide a sociedade em grupos como homens, mulheres, crianças, sexo, profissão ou clubes de futebol. Busca-se juntar esses grupos, geralmente, conforme uma característica marcante. É bastante comum, por exemplo, na política: grupos de esquerda ou de direita. No caso do rádio, pode aparecer como: “a rádio do povo”, “a rádio da torcida do Flamengo”, “música para roqueiros”. A universalização também pode dividir grupos conforme um tipo de estereótipo: racistas, machistas, negacionistas, religiosos, etc.

2 – Via de Exemplo: Ocorre de forma inversa ao recurso de universalização. Acontece quando um indivíduo representa um determinado contexto, conforme determinados valores. Exemplo: “Pelé, o rei do futebol”.

3 – Tópicos: São os recursos retóricos que utilizam frases clichês ou frases feitas do cotidiano popular. Exemplo: “Deus ajuda quem cedo madruga”.

4 – Redundância: É um recurso com a intenção de enfatizar uma ideia. No rádio, por exemplo, acontece quando um locutor repete várias vezes o nome da emissora, hora certa ou uma manchete e pode reiterar através de sinônimos.

historia del Occidente: alcanzó su culminación en los grandes medios de difusión, pero sobre todo en aquel que permite una utilización permanente de la palabra. Y su posibilidad de éxito estuvo y está en lo que hemos denominado una retórica espontánea entre la población. Aquellos recursos a los que aludíamos no desaparecen, se reiteran, forman parte del modo de expresarse, del modo de ser de cada individuo, de cada grupo.

⁹² Todos os termos foram traduzidos do espanhol para o português e buscou-se apresentar uma interpretação fidedigna, com exemplos próprios deste autor, ao longo da exposição dos recursos, mais próximos da realidade do futebol e da narração.

5 – Personalização: Essa estratégia é perceptível quando um locutor se manifesta como se estivesse dialogando com alguma pessoa específica, por exemplo: “você, meu amigo, que está aí, meu ouvindo e torcendo pelo seu time”.

6 – Despersonalização: Ao contrário do recurso anterior, trata-se de afirmar alguma coisa sem atribuição a um sujeito, por exemplo: “jogadores de futebol precisam respeitar o treinador”. Aparece, geralmente, como forma de validação moral: “deve”, “precisa”.

7 – Inclusão: O emissor se coloca como parte de uma ação, por exemplo: “Todos devemos nos vacinar”.

8 – A pergunta: É a pergunta retórica, que não necessariamente precisa ser respondida. É útil para criar um laço entre emissor e ouvinte: “Vocês estarão comigo nessa? Amanhã tem jogo de bola. Vai perder?”

9 – Amplificação: Um recurso utilizado para enfatizar uma ação ou personagem, negativa ou positivamente “Messi tem talento, é um grande jogador e atormenta os zagueiros”. “Esse time é desorganizado, ruim e merece cair de divisão”.

10 – Atenuação: É, justamente, contrário ao recurso anterior: “A Seleção Brasileira jogou mal, hoje, apesar do esforço de alguns atletas”.

11 – Divisão: Talvez um dos recursos mais utilizados pelos narradores. Acontece, por exemplo, no momento em que, logo após um grito de gol, o narrador rememora toda a jogada e detalha o lance de maneira ampliada e improvisada, seja descritiva ou conotativa.

12 – Acúmulo de palavras: É semelhante à divisão e pode ser feito de diversas formas, seja com substantivos, adjetivos, qualificações, por exemplo: “Nossos jogadores se esforçaram, lutaram, suaram, foram para cima, esmagaram o adversário e, no final, ganharam”.

13 – Figuras retóricas: Por fim, Castillo (1984, p.28) ainda divide o último recurso expressivo em oito tipos. As figuras retóricas, explica, servem para permitir um “realce” nas palavras.

- a) **Figura de comparação:** É um recurso muito difundido que realça um sujeito: “o atacante Hulk é tão forte quanto um touro”.
- b) **Metáfora:** é um dos recursos mais comuns. Semelhante à figura de comparação, mas pode aparecer mais sintetizada: “O Hulk é um touro” ou “o rugir da torcida atleticana”.
- c) **Sinédoque:** É um recurso útil para “economizar” palavras e dar ênfase para o que mais chama atenção do emissor. Pode-se afirmar: “o atacante está nervoso para bater o pênalti”. Com o recurso, ficaria: “ele está tremendo”.

- d) **Hipérbole:** O recurso hiperbólico é utilizado para exagerar ou ressaltar algo: “Rádio Reconquista, a maior e mais ouvida da região norte” ou “a bola veio como uma verdadeira bomba para o gol”.
- e) **Antítese:** É o recurso, muito comum, utilizado em situações de confronto, rivalidade, partidárias, ideológicas, entre outras: Exemplos: “Deus x Diabo”, “o bem contra o mal”, “Grêmio contra o Inter”.
- f) **Antonomásia:** É o recurso do epíteto, isto é, do apelido. Generaliza alguma qualidade ou defeito. Muito comum na sociedade e, claro, nas transmissões esportivas: “craque”, “garoto de ouro”, “pé de anjo”, “juiz ladrão”.
- g) **Gradação:** Recurso que aparece em discursos mais longos, geralmente, através de uma sucessão de detalhes, verbos e qualificações. Cria-se um clima de suspense até finalizar em um clímax. Pode-se exemplificar através de estruturas como uma história. E a gradação não deixa de ser a função exercida pelos narradores esportivos.
- h) **Hipérbato:** Trata-se de um recurso que inverte a ordem natural das frases. No português, por exemplo, uma oração é construída a partir do sujeito + verbo + predicado + complemento. No rádio pode ocorrer em exposições muito longas ao iniciar uma frase pelo adjetivo: “frustrado com o frango, o goleiro desceu para o vestiário”.

Conforme Prieto Castillo (1984), os recursos apresentados são apenas uma fração de outras possibilidades reconhecidas pela retórica. Além disso, a classificação acima foi ordenada para facilitar a compreensão. Contudo, em uma transmissão esportiva, essas divisões não existem, por causa da espontaneidade, o que significa que os recursos se misturam e cabe aos pesquisadores identificarem, o que é uma das intenções desta pesquisa.

Na sequência, serão apresentados os conceitos de autores que fecham este capítulo, ainda mais específicos quanto aos estilos e técnicas de narração.

5.5 Escolas de narração: Denotativa e Conotativa

De forma objetiva, Soares divide a narração esportiva em duas escolas: Denotativa e Conotativa. Segundo a autora (1994, p. 61), quanto à primeira, “seus representantes preocupam-se em dar ao ouvinte a imagem da partida pela utilização de signos denotativos”. A denotação acontece quando existe uma significação direta entre o signo e seu objeto. Conforme Ferraretto

(2014, p. 220), “predomina a descrição calcada no significado dicionarizado das palavras usadas. A emoção está na voz e na descrição do lance”. Na segunda, “seus representantes caracterizam-se pelo uso de signos conotativos que vêm agregar-se ao primeiro naquela mesma relação signo/objeto” (SOARES, 1994, p.61). Nesse caso, os narradores identificados com essa escola utilizam em seus relatos uma série de figuras de linguagem como metáforas, por exemplo. Ferrareto complementa que os narradores conotativos associam os sentidos denotativos a elementos como gírias, chavões, entre outros aspectos.

Ainda que tenha sido utilizada por Soares para entender a locução paulistana, a formulação, que teve base teórica em Teixeira Coelho (1980), na obra *Semiótica, Informação e Comunicação*, pode percorrer análises de contextos mais amplos. Para Coelho, conotação e denotação tratam-se de fenômenos de um signo, que sempre representa algo. A denotação liga diretamente um signo ao seu objeto, enquanto que a segunda pode ligar outros significados nessa mesma relação. O Quadro 2 apresenta exemplos formulados por Ferrareto (2014, p. 221) que descrevem possibilidades de ressignificação durante a narração esportiva.

Quadro 2 - Escolas Denotativa e Conotativa

Na escola denotativa, usa-se:	Já na conotativa, pode-se dizer:
bola	Pelota, gorduchinha, redondinha, balão de couro
gol	A meta
gramado	Tapete verde
jogo	peleja
Deu um chute forte	Deu um tiro de canhão, deu um tirombaço
Fez o gol	Provocou a queda da cidadela; provocou a queda no último reduto; pôs a bola no barbante
Marca de pênalti	Marca fatal
Na entrada da grande área	Na zona do agrião
O Flamengo	O rubro-negro
O Fluminense	O tricolor
O time do Botafogo	O time da estrela solitária
O São Paulo	O tricolor

O Corinthians	O timão
O Grêmio	O tricolor dos pampas
O Internacional	O colorado mais querido do Brasil

Fonte: Ferraretto (2014).

Ferraretto (2014) ressalta, ainda, que nada impede que os narradores utilizem elementos de ambas escolas em suas respectivas performances profissionais. O fundamental, segundo o autor, é evitar os exageros e distorções em uma transmissão, dado que, além da descrição dos fatos em campo, uma das principais funções do locutor é de estimular o público ouvinte.

5.6 Formatos de narração esportiva, técnicas e estilos

Conforme Schinner (2004), existem cinco formatos de narração, levando em conta rádio e televisão. A primeira é a radiofônica, a qual segue um padrão com base na velocidade de articulação das palavras, utilização de bordões, frases e emoção, basicamente utilizado para o futebol, mas que também pode descrever eventos como basquete, vôlei, natação, entre outros. A narração ancorada é aquela onde apenas há o comando do narrador, com participação eventual de outros componentes como comentaristas ou repórteres. É voltada para esportes mais “discretos” como hipismo, atletismo e xadrez.

A narração pontuada é a que o narrador tão somente ilustra informações relativas aos atletas, modalidades e placar dos eventos. É mais voltada às transmissões via televisão de modalidades como tênis, sinuca ou ginástica, onde a imagem é muito mais importante do que a descrição oral. A narração comentada, por sua vez, ocorre quando o narrador também preenche um papel de analista, utilizada frequentemente em canais segmentados de esportes, empregada em transmissões com dois profissionais que se alternam no comando do evento. Por fim, existe a narração radical, ligada aos esportes de ação como skate e surfe, “com uma linguagem mais agressiva” e com “inúmeras possibilidades de criação, em geral com outro suíngue e com as gírias do momento, que se alteram a cada dia. Aqui nada é estático ou rigorosamente definitivo” (SCHINNER, 2004, p. 196).

O foco deste trabalho está voltado para a narração radiofônica, que pode ser compreendida em dois estilos: Livre e Orientado. No estilo livre, o narrador exerce uma locução “carismática”, repleta de bordões e estratégias de sedução, criatividade e irreverência, com emoção extrema. No orientado, o locutor apresenta uma narração equilibrada, técnica e com

emoção contextual. “O rádio é som, é “imagem-som”. No rádio a narração é mais descritiva e detalhada” (SCHINNER, 2004, p. 181).

5.6.1 Os cinco combustíveis da narração

Segundo Schinner (2004), de uma forma geral, a narração no rádio hertziano, o que vale também para as *web* rádios e plataformas digitais, tem como principal característica a descrição, levando em conta o panorama dos estádios, dos uniformes, dos jogadores e dos lances de uma partida. A mesma leitura aplica-se nas transmissões via *off tube*, apesar da limitada visão periférica proporcionada pelas telas. Conforme ressalta o autor, os narradores devem, fundamentalmente: dominar as regras e transmitir eventos de diferentes modalidades, seja futebol, vôlei ou natação. E, caso necessário, realizar entrevistas e comentários.

Para atingir os objetivos de uma narração eficiente, o profissional precisa preencher cinco requisitos, denominados por Schinner (2004, p. 78) de “combustíveis”: (1) emoção, (2) cultura e conhecimento, (3) liderança, (4) carisma, credibilidade e ética e (5) valorização da palavra falada (VPF). Como destacado anteriormente, a emoção foi sendo inserida na medida que a narração evoluía. Contudo, Schinner alerta para a necessidade de expressá-la com cuidado. O nível de entusiasmo pode alterar, inclusive, o timbre de voz e causar distorções indesejadas em um relato. Ressaltam Barbeiro e Rangel (2006, p. 66) que “uma dose de controle emocional é sempre muito bom”. Os autores complementam: “Não vale tudo pela emoção. Não existe nada pior do que falar para milhões de pessoas e escorregar na gramática. Por isso, fique atento ao bom português e não esqueça a concordância e o plural” (BARBEIRO e RANGEL, 2006, p. 68).

Diante de um mercado cada vez mais multifuncional, exige-se que os narradores sejam profissionais bem informados. Os conhecimentos podem ser adquiridos de forma factual, genérica, específica ou através de cursos, seja de ordem técnica ou de níveis fundamental, médio e superior. As experiências cotidianas também contribuem culturalmente. Segundo Schinner, idiomas, viagens, leituras, entre outras vivências, enriquecem o conteúdo dos narradores e seus respectivos vocabulários

Os locutores esportivos, ainda hoje, são as figuras centrais das transmissões esportivas, sendo assim, é de fundamental importância que cultivem um “espírito de liderança”. Schinner ressalta, porém, que há grandes diferenças entre lideranças e chefias. No primeiro caso, os líderes devem manejar o potencial de criatividade dos demais componentes de uma transmissão,

motivar, ouvir e resolver problemáticas de forma responsável. Não se trata de exercer um controle comportamental, pelo contrário, os narradores precisam se relacionar com sua equipe sensivelmente, atentos para tomadas de decisões equilibradas.

Outro critério apontado por Schinner é caracterizado por um misto entre carisma, credibilidade e ética, no sentido de que o domínio do microfone passa pela forma como o narrador dirige-se aos seus ouvintes, como a linguagem é construída e qual a postura adotada pelo profissional diante da responsabilidade e compromisso com uma transmissão esportiva.

E quanto à valorização da palavra falada (VPF), Schinner ressalta, primeiramente, o dever do narrador de levar em conta a mensagem para o ouvinte/torcedor. A linguagem da locução precisa apresentar clareza, atenção, acompanhar as jogadas com o máximo de precisão, utilizar metáforas e bordões com bom senso. De uma forma objetiva, Barbeiro e Rangel (2006, p. 69) complementam quais são as necessidades básicas para a valorização da palavra em uma narração:

Ninguém está livre de cometer um erro de português ou de língua estrangeira. Por isso, o apresentador deve fazer cursos complementares sempre que for possível, uma vez que regras de esporte também mudam. Um cursinho de arbitragem também ajuda. De história do esporte vai ser útil durante a transmissão e pode até se tornar um diferencial. As leituras constantes são essenciais.

Conforme Ferraretto (2014, p. 222), “o ouvinte sente algo de errado quando, durante a transmissão de um jogo, o narrador pronuncia o nome de alguém de uma forma e o repórter, de outra”. Ferraretto (2014, p. 222) destaca também que “a cobertura esportiva é a área da atividade radiofônica em que a capacidade de observação e a habilidade de comunicação são mais necessárias ao profissional”. O recurso do improvisado é constantemente utilizado pelos locutores, por isso, deve-se estar preparado.

Como via de regra, tem-se, portanto, o cuidado com o uso de sua língua nativa, com atenção para possíveis equívocos e vícios de linguagem como a repetição de palavras, o excesso de adjetivações, pronomes, verbos e advérbios evasivos, cacofonias e uso irregular de normas de tratamento.

5.6.2 Os dez passos de uma transmissão esportiva no rádio

Ferraretto (2014, p. 218) basicamente divide a mecânica da cobertura em quatro fases: (1) abertura, (2) o jogo em si, (3) o intervalo e (4) o encerramento. Schinner (2004) amplia esses conceitos e destaca que uma transmissão depende, primeiramente, de dois fatores: dos estilos dos narradores e dos padrões das empresas de comunicação. Em seguida, a irradiação deve seguir 10 passos (2004, p. 182 a 183):

1 – Degustação: é o primeiro contato com uma determinada transmissão, após a divulgação da escala pela coordenação de esportes.

2 – A pauta: Trata-se da preparação para ao evento, realizada através de pesquisa prévia sobre clubes, escalações, detalhes das competições, local de jogo, etc.

3 – Memorização: São as formas como os narradores, às suas maneiras, procedem para analisar e estudar os detalhes de cada time, seja pela numeração, pela formação tática ou características físicas, que auxiliam no momento de identificação, principalmente, de equipes que não são acompanhadas com tanta frequência.

4 – Simulação: É a projeção ou visualização mental da transmissão, das possibilidades de movimentação de uma partida. É a fase final de planejamento.

5 – Foco: Schinner também denomina essa fase de positivação, que se trata do momento que antecede a abertura de jornada. Podem ser utilizadas técnicas de concentração como respiração, por exemplo, na busca de equilíbrio emocional.

6 – A abertura: Um dos momentos mais importantes da jornada esportiva, a abertura é, também, uma etapa particular, pois dependerá fundamentalmente dos estilos adotados, seja do narrador, seja da rádio. Não há regras específicas para o texto, que pode ser improvisado ou produzido. Basicamente, a abertura apresenta a descrição do evento, local de jogo, nomes das equipes envolvidas, informações como desfalques, estatísticas ou curiosidades.

7 – A narração: É o relato em si, empregando técnicas e estilos durante a descrição de uma partida.

8 – O intervalo: Momento em que o narrador geralmente “sai de cena” e o comando da jornada recai a um âncora que coordena a participação de comentaristas, repórteres e plantões de estúdio. Em equipes com menor número de integrantes, o narrador também pode preencher essa função.

9 – O encerramento: Depende da linha editorial, estilo ou formato adotado por uma emissora de rádio. Basicamente, trata-se do fechamento da participação do narrador, que

recupera detalhes de um jogo, principalmente, em relação ao resultado. Além disso, pode repassar a ficha técnica, o escrete, onde constaram os demais participantes da jornada, indicando a próxima atração da grade da emissora em que atua.

10 – A avaliação: Segundo Schinner, é o instante de desaceleração emocional e de autoavaliação, um importante processo de evolução do profissional.

Quanto à partida em si, Ferraretto (2014, p. 218) enfatiza que “com a bola em jogo, há um apelo constante à sensorialidade do ouvinte, em uma descrição lance a lance que ocorre no estádio”. A ênfase da irradiação está no movimento da bola, disputada pelos jogadores, complementada pela descrição panorâmica do local, dos detalhes informados pela reportagem, as análises dos comentaristas e pelos destaques dos plantões de estúdio.

Ainda quanto à memorização, Schinner (2004, p. 166-167) apresenta as seguintes recomendações:

As prévias: as informações e escalações das equipes podem ser pesquisadas em jornais, sites especializados ou repassadas pelas assessorias de imprensa dos clubes.

As escalações: Não há regras definidas para a disposição dos times (*line ups*). Schinner recomenda que os narradores anotem as equipes em cadernos, utilizando canetas coloridas marca-texto para auxiliar na identificação e posterior memorização. Em uma planilha, as escalações podem ser montadas em ordem numérica, colunas ou por posicionamento.

A pronúncia: Recomenda-se repassar as escalações em voz alta para firmar a pronúncia correta dos nomes dos jogadores.

As características pessoais: Estratégia útil para diferenciar os atletas conforme tipo físico, cor de pele, corte de cabelo, altura, coloração de chuteiras, etc.

Siglas e símbolos: para auxiliar a memorização, ainda, podem ser aplicados elementos como siglas para as posições, símbolos e convenções próprias.

Âncoras: o narrador pode eleger atletas-chave para facilitar a identificação.

Numeração: A associação dos números com os jogadores também auxilia na memorização das escalações conforme as zonas do campo. Contudo, os narradores devem evitar o relato da numeração e privilegiar os nomes dos atletas.

Posições dos times: Os treinadores, nem sempre, mantêm a mesma formação em todas as partidas. É fundamental que o narrador esteja preparado para tal.

Durante o jogo, Ferraretto (2014) ressalta, ainda, outros aspectos que fazem parte do comando de jornada, protagonizada pelos narradores. Geralmente, em três ou cinco oportunidades (depende do estilo das emissoras) os locutores “chamam” o tempo e o placar da

partida. Após esse anúncio, o operador de mesa insere uma vinheta característica. O narrador, então, informa, por exemplo: “agora, no Maracanã, 40 minutos do primeiro tempo./ No placar, 1 para o Flamengo, 1 também para o Fluminense./”. Logo em seguida, pode ser requisitada a participação do plantão esportivo, ou este entra direto na jornada, informando resultados paralelos ou estatísticas. O narrador tem a responsabilidade de acionar os comentaristas e os repórteres, ao longo da transmissão, e, além da descrição do jogo, destacar as menções ou textos publicitários. E, sempre que houver intervenções da reportagem, comentaristas ou plantões, estes precisam ser atendidos pelo locutor.

5.6.3 A produção da voz: qualidade de timbre e locução

Segundo Ferraretto (2014), o tempo dos vozeirões, dos timbres impostados, já faz parte do passado. Contudo, “segue sendo indispensável ter consciência de que, como todos os aspectos de uma atividade profissional, falar ao microfone exige uma técnica apurada em que se mesclam diversos elementos expressivos” (FERRARETTO, 2014, p. 79). Conforme César (2009, p. 72), a voz “é resultado de um trabalho conjunto dos sistemas nervoso, respiratório e digestivo, e de músculos, ligamentos e ossos, atuando harmoniosamente para que se possa obter uma emissão eficiente”. Albano da Silva (1999, p. 17) assinala que “a linguagem radiofônica não é exclusivamente verbal-oral, mas resultado de uma semiose de elementos sonoros”.

A voz é formada na região conhecida como pregas vocais, pares de músculos que vibram com a passagem de ar, situados na laringe. Eufonia é a emissão saudável da voz e disfonia, por sua vez, está relacionada a problemas, que podem ser ocasionados por questões orgânicas, funcionais ou mistas. Como explica César (2009, p. 74), “o timbre da voz humana depende das várias cavidades que vibram em ressonância com as pregas vocais”. Cada voz é única. Por esse motivo, “a qualidade vocal (timbre) varia de acordo com o indivíduo, sua idade e sexo, e depende da constituição anatômica e do uso das caixas de ressonância” (CÉSAR, 2009, p. 76).

De acordo com César, são determinantes da voz: estrutura física, dinamismo emocional e intelectual, cultura, altura e intensidade (forte ou fraca). O autor enumera fatores que podem prejudicar a voz de profissionais que tem nela sua ferramenta de trabalho. Deve ser evitado o contato com ambientes onde esteja acionado sistema de ar-condicionado. Mudanças bruscas de temperaturas também são prejudiciais. Bebidas alcoólicas e alimentos como leites e derivados devem ser evitados antes de qualquer locução. O fumo, por sua vez, além de um dos principais causadores de câncer de laringe, é altamente negativo para qualquer profissional da voz.

Rouquidão ou excesso de secreção são sintomas de que há problemas. Nesses casos, especialistas como otorrinolaringologistas e fonoaudiólogos devem ser consultados, afirma César (2009). Alguns alimentos como maçãs ou frutas cítricas são eficientes para melhorar as condições de articulação vocal. O mais indicado, no entanto, é a ingestão de água, sempre que possível.

A voz, define César (2009, p. 109), “é a combinação de sons em palavras”. É necessário produzir uma fala articulada e compreensível. Para os narradores de rádio, de fato, o desafio é grande, em função da velocidade dos relatos durante uma jornada. Mesmo nesse caso, é necessário observar padrões de ritmo e entonação para que, mesmo de forma veloz, a locução produza um efeito natural.

Conforme César (2009), diferentes técnicas podem ser aplicadas no que o autor denomina de variação interpretativa da voz. A primeira trata da tessitura, que consiste no espectro de alcance vocal, dividido em grave, médio e agudo. É absolutamente normal que profissionais como narradores tenham a capacidade de alcançar e revezar tessituras durante uma transmissão. A harmonização dos tons é conhecida como modulação. Esse conceito está amplamente ligado ao ritmo, que será ampliado no próximo tópico. O registro vocal é também uma característica individual, dessa forma, varia de pessoa a pessoa e sua capacidade de extensão.

A próxima variação interpretativa, segundo César, trata-se da projeção sonora ou a intensidade, que pode ser forte, fraca ou adequada. É um recurso muito explorado pelos narradores na descrição de lances de uma partida. Na sequência, César descreve a inflexão de sorriso, muitas vezes uma estratégia para contagiar os ouvintes. Muito ligado ao grito de gol está o tempo de emissão, que é a capacidade de sustentação da voz por período prolongado.

Já a articulação, que pode se precisa, imprecisa, travada, exagerada, pastosa ou aberta, são variações interpretativas úteis tanto para o relato do jogo em si quanto para a leitura de textos publicitários de uma jornada esportiva. É o caso também da variação interpretativa de conteúdo, já que cada texto, como nos casos dos *spots* comerciais, requer diferentes tipos de interpretação. Cabe destacar, ainda, as variações de ataque vocal, classificadas em brusca, aspirada e suave, que também pode ser definida “com o termo *pitch* (tom, intensidade)” (CÉSAR, 2009, p. 115). O registro pode gerar vários *pitches*, já que estes são produzidos através de uma série de frequências. Há também o brilho, relacionado à produção da voz conforme o uso de cavidades de ressonância, referentes por certo a cada indivíduo.

Por fim, César (2009, p. 117) classifica a locução em cinco tipos:

Locução Suave: nela, a voz recebe inflexão concentrada nas notas graves da tessitura vocal. A pressão sonora é contida, pouco projetada, e o trabalho de impositação deve ser totalmente diafragmático.

Locução jovem: a voz é modulada dentro dos registros médios-agudos, com projeção sonora forte e velocidade e ritmo acelerados. Conforme a segmentação da emissora de rádio, cabe ou não a inflexão de sorriso.

Locução coloquial: nesse formato, a interpretação é tudo. Cabem a figura do sorriso, a da quebra de ritmo, a da variação modular da voz, todas ao mesmo tempo. O uso simultâneo dessas técnicas é o que dará naturalidade ao diálogo ou ao monólogo interpretado.

Locução voice-over: nessa modalidade, o locutor usa a sua voz em documentários e matérias jornalísticas, sendo que o ritmo e a interpretação acompanham o tema em questão.

Locução caricata: o locutor precisa da versatilidade e facilidade para imitar com perfeição a fala de políticos, humoristas, artistas ou até dos próprios colegas.

César ainda define a narração esportiva, particularmente, como a mais diferente das demais locuções de rádio, principalmente pelo aspecto da velocidade e acrescenta características indispensáveis: vibração, entusiasmo e precisão. Requer, dessa forma, agilidade.

5.6.4 Ritmos de narração esportiva

A narração radiofônica, de acordo com Schinner (2004), além de emoção, cultura e conhecimento, liderança, carisma, credibilidade, ética e valorização da palavra falada, necessita de mais dois componentes fundamentais: velocidade e ritmo. No caso da velocidade, exige-se clareza e agilidade. É necessário que os ouvintes compreendam as palavras e as frases proferidas pelos narradores. O já citado Nicolau Tuma, por exemplo, ficou conhecido como *speaker* metralhadora, dada a rapidez e articulação que empregava em suas transmissões. Esse tipo de técnica influenciou diversos narradores das gerações seguintes. Contudo, alerta Schinner, o locutor esportivo deve desenvolver a capacidade de equilibrar tanto a emoção quanto a velocidade.

Sobre o ritmo, o autor define em três possibilidades: linear *flat*, linear ascendente e cíclico. O primeiro, segundo Schinner (2004, p. 187), é “um ritmo absolutamente horizontal, sem grandes inflexões de voz”. No caso do ascendente, “o ritmo evolui de acordo com o lance e a chegada do clímax, nos momentos mais agudos da partida” (SCHINNER, 2002, p. 187). É, justamente, o instante iminente da marcação de um gol. Já o ritmo cíclico, explica, apresenta

uma curva de ondulações entre altos e baixos, que dependem da execução dos diferentes lances durante um jogo.

Objetivamente, o ritmo, de acordo com César (2009), pode sofrer diversas variações durante o relato. “O ritmo dependerá do estilo da locução e da maneira como o locutor interpreta no momento da fala” (CÉSAR, 2009, p. 116). O ritmo, aponta, pode ser: lento, acelerado, muito acelerado ou adequado.

No princípio, predominava a atuação do narrador com eventuais entradas dos repórteres e comentaristas. Entre as décadas de 1930 e 1950, algumas emissoras promoviam transmissões com duplas de narradores. Geralmente, cada um comandava um lado do campo, conhecida também, segundo Dalpiaz (2002), de narração diagonal. Na capital gaúcha, a exemplo do que ainda ocorre no rádio esportivo uruguaio e argentino, havia a presença de um locutor comercial (*relator comercial*).

Um dos grandes revolucionários da narração esportiva no Brasil foi Oduvaldo Cozzi. O locutor desenvolveu a locução lance por lance, na qual além de informar os nomes dos jogadores, também descrevia as jogadas, preenchendo os intervalos com comentários. Cozzi, que atuou como narrador e diretor artístico na Rádio Nacional⁹³ do Rio de Janeiro, levou a técnica a outros centros como o Rio Grande do Sul, ainda nos anos 1930, quando esteve na Rádio Sociedade Gaúcha. A narração lance por lance foi o embrião tanto da forma básica de locução esportiva quanto da performance da reportagem, ainda empregada em jornadas da atualidade. Segundo Ferraretto (2014, p. 217) “a transmissão lance a lance de uma competição constitui-se no momento mais importante da cobertura esportiva em uma emissora de rádio”. Com a evolução do relato lance por lance, o ritmo também foi aprimorado, tomando em consideração o clímax do futebol: o gol.

Conforme Schinner, a divisão rítmica de uma transmissão pode ser dividida em três zonas: de atenção, intermediária e de tensão. O ideal é que o narrador, entre essas três zonas, tenha a capacidade de produzir um ritmo ondulatório, construído com cuidado e bom senso. Um relato de ação no campo defensivo, em uma saída de bola, por exemplo, não possui a mesma entonação como de uma jogada ofensiva. Um locutor pode, durante a narrativa, revezar qualquer um dos três ritmos anteriormente citados. A seguinte figura, de forma esquemática,

93 “Emissora de rádio inaugurada no Rio de Janeiro em 12 de setembro de 1936, com o prefixo PRE-8, sob a razão social da Sociedade Civil Brasileira Rádio Nacional, controlada pela Companhia Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande, uma das empresas brasileiras do empresário norte-americano Percival Farquhar”. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpd/doc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/radio-nacional>. Acesso em: 29 set. 2021.

ilustra as zonas de movimentação e também os posicionamentos que, geralmente, os narradores ocupam durante os relatos.

Figura 6 - Zonas de transmissão



Fonte: elaborado pelo autor (2020).

A primeira acompanha a movimentação cadenciada na área de defesa, aos poucos, se dirigindo para ação ofensiva. A zona intermediária (transição) “passa pelo “deslocamento defesa-ataque, e da articulação (armação) das jogadas” (SCHINNER, 2004, p. 187). Por fim, a zona de tensão é o setor do campo onde existem as chances de ocorrer o momento mais importante, ou seja, a conclusão de um gol.

5.6.5 O grito de gol

O gol é o objetivo ou o momento máximo do futebol. Graças a Rebello Junior, o “homem do gol inconfundível”, o grito de gol popularizou-se e, tanto no rádio como na TV, são marcas permanentes de uma prática criada em meados dos anos 1940. De acordo com Schinner (2004, p. 174), “o grito de gol tem uma série de nuances: a começar pela explosão no instante máximo de um jogo de futebol”. Por si só, o gol já se transforma em um registro individual de cada narrador, como, por exemplo, o “eee que Gooool!”, de Osmar Santos, ou o “adivinhe!”, de Haroldo de Souza, que antecede o grito definitivo de que a bola entrou na goleira.

Então o narrador deve ter um apoio de voz e um suporte respiratório adequado, de modo que permita narrar o gol de maneira saudável, sem abuso vocal ou da garganta. Deve traduzir em sua voz a emoção característica desse momento, mas com técnica. Pois ninguém merece destruir a garganta (nem os ouvidos!) numa simples narração de gol (SCHINNER, 2004, p. 173).

Em relação ao microfone, o narrador precisa ter cuidado já que, geralmente, o volume da voz excede no momento do grito, o que pode provocar ruídos, distorcer e prejudicar a qualidade de som. A intensidade de sustentação do grito depende de cada estilo de narração. Alguns são mais curtos do que outros. O sustento do alarido também pode ser estratégico, no sentido de que alguns locutores, logo na sequência, ainda descrevem como se criou o lance que culminou na marcação do gol. Leva-se em conta que esse processo é praticamente instantâneo.

Segundo Ferraretto (2014, p. 219), há uma estrutura básica da descrição do momento do gol: “1 – a narração do lance; 2 – as observações do repórter postado atrás da goleira ou do que estiver mais próximo desta; 3 – a análise do comentarista; 4 – a intervenção do plantão com informações quantitativas sobre o gol e quem o marcou”. A sequência é amplamente utilizada em grande parte das jornadas esportivas radiofônicas em todo o Brasil.

5.6.6 Postos de trabalho e equipamentos dos narradores

De maneira geral, os profissionais ocupam postos ou cabines voltadas ao campo de futebol. É possível transmitir a partir da dimensão de largura, ou atrás das goleiras. Porém, há consideráveis problemas para visualização, principalmente, à parte posterior do meio campo. Desse ponto de vista, torna-se mais difícil a identificação dos atletas, numerações de camisetas e lances da partida.

Como destacado anteriormente nesta pesquisa, foi ao longo do tempo que os narradores tiveram acesso a cabines para a realização de irradiações. Ainda assim, mesmo na atualidade, nem sempre os locutores têm à disposição locais adequados. Segundo Schinner (2004, p. 132), “o nosso escritório é itinerante: pode estar no Brasil ou no exterior, no litoral ou no interior. Pode ser uma cabine confortável, ou um poleiro totalmente aberto e sem proteção das torcidas”. Mesmo em eventos de grande porte como a Copa do Mundo de Futebol da FIFA, os narradores ficam sujeitos a trabalhar em postos ou posições nos estádios e, ainda, em centros como o *International Broadcasting Center (IBC)* ou nos estúdios de suas respectivas emissoras via *off tube*. Constata Schinner (2004, p. 132) que “em geral, os narradores de rádio sofrem mais o descaso das administrações dos estádios”.

Basicamente, portanto, independente da acomodação, existem duas formas de transmissão: *in loco* e *off tube*. A primeira é a que oferece a visão periférica do ambiente de jogo, onde o locutor, mesmo em cabine fechada, tem um contato próximo com os torcedores, com o clima do acontecimento, o que, de certa forma, envolve mais os profissionais no sentimento de emoção. No caso da narração pela televisão, o *off tube*, a tarefa é ainda mais complexa, pelo menos no caso do futebol. Em modalidades como o automobilismo, por exemplo, tanto em uma posição no autódromo quanto pelo estúdio, o auxílio das imagens é amplamente necessário, pela própria natureza do esporte que, diferentemente do futebol, não permite ao narrador acompanhar grande parte dos acontecimentos, dada as dimensões espaciais das pistas. De acordo com Schinner, no automobilismo, normalmente os narradores atuam na área de torre de cronometragem.

Apesar da artificialidade da transmissão, o *off tube* oferece vantagens, principalmente às emissoras, já que barateia os custos e, ainda, o narrador tem todo o apoio da retaguarda da produção e da própria estrutura técnica da rádio. Por outro lado, para os narradores, “pegar um tubo não é para qualquer um, muito menos para amadores” (SCHINNER, 2004, p. 140). Um dos problemas está relativo ao enquadramento das imagens. Os locutores precisam transmitir uma partida com linguagem radiofônica observando pontos de vista entre planos abertos e fechados, o que amplia as chances de equívocos comuns como os erros na identificação de jogadores ou camisetas dos clubes. Em tempos de pandemia de Covid-19, a partir do final de 2019, principalmente narradores integrantes de grupos de risco, passaram a transmitir das suas próprias residências ou diretamente dos estúdios.

Levando em conta Schinner (2004, p. 133-134), os equipamentos mais usuais no cotidiano profissional são os seguintes:

Arquivo pessoal: livros, anotações e agendas informativas e atualizadas.

Canetas: esferográficas e canetas coloridas (marca-texto).

Computador: principal fonte de pesquisa, em tempo real, assim como *tablets*, *notebooks* e celulares.

Cronômetro: Para monitorar o tempo.

Internet: fonte permanente de informações em tempo real por meio de sites, redes sociais e e-mails.

Jornais: útil para agregar conhecimentos sobre determinado assunto.

Pasta: porta os textos dos anunciantes.

Pastas plásticas: para a proteção de documentos contra intempéries, por exemplo.

A Figura 7 exemplifica, de forma básica, como é formada uma bancada de trabalho de um locutor esportivo: microfone, retorno (fones) e planilha de escalafões. Acrescentam-se, ainda, canetas para as anotações, pasta de comerciais e cronômetro. Na atualidade, também é indispensável o uso de celulares tanto pela interatividade nas redes sociais quanto para a busca de informações que possam incrementar uma transmissão. Em um contexto de rádio expandido, os locutores, seja nas cabines ou nos estúdios, atuam com a presença de uma *web cam*⁹⁴ que capta suas respectivas imagens.

Figura 7 - Ferramentas de trabalho



Fonte: Götz (2021).

O microfone pode ser considerado como uma extensão do próprio narrador. É com esse instrumento que o locutor conduz a transmissão das emoções do futebol. Tecnicamente, de acordo com César (2009), os microfones podem ser classificados em duas categorias: omnidirecional e cardioide. “O padrão omnidirecional é obtido quando se restringe a entrada do som no microfone a um único ponto na frente do diafragma” (CÉSAR, 2009, p. 193). São microfones que captam sons de todas as direções, mas com pouca distinção quanto a direção de incidência. Geralmente, captam sons de frequências mais agudas, contudo, com resposta suave a demais frequências. Por isso, são amplamente usados para gravações e transmissões, com poucos ruídos e efeitos de proximidade.

Já para os microfones cardioides “há dois caminhos até o diafragma: um pela frente e outro pelas aberturas laterais” (CÉSAR, 2009, p. 193). Além de mais complexos que os

⁹⁴ Trata-se de um modelo da Logitech, C920 Full HD (1080).

omnidirecionais, conforme César, possuem maior alcance e resposta de sons de direções aleatórias. Valorizam muito mais os graves, mas, são amplamente sensíveis aos ruídos.

Em concordância com Ferraretto (2014), diante da evolução técnica dos microfones, não há mais necessidade de impositação da voz, como em outros tempos. Atualmente, são os microfones que compensam agudos e graves e não o contrário. Por isso que é de fundamental importância uma regulação e modulação adequada para os narradores, levando em conta as questões anteriores sobre ritmos, zonas de transmissão, alturas de vozes, etc.

O retorno também é um sistema imprescindível no desempenho dos narradores, como enfatiza Schinner (2004). Principalmente nas primeiras décadas de implantação do rádio, este era um recurso que ainda não fazia parte das transmissões. Em muitas oportunidades, os narradores, em partidas fora da zona de cobertura, transmitiam sem a certeza de que seu som havia chegado, no chamado voo cego. Mais tarde, foram desenvolvidas novas alternativas tecnológicas como o sistema telefônico por quatro fios. Até hoje, os aparelhos de rádio seguem como alternativas de retorno local em AM ou FM.

Quanto à utilização dos fones, principalmente em locais com excesso de ruído, os narradores precisam ter controle da sua própria voz e, para tanto, é necessário que ouçam aquilo que estão dizendo. O ideal é que o sistema de retorno tenha uma capacidade de emitir um som qualificado, sem prejudicar a capacidade auditiva dos locutores. Caso os fones ou o áudio de saída das mesas não sejam suficientes, existem recursos como os amplificadores de som com volumes manuais.

5.6.7 A publicidade nas transmissões esportivas

Com base em Reis (2008) e Silva (1999), Ferraretto (2014, p. 241-242) destaca que a tipologia publicitária radiofônica pode ser dividida em quatro categorias: (1) anúncios veiculados dentro ou junto ao conteúdo editorial; (2) anúncios veiculados nos intervalos comerciais; (3) anúncios veiculados a novos suportes; e (4) ações de marketing, promoções e outras modalidades relacionadas. A primeira categoria apresenta quatro formas e inicia com a assinatura, que pode acompanhar a denominação de um programa, por exemplo, “O Repórter Esso”. No caso das transmissões esportivas, vale a mesma lógica. Uma cobertura pode ser denominada de “Jornada Esportiva Postos Ipiranga”, assim como para produtos: “o giro do tempo Sicredi”, “o destaque do jogo Banrisul”, “o melhor lance Tintas Renner”, entre outros.

O segundo é o patrocínio que, de acordo com Ferraretto, remete às origens da publicidade no rádio. Este nada mais é do que o investimento comercial em programas, citações, textos-foguete ou *spots* na grade das emissoras. Em seguida, Ferraretto (2014, p. 243) destaca o testemunhal, “tipo de anúncio que explora a credibilidade e a relação de empatia com o ouvinte de determinado comunicador, que atesta ao microfone as qualidades de um produto ou serviço”. É frequente em espaços terceirizados.

A quarta categoria trata da entrevista e reportagem comercial. Muito utilizadas em emissoras de segmento popular, conhecidas como “rádio *shop*”, na qual um profissional de rádio conversa ao vivo ou grava com um representante de uma certa empresa, no local, com a finalidade de levar ofertas ao conhecimento dos ouvintes. Algumas emissoras realizam campanhas com unidades móveis, divulgam *flashes* na programação, entre outras estratégias.

O locutor esportivo tem como uma das principais tarefas intercalar anúncios com a descrição de um duelo, durante a transmissão. A prática varia, de acordo com os meios e com os profissionais. As marcas podem ser mencionadas ou referidas conforme um texto mais elaborado, porém, objetivo. É comum que os narradores utilizem pastas classificatórias, das quais deve relatar um determinado número de comerciais, por exemplo: 10 anúncios até o final do primeiro tempo de um jogo. O já citados textos-foguete são os mais comumente aplicados.

A maneira como os profissionais realizam a locução comercial também depende de uma interpretação pessoal. Não existe uma regra definida. Como estratégia, o narrador pode apresentar um ritmo distinto daquele empregado nos lances da irradiação do futebol.

5.6.8 Estruturação técnica de uma jornada radiofônica

Parte da lista de equipamentos dos narradores apresentada por Schinner é de sugestões pessoais. Já a administração técnica de uma transmissão depende de forma efetiva da estrutura de uma emissora de rádio. Há empresas, principalmente de grande porte, que contam com setores responsáveis pelas áreas técnicas internas e externas. A primeira garante a funcionalidade da emissora, em relação a equipamentos como mesas de áudio, controle de central técnica, a escala dos operadores de áudio e a transmissão do sinal. O setor de externas, por sua vez, responsabiliza-se pela organização e estruturação de transmissões, por óbvio, fora da rádio, mas também pela manutenção de equipamentos como microfones, fones, malas de transmissão, entre outras ferramentas. Há, por outro lado, os casos de emissoras nas quais os

próprios radialistas e jornalistas, além de transmitirem um certo evento, realizam toda a instalação da parte técnica que permita a irradiação externa.

Objetivamente, em relação à lista de Schinner, os principais equipamentos utilizados pelos narradores são: microfones, fone para retorno e material para anotações. Acrescenta-se, ainda, celulares ou *smartphones*, que facilitam o acesso à informação e à comunicação com produtores ou com companheiros de jornada e, ainda, com os ouvintes, através de plataformas de redes sociais como WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, entre outras. Nas irradiações *off tube* internas, isto é, dentro da emissora, os narradores transmitem de um local adequado do qual seus microfones são ligados diretamente à mesa de áudio, por cabeamento.

Nas irradiações externas, que podem ser *off tube* ou *in loco*, há diferentes formas de viabilização técnica. Ao longo dos anos, os equipamentos evoluíram permitindo a qualificação do som, principalmente, através da digitalização. Transmite-se, hoje, com “som de estúdio”. Do circuito analógico de dois fios por telefone (transmissão), passando pelos quatro fios (transmissão e retorno, também conhecidos como RX e TX), atualmente, as rádios utilizam o recurso do *streaming*, isto é, áudio gerado pela internet. As maletas de transmissão para quatro fios, agora, foram substituídas por computadores, *codecs*, que transmitem via *Internet Protocol* (IP) e, ainda, por *smartphones* com softwares que simulam a “conversa” entre pontos distintos, por exemplo, entre estádio e rádio. Das linhas, as emissoras de rádio utilizam internet via dados, *wifi* ou por cabo.

Nos estúdios e nos estádios, basicamente, antes das transmissões, os técnicos de externas testam os volumes dos microfones, modulam e, em conjunto com a operação de áudio, são mescladas as vozes, vinhetas e os efeitos sonoros de uma jornada esportiva. De forma esquemática e básica, a estrutura de transmissão esportiva é organizada da seguinte maneira:

Cabines ou postos: microfones e fones com retorno para narradores e comentaristas. Geralmente, todo sistema de microfonia é inserido em canais de uma mesa de áudio.

Campo: Algumas confederações como a CBF ainda permitem o acesso de repórteres, mas em áreas restritas entre as goleiras e uma das bandeirinhas de escanteio. Não é mais permitido o uso de cabos, apenas microfones sem fio. Os técnicos habilitam esses microfones que são ligados no “coração da transmissão”, a mesa de áudio. Além do microfone, o repórter ainda utiliza um pequeno transmissor com retorno de sinal para antenas próximas às cabines. Esses sinais são regulados através de frequências, por exemplo, *Ultra High Frequency (UHF)*.

Zona mista e sala de conferências: Nessas áreas, podem ser integrados outros pontos com microfones sem fio ou cabos. Algumas emissoras captam o áudio das coletivas diretamente

da mesa de som do clube proprietário ou diretamente das caixas de som distribuídas pelo local. A cobertura também pode ser efetuada através de aplicativos para celulares.

Arquibancadas e cercanias: Há, ainda, a atuação de repórteres que entrevistam torcedores ou apuram informações sobre o ambiente de jogo das arquibancadas ou do lado de fora dos estádios. Nos dois casos, os profissionais atuam com microfones sem fio. Quanto às cercanias, o trabalho pode ser realizado, também, via ligação de celular ou por aplicativo de internet.

No estúdio: Em jornadas externas, os estúdios são ocupados por plantões, comentaristas e analistas de arbitragem, acompanhados pela produção que também atua com os operadores de áudio, em relação aos roteiros dos programas e das jornadas.

5.7 O panorama do rádio esportivo em Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte

No universo das capitais que serão analisadas neste trabalho, foram identificadas emissoras hertzianas e *webs* que transmitem, principalmente, futebol. De uma forma geral, são rádios com variadas identidades, segmentos, formatos e programações. A identidade, explica Ferraretto (2014, p. 47), é uma combinação de “anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos”. É nesse contexto que se encontra a segmentação, isto é, a fatia de público que define o formato e a articulação dos conteúdos das mensagens. O Quadro 3 indica quais emissoras hertzianas realizam a cobertura esportiva nas capitais observadas.

Quadro 3 - Emissoras Hertzianas⁹⁵

Porto Alegre	Rio de Janeiro	São Paulo	Belo Horizonte
- Rádio Gaúcha	- Rádio 94	- Rádio 105	- Rádio 98
- Rádio Guaíba	- Rádio Brasil	- Rádio	- Rádio
- Rádio Bandeirantes	- Rádio Globo/CBN	Bandeirantes	Inconfidência
- Rádio Grernal	- Rádio Nacional	- Rádio Band	- Rádio Itatiaia
- Rádio Grêmio		News	- Rádio Super
Umbro	- Rádio	- Rádio CBN	- Rádio Notícia
	Transamérica	- Rádio Energia	

95 Dados obtidos em janeiro de 2021.

- Rádio do Internacional	- Super Rádio Tupi	- Rádio Jovem Pan - Rádio Transamérica - Rádio Trianon	- Rádio da Massa Atleticana 90,3
-----------------------------	-----------------------	--	--

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

Já o Quadro 4 lista as emissoras *web* identificadas.

Quadro 4 - Emissoras Web⁹⁶

Porto Alegre	Rio de Janeiro	São Paulo	Belo Horizonte
- Rádio Estação Web - Rádio Galera - Web Líder - Rádio Ouvinte - Rádio Pachola - Rádio Inferno	- Web Rádio FutRio - Web Rádio Jovem Carioca - Web Rádio Catuca - Web Rádio FERJ - Web Rádio Jovem Olaria - Web Rádio Super - Torcida Web Rádio - Show de Bola Web - Rádio Carioca Futebol - Rádio Alternativa Esportes - Web Rádio Opinião - Web Rádio Botafogo Oficial - Rádio Botafogo	- Web Rádio Rede NN - Web Rádio Futebol Total - Web Rádio Giga - Web Rádio Craque Neto - Poliesportiva - Equipe Líder - Gol & Rock - Web Rádio FT - Web Rádio Arena Esportes - Viva Web Rádio - Web Rádio Esportes	- Web Rádio Galo - Cruzeiro Sports - Web Rádio Futebol BH

⁹⁶ Dados obtidos em janeiro de 2021.

	- Rádio Nação Rubro-Negra (Fla TV) - Web Rádio SRdz	- Rádio Bate Fundo Esportivo	
--	--	------------------------------	--

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

5.8 Características técnicas e estilísticas dos períodos desbravador, paradigmático e contemporâneo

A narração esportiva da atualidade é influenciada por características técnicas que evoluíram ao longo dos períodos desbravador e paradigmático (GÖTZ, 2020). De forma objetiva, a narração nessas distintas fases pode ser caracterizada da seguinte maneira:

Período Desbravador: A primeira etapa, a partir de meados dos anos 1920, indicava uma narração de estilo denotativo (SOARES, 1994), com ritmo lento na articulação vocal e relato predominantemente descritivo. A partir da década de 1930, começaram a ser incluídos novos elementos técnicos, com gradativa evolução da velocidade, inaugurada pelo *Speaker Metralhadora Nicolau Tuma*, em 1931. Com a criação dos primeiros bordões, foi implementada a escola conotativa (SOARES, 1994). Entre 1931 e o final da década de 1950, com a valorização da emoção como um dos principais combustíveis, os narradores enquadraram-se entre os estilos livre e orientado (SCHINNER, 2004), mesclando descrição, emoção e criatividade. Durante boa parte deste e do próximo período, dos paradigmáticos (GÖTZ, 2020), era comum o uso de anglicismos, tais como: *ball* (bola), *corner* (escanteio), *free kick* (tiro de meta), entre outros.

Quanto à tessitura da voz (CÉSAR, 2009), predominava um estilo impostado entre as regiões grave, média e aguda, com a modulação e variação interpretativa. Principalmente após 1931, os narradores passaram a valorizar não apenas a precisão, mas também a vibração e o entusiasmo. Fundamental a ser destacado é que, já nessa época, como mencionado, Oduvaldo Cozzi inaugurou a narração lance por lance, isto é, o embrião e articulação básica da narração na atualidade. O período desbravador marca o desenvolvimento da divisão rítmica por zonas do campo de jogo, na qual os narradores passaram a interpretar as zonas de atenção, intermediária e de tensão. Foi também, nos anos 1940, que se consagrou o grito de gol, outra marca que segue na locução contemporânea.

Período Paradigmático: Entre os anos 1960 e 1990, os narradores paradigmáticos aprimoraram todos os conceitos técnicos desenvolvidos durante o período anterior, sendo que o locutor continuou como a figura central das jornadas esportivas. Houve ainda mais aceleração

na velocidade de articulação e uma fusão mais efetiva entre os estilos denotativo e conotativo, livre e orientado. Passou a ser comum a performance de profissionais com excelência no uso de variados elementos.

Com a melhora das condições de emissão de som, avanço dos receptores e sensibilidade dos microfones, abriu-se espaço para narradores com variadas capacidades de extensão vocal, entre graves, médias e agudas. A partir do conceito de “futebol show” e da estruturação das jornadas esportivas, principalmente durante os anos 1970, o narrador, mais do que uma figura central, constituiu-se em um comandante de ações, o que viria a ser conhecido, logo mais, através do conceito de âncora. Mais elaboradas, as transmissões passaram entre os anos 1950, 60 e 70 a incluir uma série de diferentes postos entre repórteres, comentaristas e plantões que, por outro lado, diminuiu em parte a atuação do narrador em uma partida. Narradores como Osmar Santos, José Silvério e José Carlos Araújo, foram responsáveis por uma evolução considerável da forma de se interpretar as citadas três zonas de transmissão.

Período Contemporâneo: Dos anos 1990 à atualidade, principalmente a partir dos processos de digitalização, a voz dos narradores passou a ser emitida de forma mais clara, aos poucos, diminuindo a intensidade de ruídos ou o conhecido “chiado de AM”. E aliado aos sistemas de som, isolamento e microfonia, gradativamente a impostação e as tessituras mais graves foram dando espaço a novas vozes com alcance médio e agudo. O ritmo acentuado e veloz diminuiu em relação aos anos 1970 e 1980, muito por influência das transmissões televisivas. Dos anos 2000 em diante, equipes esportivas incrementaram quadros profissionais tirando, em alguns casos, a função de âncora de um narrador durante toda uma transmissão.

Mesmo assim, o narrador continuou sendo, ainda, a principal figura de uma jornada com a bola rolando. No período contemporâneo, grande parte das estratégias retóricas e estilísticas consagradas na fase paradigmática, seguiram em curso e adaptadas pelas novas gerações de locutores, como o uso de bordões, a descrição dos lances e, principalmente, o atributo da emoção. Na era contemporânea, assim como nas duas anteriores, a publicidade nas jornadas continuou de inteira responsabilidade da interpretação dos locutores esportivos.

É a partir do conceito de rádio expandido que este estudo volta seu olhar para analisar o momento da locução no vigente período contemporâneo, levando-se em conta não apenas a questão da técnica, dos estilos, mas da tecnologia, e reposicionamento de mercado. Se o rádio expandiu, os narradores estão incluídos nesse complexo proporcionado pela internet, que indica o crescimento de nichos de *web* rádios. No caso específico do Brasil, há dois dados importantes. O primeiro diz respeito à democratização da internet. O segundo é a evolução da banda larga

ou móvel. A internet surgiu no país em 1981, mas, apenas em 1994 é que começou a ser comercializada. Em 1995, foi oficializada pelo Ministério das Comunicações para exploração comercial.

Em 2007, o mercado de internet havia movimentado 114 bilhões de dólares, com cerca de 40 milhões de computadores e 18 milhões de internautas, conforme pesquisa do Ibope/NetRatings. Em levantamento promovido pela Teleco, em 2015, 58% da população brasileira já estava conectada. Ainda que os números continuem aumentando, há muitas lacunas para serem preenchidas, principalmente em zonas rurais ou mais carentes. De qualquer forma, com o desenvolvimento e implementação de tecnologias 4G, mais recentemente 5G, o acesso à internet está cada vez mais rápido. Novos aparelhos celulares, por exemplo, já não oferecem mais aplicativos de rádio FM. Além do tradicional hertz, das *web* rádios, as transmissões esportivas de linguagem radiofônica também alcançaram outras plataformas como o Facebook, e de compartilhamento de vídeos, caso do YouTube. Nesse último, as emissoras contam com a possibilidade de monetizar seus conteúdos gerando, assim, rendimentos, além da comercialização de patrocinadores. O narrador, sendo assim, pode transmitir tanto pelas ondas hertzianas como através de canais de vídeo, ainda que mantendo uma linguagem radiofônica, e, agora, imerso entre novos elementos.

6 A NARRAÇÃO DE FUTEBOL EM PORTO ALEGRE, RIO DE JANEIRO, SÃO PAULO E BELO HORIZONTE NO CONTEXTO DE RÁDIO EXPANDIDO

O seguinte capítulo aplica a metodologia elaborada para a análise dos narradores escolhidos. A primeira parte contextualiza, objetivamente, a trajetória desses profissionais e respectivas emissoras. Depoimentos dos locutores, como referido, foram fragmentados para este trabalho a partir das entrevistas completas publicadas no canal no YouTube Projeto As Vozes do Gol.

A análise individual e, posteriormente, cruzada, foi construída, portanto, mediante a observação dos 5 eixos que organizam o fluxo desta pesquisa. Desse modo, então, buscou-se identificar (claro, conforme os recortes) qual o perfil do narrador de futebol no contexto de rádio expandido, na atualidade, a partir de 2020, em meio à crise pandêmica de Covid-19 em todo o planeta.

A ordem deste trabalho segue a seguinte linha. Primeiramente, serão destacados os locutores de futebol porto-alegrenses Haroldo de Souza (paradigmático) e César Weiler (contemporâneo). Em seguida, será a vez de voltar o olhar para os narradores cariocas José Carlos Araújo (paradigmático) e Rafa Penido (contemporâneo). Logo após, José Silvério (paradigmático) e Doni Vieira (contemporâneo), do rádio de São Paulo. A pesquisa, por fim, fecha a investigação com Alberto Rodrigues (paradigmático) e Beto Guerra (contemporâneo), de Belo Horizonte.

Cruzamentos, a análise do panorama geral, as constatações, as indicações e as projeções sobre a narração de futebol radiofônica, levando em conta o contexto expandido, são enfatizadas ao final deste capítulo e nas considerações.

6.1 Haroldo de Souza: o recordista em Gre-Nais

Natural de Jacarezinho, interior do Paraná, Haroldo de Souza nasceu no dia 10 de dezembro de 1944. De origem humilde, foi caminhoneiro e ajudava seu pai transportar lenha. Contudo, seu sonho sempre foi narrar futebol. O futuro locutor só estudou até a terceira série do ensino fundamental, o que não impediu que se tornasse, anos depois, um dos locutores mais importantes da história do rádio brasileiro, inclusive, no ramo da política, tendo sido eleito vereador em 2000, 2004 e 2008 por Porto Alegre. Cobriu 11 Copas do Mundo e narrou com destaque em emissoras como Itatiaia, em Belo Horizonte, Gaúcha e Guaíba, na capital do Rio

Grande do Sul. É dono de uma série de bordões. O mais conhecido entre eles é o “adivinha!”, que antecede o momento da marcação de um gol. O começo no rádio aconteceu na Rádio Castro⁹⁷, no início dos anos 1960. Haroldo de Souza atuou algum tempo como repórter, mas encontrou sua função definitiva na locução esportiva. Sua primeira cobertura de Copa do Mundo aconteceu em 1970, pela Rádio Itatiaia, mas os grandes destaques na carreira do narrador, de fato, foram nas rádios Gaúcha, a partir de 1974, e Guaíba, para onde transferiu-se, em 1991.

Ao todo, já são mais de 47 anos residindo e atuando em Porto Alegre. Em Belo Horizonte, foram sete anos de Rádio Itatiaia, dois na Rádio Alvorada de Londrina, e mais dois anos na Rádio Cultura de Maringá, e, ainda, pela Voz da Araraquarense, no interior de São Paulo. Atualmente integra a equipe da Rádio Grenal, como ilustra a Figura 8.

Figura 8 - Haroldo de Souza em ação pela Rádio Grenal



Fonte: Götz (2021).

Durante alguns meses de 2010, esteve na Rádio Bandeirantes-RS, onde transmitiu o Mundial de Clubes da FIFA, em 2010, no qual o Internacional acabou sendo derrotado pelo Mazembe, do Congo, na fase semifinal. Deste jogo, surgiu um meme que viralizou por todo o país. Indignado com o desempenho do clube gaúcho, logo na marcação do segundo gol da equipe africana, Souza afirmou: “eu não vou narrar”.

⁹⁷ Atualmente, opera na frequência FM 95,5, na cidade de Castro, Paraná.

Souza é o narrador nº 1 da Rádio Grenal⁹⁸, emissora dedicada a cobrir informações de Grêmio e Internacional, durante 24 horas, que ele apelidou de “caçulinha do rádio”. Integrante do Grupo Pampa de Comunicação, foi fundada em 2011. Com a direção da jornalista Marjana Vargas⁹⁹, vários profissionais passaram pelo meio¹⁰⁰ ou foram revelados. Atualmente, Haroldo de Souza divide a locução com os narradores Paulo Cesar Carvalho, Italo Gall e Régis Ramos.

Indicado pelo comentarista Paulo Sant’Ana, em meio à Copa do Mundo da Alemanha, em 1974, Haroldo de Souza foi o responsável por implementar, através da Rádio Gaúcha, um estilo até então distinto. O rádio gaúcho, basicamente, foi influenciado pela locução dos países da região do Prata, isto é, Uruguai e Argentina, com um tipo narração “mais seca”. Ao inserir bordões, jargões e frases feitas, Haroldo de Souza trouxe uma série de elementos consagrados no rádio carioca e paulista. Segundo Souza, ao chegar em Porto Alegre, “precisava fazer algo diferente”. De fato, o estilo de narração gaúcha tinha base na descrição, emoção e informação, fruto, principalmente, do protagonismo de Pedro Carneiro Pereira, replicado por outros nomes como Armindo Antônio Ranzolin, já destacados no capítulo histórico. A locução de Haroldo de Souza tornou-se uma marca. Porém, não foi de uma hora para outra, já que, principalmente na década de 1970, a audiência da Rádio Guaíba era hegemônica.

Além do jogo em si, Haroldo inseriu outros elementos como as aberturas de jornadas esportivas com textos temáticos ao estilo de crônicas, onde discute economia, política e entre outras questões sociais, relacionando sempre à realidade de Grêmio e Internacional. Também buscou se aproximar dos ouvintes com o quadro “Gente que se Liga na Gente”, no qual dedica gols e lances aos torcedores e, de certa forma, dialoga com seus seguidores. Quando surgiu a ideia, Magrão, como também é conhecido, se comunicava via telefone, cartas. Em alguns momentos, sorteava e levava convidados para acompanhar as transmissões nas cabines.

As principais influências de Haroldo foram Pedro Luiz, “pela precisão”, e Fiori Gigliotti, “pela emoção” (SOUZA, 2021). Desde que chegou ao Rio Grande do Sul, o paranaense alcançou números expressivos. Atualmente, é recordista em transmissões de clássicos Gre-Nais¹⁰¹. Além das conquistas da Seleção Brasileira em 1994 e 2002, de várias

⁹⁸ Conforme pesquisa de audiência do Kantar Ibope (2021), destacada pelo portal tudoradio.com., a Rádio Grenal apareceu entre as 10 emissoras mais ouvidas em Porto Alegre, na frente de rádios tradicionais como Guaíba e Bandeirantes. Enquanto isso, Rádio Gaúcha, que se dedica ao jornalismo e esporte, manteve a liderança. Disponível em: <https://tudoradio.com/noticias/ver/26490-panorama-continental-fm-retorna-para-o-top-3-em-porto-alegre-radio-gaucha-segue-lider>. Acesso em 26 nov. 2021.

⁹⁹ Destacou-se, principalmente, como repórter da RBS TV, durante 10 anos e, ainda, atuou na TV Câmara, em Porto Alegre.

¹⁰⁰ Inclusive este pesquisador, em 2013.

¹⁰¹ Foram 185. Dado atualizado em 9 de novembro de 2021.

eliminatórias de Copas, Copas América, Haroldo de Souza narrou o tricampeonato brasileiro do Internacional em 1975, 1976 e 1979, a Copa do Brasil colorada, em 1992, as Libertadores de 2006 e 2010 e o Mundial de Clubes, em 2006. Pelo Grêmio, transmitiu o bicampeonato brasileiro de 1981 e 1996, as cinco Copas do Brasil, em 1989, 1994, 1997, 2001 e 2016. Narrou as Libertadores de 1983, 1995 e 2017. E ainda transmitiu períodos obscuros da dupla Gre-Nal, como as disputas de Série B do Grêmio, em 1992 e 2005, e do Internacional, em 2017. Essas foram algumas das diversas coberturas na carreira de Haroldo de Souza que, em 2010, anunciou que não transmitiria mais duelos da Seleção Brasileira, após a eliminação para a Holanda, por 2 a 1, na Copa da África do Sul. Já a saída do Grupo RBS ocorreu por insatisfação, principalmente, em relação a Armindo Antônio Ranzolin, a quem, apesar de tudo, o respeita como um dos principais narradores do Rio Grande do Sul.

Haroldo de Souza é o único paradigmático em atividade entre as quatro principais emissoras hertzianas de Porto Alegre e se auto intitula “raiz”. Narrador raiz, explica, “é aquele profissional oriundo do ‘rádio tradicional’, onde as funções são completamente definidas: narrador narra, repórter reporta, comentarista comenta”.

Agora, tem gente aí que acha que tá inventando a roda. Mas, pode inventar a roda, podem derrubar os veteranos. Ainda temos gente boa por aí, o José Silvério, o Alberto Rodrigues, lá em Minas. Infelizmente, o Osmar parou, por obrigação, por necessidade, também. Tem o Zé Carlos Araújo, no Rio, que procura narrar seriedade. Tem um ou dois lá pelo Nordeste que são locutores sérios que vão continuar até o fim de suas carreiras narrando com seriedade e por aí que eu acho que é (SOUZA, 2021).

Por enquanto, Haroldo de Souza¹⁰² não prevê a hora de se aposentar, de encerrar suas atividades. Ele aposta que seu destino é “morrer dentro de uma cabine de rádio”.

6.1.1 O mercado da narração de futebol na visão de Haroldo de Souza

Haroldo de Souza é cético quanto ao futuro da narração, levando em consideração não apenas as dinâmicas de mercado, mas o próprio panorama do rádio atual, no qual o AM segue migrando para o canal estendido de FM. Ele admite incômodo com o progresso cada vez mais

¹⁰² Informações bibliográficas complementares sobre a carreira de Haroldo de Souza podem ser conferidas nas obras *As Vozes do Gol – História da narração de futebol no rádio de Porto Alegre* (GÖTZ, 2020), *Enciclopédia do Rádio Esportivo Mineiro* (PRATA e SANTOS, 2014) e *Enciclopédia do Rádio Esportivo Brasileiro* (PRATA e SANTOS, 2012). Além disso, o narrador está produzindo uma autobiografia, ainda sem data para lançamento.

ágil das chamadas *web* rádios ou rádios segmentadas de plataformas como YouTube, ou rádios identificadas com clubes de futebol. Inclusive, o narrador ressalta que ouve muito rádio, que está atento e possui um olhar crítico quanto ao panorama. No entanto, Haroldo de Souza reconhece que, mesmo em meio a tantas mudanças, há fatores positivos. Mas as suas preferências são muito bem delineadas.

Eu gosto muito daqueles locutores novos que procuram fazer o que os velhos fizeram. A narração raiz, o estar em cima da bola, tentar narrar o jogo para, depois, fazer gracinha, sabe? Eu acho que hoje tá muito, como é que eu poderia dizer? Tá muito fantasiado, tá muito bagunçado, sabe? O narrador entra na jornada e acha que ele pode, simplesmente, fazer o que quiser e sai do padrão, sabe? Grita gol sem criar alguma coisa diferente, narra o futebol como se tivesse numa festa. Não é assim. O futebol, a narração, no meu entendimento, no meu modesto entendimento, eu acho que é seriedade acima de tudo e depois um tempero (SOUZA, 2021).

Significa dizer, conforme Haroldo, que apesar de caracterizar-se como um narrador que procura inserir recursos, bordões e, através de estratégias retóricas, persuadir os ouvintes, o importante é priorizar a descrição, a emoção e, principalmente, a informação com responsabilidade, ou seriedade, como se refere. O locutor é relutante quanto as chamadas narrações identificadas ou narrações clubistas, como já destacado. Para ele, ainda mais em localidades como Porto Alegre, onde as coberturas esportivas dão conta de dois clubes de massa, tais como Grêmio e Internacional, o profissional de comunicação deve manter a neutralidade.

Então, os caras vão pro jogo pra narrar torcendo e fica sem graça. Mas é uma concorrência desgraçada essa. Desgraçada e desonesta, por quê? Eu, jamais, vou abrir o meu time de coração. Eu tenho o meu time quando era criança e não sou gaúcho, porque, se eu tivesse nascido no Rio Grande do Sul, eu seria um dos dois. Como eu não nasci aqui, eu nasci no Paraná, eu sou corinthiano. Eu, jamais, se eu tivesse trabalhando em São Paulo, jamais aceitaria que alguém “ó, você só vai narrar jogo do Corinthians”. Não existe isso, não existe. Pra mim, não me passa pela cabeça isso. Que bom que eu “to” chegando no fim da minha carreira, não ter que submeter a isso logo ali na frente, porque eu acho ridículo, sabe, tanto aqui, rádio do Palmeiras, rádio do Athletico Paranaense, do Corinthians, do São Paulo, do Atlético Mineiro, do Cruzeiro, de Internacional e Grêmio. Narrador, comentarista e repórter torcendo pro time? Peraí, virou bagunça, então? É uma esculhambação e uma covardia de concorrência (SOUZA, 2021).

Em Porto Alegre, como enfatizado, com exceção da Rádio Grêmio Umbro e Rádio do Internacional, nenhuma das emissoras tradicionais como Rádio Gaúcha, Rádio Guaíba, Rádio

Bandeirantes e a Grenal possuem narradores clubistas. Contudo, algumas experiências vêm sendo realizadas nos últimos tempos. Jornalistas como Alex Bagé, recentemente, integrante do programa de debates da Rádio Gaúcha Sala de Redação, assumiu ser torcedor do Grêmio.

A Rádio Grenal, por sua vez, mantém em seu quadro dois repórteres identificados, César Fabris (Grêmio) e Carlos Lacerda (Inter). Além da cobertura diária dos clubes, também denominada de setor, os repórteres cultivam uma espécie de postura provocativa, como no caso da Figura 9, onde, visivelmente, Haroldo de Souza, durante a narração do gol de Taison, na vitória do Internacional sobre o Grêmio por 1 a 0, no Beira-Rio, demonstrou indignação com a vibração de Lacerda, no momento do gol. No mesmo instante¹⁰³, Lacerda levantou-se e vibrou intensamente, para surpresa de Haroldo, que pareceu desejar conter o colega, entusiasmado pelo tento.

Figura 9 - Carlos Lacerda vibra com gol colorado



Fonte: Rádio Grenal (2021).

Para Haroldo de Souza, portanto, cada profissional deve ter sua função bem definida. Segundo ele, “cada macaco no seu galho”. Mas o correto, entende, é seguir uma ordem e uma hierarquia. Haroldo de Souza afirma que ainda há espaço para os narradores raiz, de outras gerações, no atual mercado de rádio. E entende também que, sim, é possível que surjam novos locutores, porém, considera que a narração de futebol, diferentemente de outras funções, não pode ser ensinada em cursos. É uma função peculiar. A narração, garante, é dividida em um “dom natural” e “aperfeiçoamento a longo prazo” (SOUZA, 2021).

¹⁰³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YqUthhVkiEU&t=281s>. O lance em questão pode ser conferido a partir de 1h35min. Acesso em: 10 nov. 2021.

Eu até entrei em atrito na rede social, esses dias, porque eu vi um anúncio, agora não me lembro de quem é o narrador, é um narrador carioca anunciando que ele ensina a narrar futebol e eu coloquei: “pô, até você?”¹⁰⁴. Eu não lembro o nome dele agora. É um nome famoso. Não se ensina a narrar futebol. Você pode aprimorar o cara. Agora, o cara que é narrador de futebol, ele já nasce com aquilo, com aquele dom. Só que, depois, ele precisa ter, é claro, a sequência, alguém que o oriente, que vá orientando em determinadas coisinhas (SOUZA, 2021).

Na Rádio Grenal, há desde profissionais contratados até estagiários. Haroldo de Souza, por exemplo, possui contrato com carteira assinada. Sobre a narração feminina, Haroldo de Souza entende que haverá espaço para o desenvolvimento de locutoras, contudo, o grande problema, compreende, é a diferença substancial de investimento entre futebol masculino e feminino e isso, sem dúvida, influencia no contexto. O radialista reconhece que há algumas narradoras com potencial em localidades como Minas Gerais, mas que “vai demorar um tempo para se firmarem” (SOUZA, 2021).

6.1.2 Haroldo de Souza no contexto do rádio expandido e os impactos da pandemia

Tornou-se fato comum nas transmissões esportivas por todo o Brasil que, além das tradicionais ondas hertzianas AM e FM, as irradiações aconteçam em combinação com imagens, em processos de radiomorfose e convergência de mídias, através de plataformas como YouTube, Facebook, TikTok, entre outras. E a pandemia pelo novo coronavírus, certamente, acelerou esse processo, principalmente levando em conta jornadas via *off tube*, prática conhecida como tubo ou “geladão”, termo já referido neste trabalho por Luiz Mendes. Narradores, bem como repórteres, plantões, produtores e comentaristas, tiveram que dividir espaços protegidos, com a orientação de cuidados específicos para evitar possíveis contágios pela doença. Com a gradativa liberação da presença de torcedores e, por consequência, de profissionais de imprensa nos estádios, algumas irradiações já passaram a ser realizadas próximas às práticas comuns, antes de março de 2020.

Haroldo de Souza, segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), pode ser considerado integrante de grupos de risco (COVID VERIFICADO, 2021)¹⁰⁵. De qualquer forma, ele decidiu, por conta, que enquanto não houvesse ao menos a liberação em massa de torcedores nos estádios, permaneceria transmitindo do estúdio.

¹⁰⁴ A referência foi ao narrador Edson Mauro, da Rádio Globo CBN.

¹⁰⁵ Disponível em: <https://www.covidverificado.com.br/post/grupo-de-risco-idosos>. Acesso em 29 nov. 2021.

A pandemia trouxe a obrigatoriedade de eu fazer o *off tube* que, até então, eu não fazia. E sabe que eu gostei? Gostei. E só vou voltar pro estádio, agora já voltaram, né, a maioria das rádios já estão indo pro estádio, os narradores. Eu só vou voltar a hora que acabar com esse negócio de porcentagem, quando o público no estádio Beira Rio, o público na Arena puder ter o público completo, aí eu também volto para o estádio. Antes, ah, pode entrar 30% aqui, 25% ali, não, eu fico no estúdio mesmo. Eu não gostava do tubo, fui obrigado a fazer pela pandemia porque, senão, dificilmente eu faria. Infelizmente, veio essa pandemia, que tirou a vida de tanta gente e me forçou também a trabalhar nos estúdios. Mas já me adaptei, “to” bem no estúdio, “to” me sentindo bem, e volto pro estádio sim, vou fazer uma festa o dia que eu voltar. Mas volto quando estiver totalmente liberado o público no estádio (SOUZA, 2021).

A Figura 10 ilustra o estúdio principal da Rádio Grenal¹⁰⁶. Trata-se da visão a partir da mesa de operações, com a presença de produtores dos programas e das jornadas esportivas. Na mesa central, foi montada uma estrutura com divisórias de acrílico, com a ideia de evitar o contato direto ou contágio por coronavírus. Ao lado direito, Haroldo de Souza, em pé, dialoga com o radialista Régis Ramos, em preparação para uma transmissão. Nos respectivos postos, estão interligados todos os equipamentos básicos como microfones e retornos para os profissionais e, logo à esquerda da imagem, encontra-se um monitor de grandes dimensões para facilitar a visualização das partidas.

Figura 10 - Estúdio da Rádio Grenal



Fonte: Götz (2021).

¹⁰⁶ A inauguração oficial aconteceu no dia 22 de setembro de 2017. O espaço foi preparado para receber mais de 30 profissionais e, já naquela época, a emissora começou a se adaptar às novas tendências do rádio, com a instalação de câmeras e a transmissão de programas pelo seu canal oficial no Facebook. Acesso em: <https://www.facebook.com/radiogrenaloficial>.

Em tempos de pandemia, não se permitiu a presença de repórteres em treinamentos dos clubes e as entrevistas coletivas passaram a ser realizadas através de conferências online, produzidas pelas assessorias de imprensa de Grêmio e Internacional. Como os repórteres também não têm acesso aos campos dos estádios, com exceção dos profissionais de televisão, geralmente os depoimentos dos jogadores, nos intervalos ou finais das partidas, são captados pelo operador de áudio e intercalados durante a irradiação. Em 2020, de acordo com Götz e Costa (2021), a Federação Gaúcha de Futebol, no dia 25 de março, cancelou o torneio estadual por tempo indeterminado. O Campeonato Gaúcho voltou a ser disputado no dia 22 de julho, com portões dos estádios fechados. E, por determinação da Associação de Cronistas Esportivos Gaúchos (Aceg), foi proibido o acesso a complexos esportivos de qualquer natureza. Com o passar dos meses, entre 2020 e 2021, no entanto, a situação foi aliviada, permitindo a entrada de radialistas e jornalistas em locais determinados, sob orientações das autoridades sanitárias.

Conforme reportagem da GZH, a prefeitura de Porto Alegre, a partir de julho de 2021, implantaria um plano de liberação de eventos para os meses seguintes. Em setembro, o prefeito Sebastião Melo sancionou projeto validando a presença de torcedores nos estádios, prevendo 25% da capacidade. Já em novembro, para a disputa do clássico Gre-Nal, do dia 6, que teve vitória do Internacional por 1 a 0, o Gabinete¹⁰⁷ de Crise do governo do Rio Grande do Sul ampliou de 30% para 50% a ocupação nos estádios. No duelo do dia 24 de outubro de 2021, Haroldo de Souza retornou às transmissões *in loco*, em partida do Internacional contra o Corinthians, no estádio Beira-Rio, pelo Campeonato Brasileiro, com placar de 2 a 2. Mesmo assim, os revezamentos com o tubo continuaram.

Sobre plataformas digitais, o narrador afirma: “não gosto e aquilo que eu te disse, sou obrigado, eu não gosto. Não gosto de estar narrando e aí, no dia seguinte, alguém me cobrar porque eu tava mexendo no nariz” (SOUZA, 2021). Ao longo de toda sua carreira, sempre que possível, Haroldo de Souza evitou transmitir jogos por intermédio do tubo. E segundo entende, a pandemia foi a grande responsável por “obrigar” os profissionais a se adaptarem a essa nova realidade.

Em transmissões via tubo, é comum a utilização de efeitos sonoros de torcedores, para que uma jornada não permaneça com uma sensação de vazio ou apenas de silêncio (SILVA, 1999). Já houve diversas oportunidades em que emissoras de rádio contrataram serviços de som ambiental para utilizar durante irradiações em estúdio. O grande problema dessa prática, porém,

¹⁰⁷ Fonte: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2021/11/03/governo-do-rs-autoriza-ampliacao-de-publico-e-libera-50percent-da-capacidade-de-estadios.ghtml>.

recai sobre o atraso de som, isto é, o *delay* em relação às imagens, como no caso de o ouvinte conferir o som da vibração da torcida após a marcação de um gol e, apenas alguns segundos depois, o narrador efetuar o grito de gol. A FIFA, já há algum tempo, ao comercializar pacotes de jogos de Copa do Mundo para emissoras de rádio, envia os sinais de imagem e sons sincronizados, sem a locução estrangeira. No caso das transmissões da Rádio Grenal pelo YouTube, por exemplo, o som já está sincronizado com as imagens, o que pode apresentar diferenças de tempo, caso algum torcedor esteja conferindo por um aparelho de rádio ou, até mesmo, pelo celular.

Como abordado anteriormente neste trabalho, a pandemia forçou muitas emissoras a reduzirem custos, demitirem funcionários e, não é de hoje, que o recurso do tubo é uma forma de economia importante para a sobrevivência das empresas de comunicação. E a Rádio Grenal, das principais emissoras de Porto Alegre, é uma das que mais aproveita esse recurso. Não há um dado preciso que comprove, contudo, em várias oportunidades, a rádio não designou, nem ao menos, a escala de um repórter para a realização de coberturas de Grêmio e Internacional fora do Rio Grande do Sul.

A Rádio Grenal caracteriza-se como uma emissora hertziana que opera na frequência 95,9 FM e comanda uma rede com diversas outras emissoras do interior gaúcho e outros estados. Retransmite suas jornadas esportivas pelo seu canal no YouTube, onde ultrapassou 82 mil inscritos, pelo Facebook, que conta com 161.166 seguidores, e está presente nas principais plataformas digitais como Twitter, onde mantém mais de 126 mil seguidores, Instagram com mais de 102 mil e os ouvintes ainda têm a possibilidade de baixar o aplicativo de celulares para conferir os jogos.

Haroldo de Souza é bastante ativo nas redes sociais. No Facebook, o narrador possui dois perfis¹⁰⁸ e uma página que conta com mais de 15 mil seguidores¹⁰⁹. Já no Instagram¹¹⁰, Souza ultrapassou 8 mil. E, no Twitter¹¹¹, o narrador rompeu a marca de 26 mil seguidores. Todos esses perfis são atualizados, praticamente, todos os dias, por assuntos diversos, não apenas relacionados ao futebol.

¹⁰⁸ O perfil principal, disponível em: <https://www.facebook.com/haroldo.desouza>. O secundário, disponível em: <https://www.facebook.com/haroldo.desouza>. Acessos em: 26 dez. 2021.

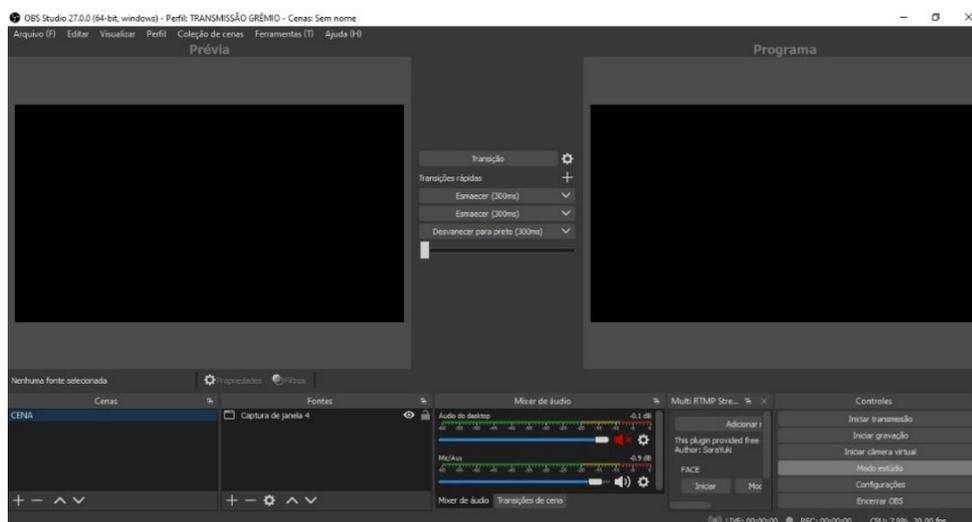
¹⁰⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/fanpageharoldodesouza>. Acesso em: 26 dez. 2021.

¹¹⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/haroldo_desouza/?hl=es. Acesso em: 26 dez. 2021.

¹¹¹ Disponível em: <https://twitter.com/haroldodesouza?lang=es>. Acesso em: 26 dez. 2021.

No caso das transmissões por plataformas, conforme o operador de som da Grenal Dickson Ricardo (2021), a emissora utiliza o *Open Broadcaster Software*¹¹² (*OBS Studio*), que se trata de um programa *free* para gravações ou irradiações via direta ou *streaming*. O OBS, como indica a Figura 11, gerencia a sincronização entre som e imagem, que podem ser reproduzidos em endereços diferentes pelo YouTube ou Facebook. Antes de qualquer *live*, deve-se configurar as entradas e saídas de áudio e imagem, de acordo com a capacidade de memória *ram* e gráfica do modelo de computador utilizado e de velocidade da internet contratada, seja via cabo ou por sinal de *wifi*.

Figura 11 - Painel do OBS Studio



Fonte: OBS (2021).

Basicamente, o operador do aplicativo monta e organiza todas as cenas no campo da prévia (da esquerda). Ao aplicar a transição, terá o conjunto de elementos que estarão sendo transmitidos ao vivo ou gravados (tela da direita).

Por fim, o operador do *OBS* deve indicar o *Real Time Messaging Protocol (RTMP)*, que se trata de um protocolo criado pela empresa americana *Macromedia*, amplamente utilizado para *streamings* de áudio e vídeo que, de forma objetiva, é o endereço para onde o programa enviará a transmissão, seja Facebook ou YouTube. As transmissões também devem ser programadas nas plataformas de preferência, antes do início das jornadas esportivas.

¹¹² Pode ser instalado a partir do link: <https://obsproject.com/>. Há versões para os sistemas Windows, macOS 10.13+ e Linux.

6.1.3 Haroldo de Souza e a consagração do “fazer diferente”

Como afirmou, ao desembarcar em Porto Alegre, em 1974, contratado pela RBS para atuar como narrador da Rádio Gaúcha, Haroldo de Souza concluiu que a única forma de alcançar o sucesso desejado entre os ouvintes gaúchos era “fazendo diferente”. Além da descrição dos lances, da velocidade, da observação da posição da bola, dos jogadores e a chamada visão periférica do jogo, Haroldo de Souza apostou nas estratégias retóricas, uso de figuras de linguagens e metáforas. Até pela própria idade e vitalidade no rádio, Haroldo de Souza sofreu com o desgaste natural da capacidade vocal, em relação a décadas anteriores.

De qualquer forma, mesmo sendo o único narrador paradigmático em atividade no rádio de Porto Alegre, recordista de transmissões do clássico entre Grêmio e Internacional, segue prestigiado e tem assegurado na Rádio Grenal o posto de narrador nº 1, sem previsão de encerrar sua trajetória de grandes coberturas.

Afora as jornadas esportivas, ao longo de sua carreira, Haroldo de Souza ainda participou de programas de debates nas emissoras em que atuou e produzia uma crônica (comentário) sobre assuntos diversos, aos moldes das aberturas de jornadas, que sempre iniciava com a saudação: “muito boa noite amigas e amigos do Brasil”.

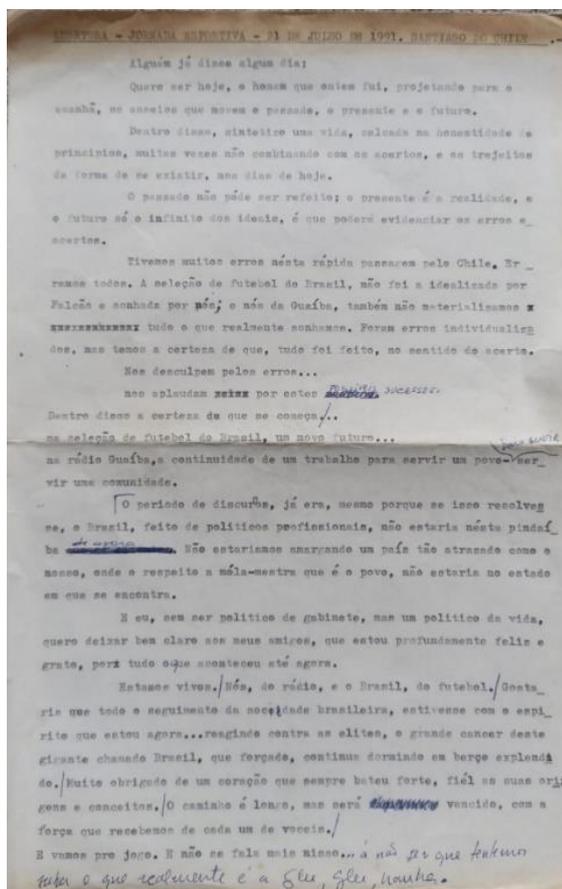
Quanto aos critérios de “degustação” de uma jornada, como aponta Schinner, existe toda uma preparação prévia antes das transmissões. Foram centenas de textos produzidos em máquinas de escrever, por editores de texto ou à mão.

Foi uma das coisas também que eu criei quando cheguei aqui no Rio Grande do Sul porque tinha aquele clichê das rádios, né. Eu digo, não, peraí, toda vez que o cara entra pra falar isso, e nós tínhamos textos também da Rádio Gaúcha, onde eu estava. Digo, não, mas isso aqui não tá. Aí, eu falei com o Nelsinho¹¹³, digo, Nelson, vamo mudar isso? “Faz o que você achar que tem que fazer” (SOUZA, 2021).

Ao longo da semana, Haroldo de Souza produz textos de abertura sobre assuntos dos mais diversos, como no caso da Figura 12 (próxima página). Este é um exemplo de crônica escrita à máquina durante a Cobertura da Copa América do Chile, em 1991, ano de estreia do narrador na Guaíba.

¹¹³ Refere-se a Nelson Pacheco Sirotsky, ex-presidente do Grupo RBS.

Figura 12 - Texto de abertura de jornada



Fonte: Souza (1991).

Souza utiliza alguns bordões que, até hoje, estão marcados na história do rádio gaúcho. Além do “adivinhe!”, há outros como: “estou sentindo cheiro de gol”, “momento de real expectativa”, “bola pro mato que o jogo é de campeonato”, “a bola branca está parada e os ponteiros estão girando, girando, girando, torcedor do Brasil”, entre outros. Além disso, notabilizou-se por apelidar jogadores, como os casos de Tarciso, o Flecha Negra¹¹⁴ e André Catimba¹¹⁵, ambos ex-atletas do Grêmio e já falecidos. Enquanto o Grêmio para Haroldo de Souza é a Máquina Tricolor, o Internacional é denominado de Academia do Povo. No seu Twitter, inclusive, há uma publicação fixada, desde o dia 28 de julho de 2021, que destaca:

Três apelidos que eternizei no futebol como narrador de rádio:
 André Catimba.

¹¹⁴ Falecido em 2018.

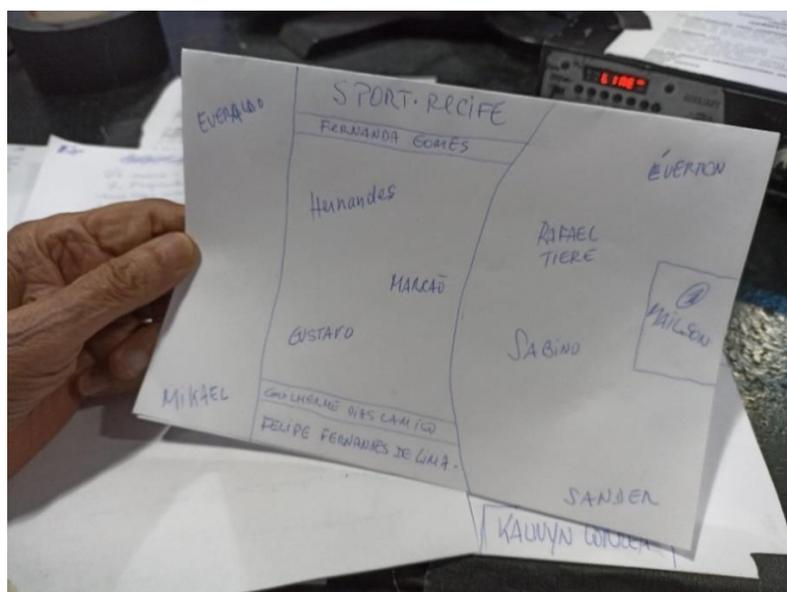
¹¹⁵ Falecido em 2021.

Flávio Minuano¹¹⁶.
Tarciso Flecha Negra (SOUZA, 2021).

Como todo narrador esportivo, Haroldo de Souza também tem suas técnicas específicas para memorização e organização de pastas, textos comerciais e planilhas de equipes. E, há vários anos, mantém a mesma rotina. Diferentemente de outros profissionais, o narrador dispõe as equipes por formações táticas.

O fato de conhecer os times que possui mais familiaridade como Grêmio e Internacional, ou a Seleção Brasileira, facilita, sem dúvida alguma, o ato de decorar as escalações dos adversários, como destaca a Figura 13.

Figura 13 - Planilha de escalações



Fonte: Souza (2021).

6.1.4 Haroldo de Souza e o futuro da narração de futebol

Segundo o locutor, o futuro da narração é “sombrio”. Conforme argumenta, o problema está relacionado a um conjunto de fatores.

[...] eu acho que o futebol, pra mim, vai se resumir da seguinte maneira: ligue-se a televisão e transmite o jogo, sem repórter no estádio. E não é culpa só das

¹¹⁶ Natural de Porto Alegre, nascido em 1944, foi centroavante de destaque no Internacional, Corinthians e Fluminense. Atuou em outros clubes e, ainda, pela Seleção Brasileira. Foi um dos convocados para a Copa do Mundo de 1966, na Inglaterra.

emissoras de rádio pra fazer economia, não é. As federações têm culpa, as televisões têm mais ainda, as redes de televisão, e a Confederação Brasileira de Futebol, Conmebol e FIFA também, porque se proíbe do repórter entrar em campo. O repórter não pode mais se locomover, ele não tem mais o que fazer (SOUZA, 2021).

Para Haroldo de Souza, não só os narradores são prejudicados, mas o trabalho dos repórteres também. A ida ao estádio de futebol, cada vez mais elitizada pelos altos valores dos ingressos, ao invés de se configurar numa comunhão com o esporte, tornou-se uma experiência. Para Haroldo de Souza, hoje, estar num estádio é como frequentar um circo, silencioso, onde, de vez em quando, o “torcedor até exagera um pouquinho”. Haroldo de Souza não tem uma receita para um novo tipo de locução. Segundo ele “é complicado você fugir da rotina de uma narração de futebol. Eu não consigo enxergar mais do que aquilo que eu enxerguei até hoje. [...] se mudar, vai mudar, mas o rádio nunca mais será aquele que nós tivemos que criaram monstros sagrados da radiofonia esportiva do Brasil” (SOUZA, 2021).

6.1.5 Análise: Haroldo de Souza

No atual contexto de rádio expandido, o locutor paradigmático Haroldo de Souza continua produzindo uma narração nos mesmos moldes de quando iniciou sua trajetória no Rio Grande do Sul, em meados dos anos 1970. Apesar do desgaste vocal, como já referido, Souza ainda mantém um timbre de voz concentrado entre as regiões médias e agudas, mesmo que tenha perdido parte da velocidade de articulação. Trata-se de um narrador de estilo misto entre denotativo e conotativo e livre e orientado.

Haroldo de Souza tem como principais atributos a emoção, liderança, carisma e valorização da palavra falada. Sua locução é coloquial, mas, no entanto, suas transmissões seguem uma ordem: abertura, narração, intervalo e encerramento. Apresenta variação interpretativa quanto às zonas de atenção, intermediária e tensão, e, ainda, na leitura de textos de abertura e textos publicitários. Seu grito de gol alcança um tempo de emissão longo. Como via de regra, assim que relata um gol, aciona a participação de um determinado repórter que complementa a descrição do lance.

Para os torcedores que acompanham suas transmissões apenas por audição, independente se for através das ondas hertzianas, aplicativos ou plataformas digitais, o retorno será praticamente o mesmo. Isso significa dizer que a irradiação, simplesmente, é replicada em outros meios, em um processo de convergência, contudo, o som é o mesmo. Como reforça

Ferraretto (2014), trata-se da retransmissão de um sinal de rádio na *web*. Em plena fase de multiplicidade da oferta, a redistribuição segue uma lógica de mercado, na qual um mesmo produto é ofertado de formas distintas.

No caso específico das transmissões da Rádio Grenal pelo seu canal no YouTube, onde há presença de elementos parassonoros, principalmente imagens, constatou-se que Haroldo de Souza, de uma maneira geral, não explora possibilidades como a interação com os ouvintes através de câmeras, por exemplo. No processo de radiomorfose, a reconstrução do áudio na plataforma oferece, na verdade, apenas bastidores de transmissões, com o foco central na figura de Haroldo de Souza.

Uma de suas principais ferramentas retóricas são os textos de aberturas de jornadas, na qual o narrador não apenas informa qual o duelo a ser transmitido, mas, propõe uma espécie de conversa com os ouvintes, sem, necessariamente, cobrar algum tipo de resposta. A Figura 14 (na próxima página) exemplifica uma das posturas do narrador diante da câmera. Trata-se da abertura do clássico entre Internacional e Grêmio, válido pelo Campeonato Brasileiro de 2020, ocorrido no dia 24 de janeiro de 2021, no estádio Beira-Rio, com vitória do Inter, de virada, por 2 a 1¹¹⁷. Em nenhum momento, o narrador se dirigiu ao público que o assistiu, mas, apenas aos que lhe ouviram, ao longo do relato.

Ainda que a Rádio Grenal retransmita os jogos em um cenário produzido especificamente para o ambiente da plataforma YouTube, com a transição de imagens, fundos personalizados e *cards* com a equipe escalada, Haroldo de Souza não só informa o tempo e o placar da partida, como solicita a participação do plantão esportivo, ao longo da jornada.

Na Figura 14, ainda, pode-se perceber que enquanto o narrador faz a leitura do texto, instantaneamente, há a presença de seguidores, ao lado direito, enviando mensagens pelo *chat*, na busca de algum tipo de interação, muitas delas na tentativa de chamar atenção do locutor, que segue compenetrado na sua atividade.

¹¹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6AW0jgWexig&t=983s>. Acesso em: 25 nov. 2021. Atuaram na jornada esportiva, além de Haroldo de Souza, o comentarista Luiz Carlos Reche, os repórteres Bruno Flores e Bruno Soares e o plantão Rogério Böhlke. Em função das paralisações em decorrência da pandemia de Covid-19, o Campeonato Brasileiro de 2020 foi decidido apenas no ano seguinte.

Figura 14 - Haroldo abrindo a jornada



Fonte: Rádio Grenal (2021).

Haroldo de Souza, há mais de quatro décadas, inclusive pela Grenal, transmite futebol, praticamente, seguindo um mesmo formato. As jornadas da Grenal iniciam duas horas antes dos confrontos. Como tema de abertura, a Rádio Grenal utiliza de cortina a música instrumental *The Bridge on the River Kwai*¹¹⁸. Souza segue um roteiro, no qual aciona os primeiros destaques das equipes, escalações, informações do plantão e comentários. A jornada segue com a liberação da reportagem, que se trata do momento onde podem ocorrer intervenções e entrevistas. Assim que a bola começa a rolar, o narrador assume o comando definitivo da transmissão.

De uma forma objetiva, as jornadas esportivas da Rádio Grenal são transmissões que mantêm uma linguagem radiofônica, com a presença de música, vinhetas e efeitos sonoros. Se houvesse apenas um *banner* informativo nas *lives* pelo YouTube, ao invés de toda a estrutura visual adotada na atualidade, o som não seria afetado. Por outro lado, a imagem de Haroldo de Souza tem sido bastante explorada no YouTube por produtores de conteúdos dedicados a publicar vídeos conhecidos como *reacts*, que nada mais são do que cortes ou fragmentos de transmissões, das quais alguma reação do narrador, seja em algum lance ou narração de gol, podem potencializar engajamentos.

O narrador Haroldo de Souza, contrário às rádios identificadas ou clubistas, como já referido, continua seguindo a linha do jornalismo imparcial, em relação a Grêmio e

¹¹⁸ Em português, A ponte do Rio Kwai, música composta por Frederich Joseph, em 1914. Foi utilizada como tema do Filme A Ponte do Rio Kwai, em 1957.

Internacional. Sendo assim, busca tratar sempre tanto um lado como o outro em equivalência de forças, dividindo o Rio Grande do Sul em duas partes iguais. E nesse campo, durante toda sua carreira, investiu na retórica como uma forma de popularizar-se entre as torcidas de ambas agremiações. Nesse sentido, a figura de expressão da universalização (PRIETO CASTILLO, 1984) foi fundamental, já que o seu trabalho visa atingir duas torcidas distintas, dois grupos diferentes. Ao mesmo tempo, quando Souza refere-se ao clássico Gre-Nal como sendo o “maior clássico do Brasil”, aplica as figuras de antítese e hipérbole, com a intenção de supervalorizar um confronto entre os clubes.

Esse tipo de discurso foi e continua presente na linguagem de Haroldo de Souza, mas, com foco no ouvinte de rádio, ainda que em pleno processo de radiomorfose, a jornada seja reconstruída em um ambiente de internet. Pegando como exemplo, ainda, a transmissão entre Inter e Grêmio, os recursos expressivos podem ser identificados logo no início, quando o narrador, ao indicar que o jogo começou, relata que “começa mais um Gre-Nal na vida de todos nós”. Trata-se de uma figura de inclusão, quando o emissor se coloca como parte de um todo. O bordão “adivinha!”, o mais importante utilizado por Haroldo de Souza, nem sempre é relatado nos lances de gol. Depende muito do aspecto anímico de uma determinada partida.

No caso do Gre-Nal do dia 24 de janeiro, tanto o primeiro gol, marcado por Jean Pyerre, em favor do Grêmio, e o empate, protagonizado por Abel Hernández, para o Internacional, foram narrados praticamente com a mesma intensidade. Contudo, naquela altura, o resultado positivo para ambos seria de fundamental importância na tabela do Campeonato Brasileiro, principalmente para o Inter, que ainda disputava o título¹¹⁹. Aos 52 minutos do segundo tempo, Edenílson, em cobrança de pênalti, determinou a vitória para o Colorado:

Edenílson toma distância/. Vai autorizar Luiz Flávio Oliveira/. Partiu pra bola Edenílson/. Parou, preparou, adivinheeeeeee!/ Gooooool do Internacional!/ Edenílson, Edenílson!/ Toca pro lado esquerdo, Vanderley cai para o direito/. A bola entra e estufa os cordéis da cidadela tricolor!/ É de virada que o Internacional garante a liderança absoluta do Campeonato Brasileiro/. A rede ainda está balançando, balançando!/ E agora, vem comigo!/ As bandeiras coloradas estão tremulando, tremulando, tremulando, torcedor do Brasil!/ Tem festa lá no sítio dos colorados/. Faz festa, Carlinha, faz festa, Dona Cristina, faz festa o dindo Chico, porque o Internacional se isola na liderança do Campeonato Brasileiro!/ Dois para o Internacional, um para o Grêmio!//.

¹¹⁹ No final, o Internacional acabou sendo superado pelo Flamengo, que conquistou o bicampeonato do torneio, chegando ao total de sete títulos brasileiros.

Figura 16 - A volta ao estádio



Fonte: Rádio Grenal (2021).

No que consta aos patrocinadores, Haroldo de Souza realiza a leitura de textos-foguete intercalados com a bola rolando, enquanto, na tela, os logos dos patrocinadores são exibidos alternadamente. Haroldo de Souza, até a finalização deste trabalho, ainda não tinha planos para uma possível aposentadoria, como já destacou. Toda a sua performance, neste contexto de rádio expandido, representa um tipo de transmissão que, nos anos 1970, foi capaz de fazer a diferença, tanto em função como no mercado da área de radiojornalismo esportivo. Porém, desse período até a atualidade, o rádio e o próprio mercado passaram por diversas mudanças, principalmente tecnológicas. Haroldo de Souza passou por todas essas fases e, neste momento, continua exercendo o mesmo tipo de narração, em um rádio cada vez mais inclusivo e visual. De um meio que está migrando do AM para o FM e presente em outras plataformas. Haroldo de Souza, se está temeroso em relação ao futuro da narração, talvez seja pelo fato de não saber como se encaixar nas novas dinâmicas ou, desta vez, não ter uma resposta sobre “como fazer diferente”, neste atual contexto. A Rádio Grenal aposta na representatividade e no currículo do narrador, desde 2012. Por enquanto, os números são positivos. A jornada utilizada como exemplo nesta análise alcançou mais de 122 mil visualizações, ainda que não tenha ocorrido nenhum tipo de interação entre o narrador e os ouvintes. Conclui-se que a manutenção de Haroldo de Souza decorre, principalmente, pelo tipo de perfil do ouvinte da emissora, que está concentrada na

faixa etária entre 30 e mais de 50 anos¹²⁰. São pessoas que, provavelmente, acompanham o trabalho do narrador desde o tempo em que ainda não havia tanto destaque para as transmissões convergentes através de plataformas digitais.

6.2 César Weiler: emoção, entretenimento e identidade tricolor

Natural de Estância Velha, César Edinei Weiler Ceceltski, 25 anos, estudante do último semestre de Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), começou a atuar em rádio em 2017, principalmente, realizando reportagens pela Rádio Estação Web de Porto Alegre. Em 2018, por essa mesma emissora, Weiler narrou seu primeiro compromisso, um duelo entre Grêmio e Vasco da Gama. “Mas foi assim meio de supetão aquele jogo, foi uma questão momento assim, um problema técnico” (WEILER, 2021).

O narrador chegou a atuar no meio radiofônico pela Rádio AM 1430 Estação Portão, mas, com entretenimento musical, ainda que participasse de um programa esportivo, aos sábados. “Desde o final de 2015, eu já fazia participações lá mais esporádicas. Fui fazer um programa lá em 2016, no segundo semestre de 2016. Fazia um programa de entretenimento. Mas é uma rádio comunitária, né”.

Figura 17 - César Weiler, o narrador n° 1 da Rádio Pachola



Fonte: MACHADO (2020).

¹²⁰ Conforme dados divulgados pela emissora, segundo pesquisa do Kantar Ibope Media (2021). Disponível em: <http://comercial.redepampa.com.br/wp-content/uploads/2021/03/2021-05-Midia-Kit-R%C3%A1dio-Grenal-FM.1.pdf>. Acesso em: 21 jan. 2022.

Com a despedida¹²¹ de Gabriel Lauxen e Juliano Britto da Pachola, em agosto de 2020, a emissora precisou repor a narração. Britto era o locutor titular. De forma temporária, este pesquisador, Ciro Götz, ocupou a locução por dois jogos, mas não foi possível prosseguir por compromissos, principalmente, acadêmicos. No dia 12 de agosto, Weiler fez a sua estreia, na transmissão do empate do Grêmio com o Ceará por 1 a 1, pelo Campeonato Brasileiro.

6.2.1 Rádio Pachola: uma emissora que torce para o Grêmio

De acordo com Jordana, Rivero e Lourenço (2019), o projeto embrionário da Rádio Pachola surgiu em agosto de 2015, capitaneado pelos torcedores Mário Godoy, Gabriel Lauxen e Juliano Britto, através de uma página no Facebook dedicada a comentários sobre jogos do Grêmio e para publicação de memes relacionados ao Internacional, o principal clube rival no Rio Grande do Sul. No dia 2 de janeiro de 2016, a ideia evoluiu e, como consequência, foi criada uma *web* rádio identificada com o Imortal Tricolor: a Rádio Pachola.

A emissora, primordialmente, transmitia via *streaming* e era compartilhada através de um *link* entre ouvintes pelas redes sociais. A audiência cresceu, de fato, principalmente, a partir da transmissão da final da Copa do Brasil de 2016,¹²² entre Grêmio e Atlético-MG, vencida pelos gaúchos, que registrou um acompanhamento de mais de 15 mil ouvintes. Gabriel Lauxen e Juliano Britto, após se desligarem da rádio, criaram o canal Coperó TV¹²³, no YouTube, com uma proposta semelhante ao da Pachola, que possui uma programação¹²⁴ com variados conteúdos informativos, opinativos, de entretenimento, além das transmissões de todos os jogos gremistas. Além do Facebook¹²⁵ e do YouTube¹²⁶, a Pachola também está presente em plataformas como Twitter¹²⁷, dedicada para notícias instantâneas, e Instagram¹²⁸, para imagens e anúncios das atrações.

¹²¹ Os radialistas registraram a despedida através de vídeo intitulado O fim do nosso ciclo na Pachola, publicado no canal do YouTube da rádio, no dia 4 de agosto de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aYdUnNV29SA>.

¹²² No primeiro jogo, o Grêmio venceu o clube mineiro por 3 a 1, no Mineirão. Foi a 28ª edição da Copa do Brasil. Na partida decisiva, ocorrida em 7 de dezembro de 2016, Grêmio e Atlético empataram em 1 a 1, o que significou o quinto título gaúcho na história da competição. O Cruzeiro de Belo Horizonte, com 6, lidera o ranking.

¹²³ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCUcq5UtZ3Apbi33N-FDrS6A>.

¹²⁴ Além de todos os jogos do Grêmio, a programação semanal da emissora apresenta os programas Redação Pachola, às 14h, Arena Pachola, às 17h, Pachola Rock Gol, às 19h, e Papo Pachola, às 20h.

¹²⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/radiopachola>.

¹²⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCH_sbVQkMmnVHFFInawFNNA.

¹²⁷ Disponível em: <https://twitter.com/radiopachola>.

¹²⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/radiopachola/?hl=es>.

A rádio faz tanto sucesso entre os torcedores que garantiu um espaço para ela dentro da própria Arena, para transmitir as partidas em tempo real. Além disso, a equipe da Pachola tem acesso às coletivas de imprensa do time, podendo fazer perguntas ao técnico e jogadores, disputando assim o mesmo espaço com as rádios de veículos tradicionais (JORDANA, RIVERO e LOURENÇO, 2019).

Contudo, com a influência da pandemia, a Pachola passou a transmitir seus jogos via *off tube*, na sua sede, em Porto Alegre. De todas as plataformas, aquela considerada mais importante é do canal no YouTube, que conta com 147 mil inscritos. As transmissões também são compartilhadas na página oficial no Facebook, que abriga 136 mil seguidores¹²⁹.

6.2.2 O ambiente de jornadas da Pachola

Tecnicamente, as transmissões da Rádio Pachola são semelhantes ao que se produz comumente no rádio hertziano, a partir de uma mesa de áudio e microfones conectados a um computador. Há, evidentemente, o uso de câmeras digitais. A exemplo da Rádio Grenal, a Pachola também aplica o software *OBS Studio* para suas jornadas de coberturas do Grêmio.

Na tela, a rádio apresenta um plano geral que privilegia a imagem dos componentes principais da jornada esportiva, isto é, do narrador e do comentarista. O lado esquerdo é o posto do analista, geralmente, ocupado por Mário Godoy. No lado direito, respectivamente, posiciona-se o narrador. Ambos estão dispostos de frente a uma câmera, mas, levemente inclinados e com observação voltada para um monitor.

Ao invés de um fundo elaborado, os radialistas transmitem à frente de um *chroma key*¹³⁰, onde são exibidas imagens do setor da Geral do Grêmio¹³¹, na Arena, o estádio do clube, ao longo da *live*. Há poucos elementos gráficos, principalmente concentrados na região inferior da tela. Normalmente, são utilizados painéis informativos. Os primeiros são marcadores dos profissionais que indicam seus perfis nas redes sociais como Twitter e Instagram, com o usual @, um caractere de busca padrão, acompanhado do logo da emissora que, no canto inferior direito, reaparece como selo disposto pelo próprio YouTube. Da esquerda para a direita, há o painel dos patrocinadores intitulado oferecimento e, por fim, tem destaque o painel do jogo,

¹²⁹ Números contabilizados até 7 de junho de 2021, em YouTube e Facebook. No Twitter, foram identificados mais de 30 mil seguidores. Já o Instagram é a rede social com mais inscritos: 177 mil.

¹³⁰ Técnica que substitui um cenário por imagens, no que se deve utilizar um fundo sólido para possibilitar o isolamento de outros elementos que devem se integrar, como atores, por exemplo.

¹³¹ Geral do Grêmio é a maior torcida organizada do clube, na atualidade. Foi fundada em 2001.

centralizado, que informa o tempo, placar, adversário, competição, horário e rodada do torneio acompanhado. A Figura 18 resume a organização e disposição gráfica dos elementos.

Figura 18 - Posicionamento do narrador



Fonte: Rádio Pachola (2020).

A Figura 19, por sua vez, expõe o posto do narrador sob a perspectiva dos bastidores:

Figura 19 - Bastidores da narração



Fonte: Weiler (2020).

O enquadramento e o cenário emulam uma cabine de transmissão aos moldes clássicos do rádio hertziano. Durante todo o jogo, os componentes permanecem em suas posições, em

uma bancada, com os olhares voltados para a tela, representando o que seria o gramado, por suposto. Os equipamentos básicos utilizados são microfones de mão e fones com retorno.

A Pachola também segue um modelo semelhante ao empregado pelo rádio esportivo tradicional gaúcho, com uma transmissão mais seca, sem vinhetas e efeitos. A sonoridade é preenchida, apenas, com áudio de cânticos e vibrações de torcedores do Grêmio. Além de Weiler e Godoy, há nos jogos a participação de um plantão esportivo *voice-over*, executada, geralmente, por Giovane Gonçalves Santayana, conhecido como Passarinho, que também comanda o Intervalo, com a presença de comentaristas. Antes e após a atração, são exibidos *spots* comerciais, aos moldes do estilo televisivo. Atualmente, a Pachola realiza *lives* dos compromissos do Grêmio divididas em três programas: o Pré-Jogo, a transmissão principal e o Pós-Jogo.

Mesmo com a gradativa liberação de acesso aos meios de comunicação nos estádios, em plena pandemia por Covid-19, a Rádio Pachola permaneceu transmitindo do seu estúdio, via *off tube*. A qualidade da transmissão, explica Weiler, é uma das principais preocupações da equipe de profissionais. “A gente parou para conversar entre nós, na rádio, e a gente se questionava o quanto que vale a pena, em meio a essa pandemia, a toda essa incerteza, a gente ir para a Arena, a gente ir para outros estádios” (WEILER, 2021). Para a narração, Weiler admite que uma irradiação “com torcida, aí, fica uma disputa desleal. Com torcida, um estádio cheio, é aquela vibração, a energia, que é fundamental para quem está tentando passar emoção pela onda sonora também” (WEILER, 2021).

6.2.3 Rádio Pachola e o mercado de rádio esportivo

A Rádio Pachola representa um mercado em expansão no Rio Grande do Sul. Há exemplos de outras emissoras *web* identificadas como a Rádio Inferno, relacionada ao Internacional. De acordo com Mário Godoy (2021), a atual equipe da Pachola é formada por sete integrantes. Três são jornalistas e um é graduando em Jornalismo. Conforme Godoy, os colaboradores estão enquadrados como microempreendedores individuais (MEI), isto é, profissionais autônomos. Apesar de se identificar como a imprensa azul, a Pachola produz um conteúdo jornalístico independente. Isso significa que existe total liberdade para questionamentos e críticas sobre o Grêmio, diferentemente do que seria, por exemplo, de algumas formas de atuação de assessorias de imprensa. César Weiler divide a narração na Pachola com outro profissional, Luiz Filipe Macedo, que é professor de português.

A Rádio Pachola, ainda assim, busca espaço na cobertura esportiva brasileira que seja capaz de competir em um mercado ainda dominado pelas grandes empresas jornalísticas. O narrador César Weiler entende que, por enquanto, é difícil comparar realidades entre meios como a Pachola e emissoras tradicionais. Segundo ele, “é um outro mundo”.

Quando a gente calcula o nosso *share*¹³² e fazemos nossas análises, quando eu digo nossas é quem comanda essa parte lá na rádio, mas quando a gente conversa sobre isso nas reuniões periódicas que a gente tem, claro que a gente se compara em questão de números de outras emissoras tradicionais que fazem na internet. Agora que dá, de certa forma, para incomodar, dá para incomodar as redes mais tradicionais, a gente consegue números bem expressivos. Se for parar para pensar, em um mês, foram, e isso na nossa maneira de medir, na nossa possibilidade de medir, sem contar o aplicativo, foram cinco milhões de visualizações no último mês¹³³ (WEILER, 2021).

No campo da publicidade, a emissora possui patrocinadores aos moldes tradicionais, isto é, que têm suas imagens, informações e produtos divulgados ao longo da programação e das partidas. Também realiza ações de marketing para atrair membros ao Clube dos Canais¹³⁴ que, conforme diferentes planos e valores, oferece conteúdos diferenciados. Há, ainda, a possibilidade de faturamento por monetizações provenientes de plataformas como o Facebook. Nas jornadas esportivas, com a bola em jogo, César Weiler realiza a leitura de textos-foguete, inclusive, improvisando o conteúdo como uma forma de chamar a atenção.

6.2.4 Weiler e o contexto de rádio expandido

César Weiler descreve o panorama das transmissões da Rádio Pachola da seguinte forma: em primeiro lugar, destaca, há espaço para muitos *feedbacks* das pessoas que acompanham as jornadas. Isso significa que os espectadores têm voz e podem, inclusive, sugerir a produção de conteúdo. Em segundo lugar, o narrador observou que muitos acompanham as transmissões pela Pachola, ao mesmo tempo que estão ligados em uma segunda tela como a televisão, por exemplo, o que não deixa de ser um costume tradicional. Por isso, Weiler entende

¹³² O termo pode ter diferentes significados, como compartilhar histórias, conteúdos, etc. Contudo, neste caso, tem a ver com *Market Share*, que trata da participação da Pachola no seu segmento de mercado.

¹³³ Abril de 2021.

¹³⁴ Modalidade desenvolvida pelo YouTube que permite rendimentos adicionais aos produtores de conteúdos. Os canais podem receber pagamentos mensais dos seus seguidores.

que as jornadas esportivas por plataformas como o YouTube ainda podem ser consideradas radiofônicas, apesar do recurso da imagem.

A gente é sempre muito preocupado com a questão do entretenimento porque tem sim também essa parcela de pessoas que estão nos acompanhando quase que direto, sabe, ali, olhando pra gente, os nossos movimentos, as nossas reações na hora do gol, enfim. É meio híbrido assim. Mas eu acredito que ainda é uma transmissão radiofônica e a gente tem assim, como base, uma transmissão de rádio ainda, né, falando da Rádio Pachola. A gente tem uma base de transmissão de rádio. A gente não faz uma transmissão de TV (WEILER, 2021).

O narrador revela que não se sente completamente confortável em relação à exposição de sua imagem. Contudo, garante que enfrenta a situação pois esta faria parte de um contexto no qual a “audiência que manda”. Conforme Weiler (2021), “isso te dá muita exposição, muitas pessoas te acompanham, muitas pessoas te seguem na rede social, te dão audiência, te dão relevância”. A exploração da imagem pode ser, portanto, uma desvantagem e, ao mesmo tempo, vantajosa, no sentido de que o que se busca atualmente, de fato, é prender a atenção, pois “quem tem audiência, tem atenção e tem o poder, de certa forma” (WEILER, 2021).

6.2.5 A narração no presente e no futuro, segundo César Weiler

Weiler garante que aprendeu a narrar, principalmente, ouvindo rádio. Para ele, no entanto, é possível que um profissional se torne locutor esportivo, também, através de cursos específicos¹³⁵. O fundamental, entende, é que o futuro narrador busque aperfeiçoar a técnica. É um processo a longo prazo que deve ser “lapidado”. Vale, garante, tanto para narradores quanto para narradoras. “Tem espaço, evidentemente tem, mas os bons profissionais devem ser valorizados independente deles homens ou mulheres” (WEILER, 2021).

Para César Weiler, a chave do sucesso do narrador, na atualidade, e do próprio rádio esportivo, estão na capacidade de adaptação ao mercado, às tecnologias e aos desejos dos ouvintes, telespectadores ou internautas. Ainda assim, o locutor tem dificuldades de especular o que poderia ser criado de novo nas transmissões, em relação ao passado recente ou hegemônico dos estilos consagrados no rádio hertziano.

¹³⁵ Há uma variedade de cursos de narração esportiva oferecidos em todo o Brasil, contudo, não existe nenhum com certificação oficial do Ministério da Educação (MEC).

Eu acompanhei um *podcast*, agora, não vou lembrar quem era a pessoa que estava, mas era do Júnior Maicá, o “Bebendo e Falando”¹³⁶, e o *podcast* é uma ideia maravilhosa. Uma garrafa de alguma bebida alcoólica e duas pessoas conversando até a garrafa terminar. Maravilhoso *podcast*. Mas, se fala muito sério lá também. E, se não me engano, era o Sílvio Benfica. Posso estar errado. E ele comentava assim que “o futuro da narração, provavelmente, vai ser uma mesa onde as pessoas muito mais vão conversar, vão falar sobre a partida, sobre o jogo, *scout*, comentário, opinião, entretenimento, do que, propriamente, a narração” (WEILER, 2021).

Em um panorama cada vez mais favorável aos profissionais multifunção, multimídias e afins, Weiler (2021) entende que “um bom jornalista precisa também ser híbrido”. E completa: “Fiz muita reportagem antes de chegar na Pachola. Então, eu não me sentia prejudicado por fazer outras funções, além da narração. Me sentia mais completo” (WEILER, 2021). O ideal é que o narrador da atualidade consiga empreender nas transmissões três aspectos estratégicos para cativar a audiência: descrição, informação e entretenimento. “Quando tu és jornalista, se torna não mais possível, mas, mais fácil ter elementos para trazer esse entretenimento, esse “infotimento”, uma palavra que se usa bastante hoje em dia, fica mais fácil de isso acontecer” (WEILER, 2021). De uma forma objetiva, Weiler projeta que, futuramente, o estilo altamente descritivo seja abandonado. Contudo, será um processo lento. “Os narradores mais jovens já caminham para um outro estilo um pouco mais cadenciado, algo que vai mais próximo do que eu falei. Acho que é uma questão de adaptação” (WEILER, 2021).

César Weiler, que ratificou sua paixão pelo Grêmio na Rádio Pachola, entende que uma possível mudança quanto ao estilo de jornalismo mais conservador e imparcial “não é para agora, mas que vai ganhar espaço sim. Acredito que o gaúcho vai deixando de lado esses preconceitos. Mas ainda assim, tu bem sabes, no Rio Grande do Sul, é bem difícil de alguma coisa nova dar certo” (WEILER, 2021).

6.2.6 César Weiler: técnicas e estilo de narração

Weiler afirma que começou a acompanhar futebol pelo rádio com mais profundidade entre os anos de 2005 e 2007, principalmente pela Band-RS. Segundo ele, suas principais influências foram os narradores Daniel Oliveira, atualmente na Rádio ABC 103,3, de Novo

¹³⁶ Refere-se a uma das atrações do canal no *Spotify* do O Bairrista, portal gaúcho de notícias, variedades, entretenimento e esportes: Disponível em: <https://obairrista.net/>.

Hamburgo, José Aldo Pinheiro, que está na Rádio Guaíba, e Marco Antônio Pereira e Marcos Couto, da Bandeirantes gaúcha.

O Marcos Couto pela parte da técnica, assim, né, de fazer, porque eu admiro bastante. Ele consegue descrever bem a jogada em si, na hora do campo de futebol. Te dando um exemplo: ele fala da ação do jogador, da área do campo e das possibilidades que o jogador tem, tudo numa fração de segundos. Ele é muito bom nisso e tenho como um exemplo, assim, até de melhoria. E o Marco Antônio Pereira muito mais pelo conceito, pelo jeito de fazer. Ele é um cara mais irreverente, né, não é tão rápido na descrição do jogo, mas ele consegue conduzir muito bem a jornada. Gosto muito desse lado dele, mais essa parte conceitual (WEILER, 2021).

César Weiler integra o período da narração esportiva contemporânea. O locutor afirma que se considera descritivo e não é adepto ao uso de recursos ou figuras de linguagem como bordões. “Vou muito pelo momento, pela emoção” (WEILER, 2021). Ele acrescenta que não narra conforme padrões, mas de acordo com as sensações do jogo e da repercussão dos fatos da semana relacionados ao Grêmio. Um dos seus principais recursos, aponta, é o improviso, principalmente, na descrição de gols. Basicamente, Weiler resume seu estilo conforme os seguintes elementos: descrição, emoção e improvisação.

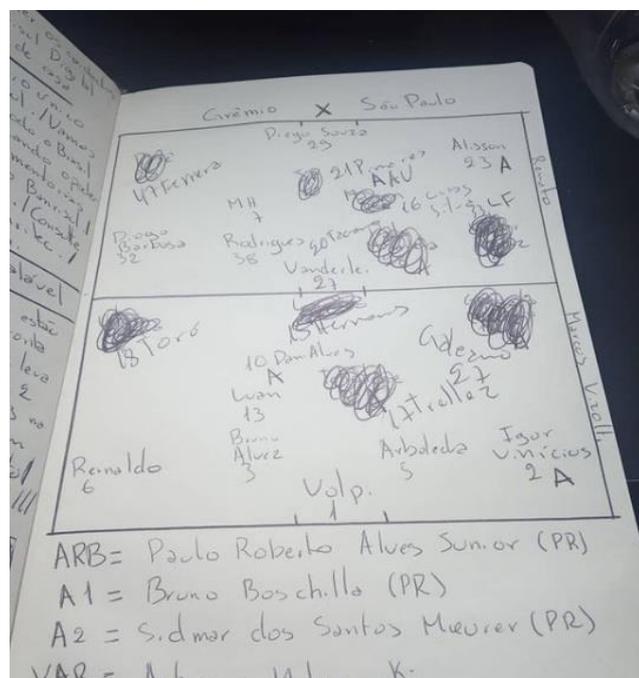
Eu sempre uso muito o que o Daniel Oliveira costuma fazer [...] Ele sempre faz alguns segundos, algum minuto de descrição da parte emocional do gol. Isso eu acho muito bacana, então, eu procuro fazer isso e, depois, eu fecho com o jogo, com um repórter, faço o serviço do gol, digamos assim. Mas, essa parte que eu acredito que seja a mais legal, mais bacana para o ouvinte também. Eu deixo pelo improviso, pela emoção. Isso é uma coisa que eu tirei do Daniel, né (WEILER, 2021).

Segundo explica, a sua participação como apresentador no programa Redação Pachola, contribui fundamentalmente para que, durante a preparação de uma transmissão, a partir do que foi captado em entrevistas e pesquisas, possa planejar um jogo amparado por variadas informações. Na abertura da jornada esportiva, Weiler ressalta que não segue um padrão definido. “Não tem um texto engessado, mas faço tópicos para contextualizar. Às vezes, ele é mais longo e às vezes mais curto. Porém, o sentido é sempre de contextualizar quem está acompanhando”. Como destaca Schinner (2004), a abertura de jornada pode ser improvisada ou produzida, levando em conta fatores como a descrição do evento, informações das equipes e estatísticas.

Quanto à memorização, Weiler procede à sua maneira. A maior dificuldade, segundo o narrador, é decorar ou guardar quais são os jogadores de equipes de menor expressão ou desconhecidas que, eventualmente, podem ser adversárias do Grêmio, como foi no caso da Copa Sul-Americana de 2021¹³⁷. No mais, o narrador garante que, pelo fato de acompanhar muito futebol, acaba conhecendo naturalmente os elencos de equipes da primeira divisão do Campeonato Brasileiro e de grandes clubes da América do Sul. “Claro que, antes da partida, quando tem a escalação em si, eu fico na observação, olhando e repetindo os nomes para ter um bom desempenho no jogo” (WEILER, 2021).

O processo de memorização continua na montagem da planilha de escalações dos times. Neste caso, Weiler segue um padrão, embora, como também destaca Schinner (2004), trata-se de um processo pessoal. O locutor divide o documento em dois setores. Em um primeiro momento, o lado esquerdo era destinado para a anotação dos textos dos patrocinadores e outras informações, como ilustra a Figura 20.

Figura 20 - César Weiler: planilha de escalações



Fonte: (WEILER, 2020).

¹³⁷ Na primeira fase da Copa Sul-Americana de 2021, o clube gaúcho enfrentou equipes como La Equidad, da Colômbia, e Aráguia, da Venezuela. No grupo H, o Grêmio ainda teve a companhia do Lanús, da Argentina. Nas oitavas de final, acabou sendo eliminado pela LDU do Equador.

Weiler também garante que evita exageros que possam prejudicar a performance de sua voz.

Um dia antes do jogo, eu tomo uma coisinha de álcool, mas costumo não tomar demais para não prejudicar, principalmente no verão, cuidado para não ter muita bebida, muita coisa gelada, porque, pra mim, já dificulta um pouco. Então, mais próximo do jogo, costumo tomar mais líquido quente, um café, um chá, bastante água e, vez por outra, consigo comer mel, que acho bem bom para a voz, assim. E, de resto, de vez em quando, uns exercícios para dicção (WEILER, 2021).

Para melhor interagir com os seguidores, com o decorrer do tempo, Weiler alterou sua estratégia. “Para não olhar para baixo, a gente prende o patrocínio logo abaixo da câmera” (WEILER, 2021). No lado esquerdo, o narrador dispõe as equipes taticamente, que considera a melhor forma. Logo abaixo, são listados os árbitros de determinada partida.

6.2.7 Análise: César Weiler

Weiler, conforme a classificação de César (2009), possui uma locução jovem de tessitura nos espectros médio-agudo e projeção sonora entre os níveis adequado e forte. Tem capacidade de modulação, inflexão e variação interpretativa, perceptível, principalmente, na interação com os seguidores e na leitura dos textos. Apresenta articulação lenta e com ataque suave até o brusco, atingindo consideráveis níveis de entusiasmo e vibração. Busca relatar com precisão. Quanto à divisão rítmica, de acordo com Schinner (2004), é possível perceber que o narrador mantém um andamento semelhante entre as zonas de atenção (defesa) e intermediária (meio campo), e intensifica o volume, principalmente, na zona de tensão (ataque).

Pelo fato de ser um locutor predominantemente descritivo, procura não exagerar no uso de elementos e figuras de linguagens, algo que narradores conotativos ou livres fariam. É um locutor mais próximo dos estilos denotativo e orientado. Contudo, como defendem Soares (1994), Schinner (2004), reforçados por Ferraretto (2014), os locutores esportivos têm a liberdade de inserir elementos no contexto, independentemente se atuam sob uma perspectiva mais ou menos descritiva. Quanto aos combustíveis para a execução da narração, levando em conta Schinner (2004), Weiler atinge os objetivos, principalmente, nos campos da emoção, liderança, carisma, credibilidade e ética.

César Weiler narra em um contexto de produção, veiculação, emissão e recepção híbrida, misturando recursos técnicos comuns ao rádio e televisão, principalmente em relação aos *spots* comerciais, nos intervalos, e a todos os elementos informativos na tela, no enquadramento da imagem, na forma de persuasão. Ao mesmo tempo que Weiler relata para um público radiofônico, se esforça, também, para transmitir a uma audiência que consome através da imagem.

Levando em consideração a linguagem radiofônica amplamente presente, considera-se que ocorre o processo de radiomorfose, onde os elementos são reconfigurados em uma plataforma não hertziana. A Rádio Pachola é, por natureza, uma emissora concebida para as telas. Mas, como o próprio Weiler ressaltou, a transmissão da Pachola é uma “jornada de rádio” e as imagens, no que consta a postura dos profissionais, dos equipamentos, do uso de sonoplastia, dos elementos parassonoros, permite que os ouvintes/espectadores/seguidores tenham contato com um ambiente de bastidores, que, no ápice do rádio tradicional, não estavam disponíveis para apreciação, dada a natureza somente auditiva e limitada aos aparelhos radiofônicos.

O próprio narrador admite que não se sente totalmente à vontade com a exposição de sua imagem. E a forma como conduz, ao observar a dinâmica frente à câmera, indica a postura de um locutor em adaptação a um tipo de ambiente diferente do costureiro, mesmo com as tentativas de interação durante as participações dos seguidores, na leitura de textos comerciais e relato de gols. Inclusive, constatou-se que Weiler, durante os jogos que transmite, não costuma postar conteúdos nas redes sociais. A interação ocorre, apenas, nas irradiações.

Pelo fato de Weiler ter sido integrado à rádio em meio à crise sanitária de Covid-19, não foi possível avaliar quaisquer semelhanças ou diferenças em transmissões *in loco* e *off tube*. Para Weiler, os jogos por tubo não são um empecilho, o que demonstra o comprometimento profissional do narrador em desempenhar seu papel com o microfone da rádio, ainda que, como o próprio admitiu, narrar no estádio, com a presença de torcida, provoca uma sensação diferente.

Quanto às questões mercadológicas, em primeiro lugar, no âmbito de Porto Alegre, conforme Ferraretto e Morgado (2018), existe um cenário de acomodação no meio radiofônico. Mas é fundamental levar em conta as possibilidades de novos mercados, de multiplicidades de ofertas e demandas, em que o caso da Rádio Pachola poderia se encaixar muito bem. São necessários mais estudos aprofundados que possam medir, por exemplo, algum nível de disputa e comparação entre *web* rádios e as emissoras tradicionais, tanto em nível econômico quanto em audiência. Como afirma Weiler, “são situações muito diferentes”. Mas a Rádio Pachola

deve ser observada como um modelo de negócio que pode, futuramente, de maneira organizada, abrir oportunidades de trabalho para novos profissionais, ainda que seja um meio segmentado, inserido em um panorama cultural onde a grande maioria dos jornalistas e radialistas gaúchos preferem esconder suas paixões clubísticas.

Os radialistas que atuam na Pachola são prestadores de serviços. E pelo número reduzido de integrantes da equipe, todos cumprem outras tarefas e atividades, além daquelas que podem ser consideradas as principais. César Weiler, além de narrar, também apresenta programas na grade da Pachola. Claro que não é um panorama exclusivo da emissora, já que, cada vez mais, são valorizados os profissionais multitarefas, inclusive em meios de comunicação líderes em mercado como a Rede Brasil Sul (RBS). Weiler optou pela formação em Jornalismo. Mas também representa uma forma tradicional de desenvolvimento e geração de narradores, através da escuta e da prática, como uma espécie de função auto ditada.

Dentre os jogos transmitidos por César Weiler pela Rádio Pachola, foi analisado um duelo entre Grêmio e Internacional, realizado no dia 3 de agosto de 2020, pelo Campeonato Brasileiro. Buscou-se uma partida com o registro de gols, de preferência, do Grêmio, e de uma equipe adversária, para fins comparativos de elementos como a postura emocional e estilística. A transmissão pelo canal oficial da Pachola no YouTube¹³⁸ também foi compartilhada em outros canais como do perfil da rádio no Facebook. A *live* obteve, no total, 59.138 visualizações.

César Weiler possui um papel de âncora, isto é, de comando das jornadas esportivas da Rádio Pachola. O narrador aciona os demais componentes como comentaristas e plantão esportivo, solicita as escalções dos times, geralmente ao comentarista, realiza o relato dos textos comerciais ao longo do evento, interage com os seguidores durante a *live*, repassa e retoma o comando nos intervalos e finaliza as irradiações. A jornada da Pachola pode ser dividida da seguinte forma: 1º (abertura); 2º (escalções das equipes, arbitragem e destaques do plantão); 3º (primeiro tempo); 4º (intervalo); 5º (segundo tempo); e 6º (encerramento).

No jogo em si, a emissora segue um formato tradicional onde, predominantemente, o narrador é o protagonista. O comentarista, além da análise de desempenho, também descreve lances de jogo e relata informações que, geralmente, são do papel dos repórteres.

Weiler, como ressaltou, não se considera um narrador conotativo. Porém, constataram-se uma série de recursos expressivos utilizados pelo locutor, provavelmente, frutos da liberdade de improvisação que lhe é permitida. O linguajar praticado na Rádio Pachola conecta-se com o

¹³⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aatqMh9vnjU>.

linguajar da torcida do Grêmio, inclusive nos xingamentos. Ainda assim, percebeu-se que há um cuidado quanto ao uso de terminologias relacionadas a palavrões.

No texto de abertura do Gre-Nal, Weiler enfatiza a invencibilidade do Grêmio em relação ao Inter, nos últimos clássicos disputados.

Desde o clássico 418, até o clássico de número 427, já jogamos na Arena, já jogamos no nosso Salão de Festas, que foi o último que ganhamos, já jogamos em Caxias do Sul./ Já jogamos pelo Campeonato Gaúcho, pelo Campeonato Brasileiro, pela Copa Libertadores da América duas vezes e não perdemos, senhoras e senhores!/ Há seis jogos, nem levamos gols deles!/ Eles não conseguem acertar a casinha!// (WEILER, 2020).

O trecho destacado (página anterior) já evidencia, ao menos, três estratégias retóricas que podem ser classificadas, conforme Prieto Castillo (1984). Primeiramente, Weiler reforça a essência da própria Pachola em relação à torcida do Grêmio. Trata-se do recurso da universalização, da divisão bem definida de grupos, de um lado gremistas e, de outro, os colorados, aliado ao recurso antítese, que reforça o caráter da rivalidade, do “nós contra eles”. Além disso, Weiler também enfatiza o retrospecto favorável do Grêmio em relação ao Inter, nos últimos clássicos, o que pode ser interpretado como uma figura retórica de amplificação, para acentuar essa condição positiva. Por fim, apenas nessa passagem, é possível reconhecer dois recursos: de inclusão, no momento que Weiler se posiciona como um torcedor ao afirmar, por exemplo, que “já jogamos, já ganhamos, vencemos” e personalização, ao se dirigir às “senhoras e senhores”. Ao se referir ao Beira-Rio como um “salão de festas”, Weiler utiliza um recurso retórico que Prieto Castillo (1984) denomina de tópico, que tem relação como o clichê, que também pode ser interpretado como um recurso metafórico.

No caso da abertura para o jogo destacado, além dos detalhes sobre o momento positivo do Grêmio em relação ao Inter, mesmo considerando um leve favoritismo, Weiler procurou interagir com os ouvintes, a todo momento, encarando a câmera como se estivesse em franco diálogo com os torcedores, solicitando inscrições e *likes* no canal do YouTube. Oficialmente, os profissionais da Pachola fazem referência à audiência dos jogos como ouvintes. Além dessa denominação, Weiler também utiliza o termo “telespec”, uma espécie de diminutivo para telespectador, como se referiu aos torcedores durante a abertura. Dessa forma, Weiler adota o recurso parassonoro da imagem para, novamente, colocar em evidência a estratégia de personalização.

Na transmissão de Grêmio e Internacional, após a abertura, Weiler solicita, primeiramente, a escalação do Grêmio, e, em seguida do “Sport Club”, sob vaias de outros integrantes, nos bastidores, claramente uma provocação estratégica de empatia com o público alvo da emissora. Apesar disso, no painel do placar, na tela, o clube aparece identificado como “Inter”.

No exemplo a seguir (próxima página), a partir dos 25 minutos e 50 segundos da primeira etapa, dois lances de ataque receberam tratamentos diferentes. Enquanto o ataque colorado foi descrito com menor entusiasmo, o contra-ataque do Grêmio, por sua vez, modulou para uma abordagem mais vibrante.

Lance 1: ataque do Inter, entre as zonas intermediária e de tensão:

A bola que sobe e que desce./ Caiu no corpo, agora, do Abel Hernández, ele fez o domínio./ Entregou no Patrick, para Edenílson, para Boschilia, lado direito./ Boschilia no domínio, vai tentar passar pela marcação./ Bico da grande área./ Olha só, tem perigo no lance, Boschilia, vai pintar cruzamento.// (WEILER, 2020).

No lance acima, praticamente não há modulação. Mesmo com o Internacional no ataque e levando considerável perigo à defesa do Grêmio, Weiler mantém um ritmo cadenciado.

Lance 2: contra-ataque do Grêmio, entre as zonas intermediária e de tensão:

Bem, bem, David Braz no corte!/ Bola que sobe e que desce./ E eles pediram falta, não deu!/ Contragolpe do Grêmio, quem sabe agora!/ Alisson no domínio, perna direita, tentou!/ Boa bola para Diego Souza, ele ganhou do zagueiro!/ Diego Souza no cruzamento, segundo pau!/ Corta de qualquer maneira!/ Voltou, para Matheuzinho, bateu!/ Desvio, pra fora!// (WEILER, 2020).

Há no segundo lance uma abrupta mudança de enfoque, vibração e entusiasmo, no instante que o Grêmio recupera a posse e arrisca contra a defesa adversária. Como destacado, a Pachola é uma rádio dedicada às transmissões que integram sons e imagens. Ainda assim, não há excesso de elementos parassonoros em exibição. De acordo com Weiler, na Rádio Pachola, não se solicita chamada de tempo em placar, como habitualmente acontece em meios hertzianos, já que essas informações estão presentes na tela. Os narradores, portanto, têm a liberdade de informar na hora que entenderem conveniente.

Ao longo do jogo, foram identificados outros signos conotativos expressados por Weiler, de forma improvisada, tais como: “Dando aquela mordida”, “lotericamente, ela subiu demais”, “Alisson vinha ‘quenem’ uma bala para tentar ganhar a bola”, “blitz tricolor”, “Patrick chegou com uma tesoura, por baixo”, “estilingou”, “daqui 20 segundos, não desgruda, que tem o intervalo”. Todos esses termos podem ser classificados como recursos expressivos de metáfora e de comparação.

Além de voltar-se ao público diante da câmera em momentos de interação, Weiler, em alguns instantes, também explora a empatia, ainda com o recurso do humor, como no seguinte caso:

Godoy - A narração está mais emocionante, hoje, parabéns, Leonardo Pereira Rodrigues, aqui na *live*.../
Weiler - Tomei um energético!/
Weiler - [...] tomei aquele cafezinho esperto que o Mário Godoy preparou, não sei o que tu botou ali, naquele café, Mário Godoy?/
Godoy - Eu... botei amor, né?/
Weiler - Ah, ah, que maravilha!// (RÁDIO PACHOLA, 2020).

Outra estratégia retórica foi constatada em relação às inserções comerciais, como no caso de um dos patrocinadores, o Cachorro do Bigode: “Cachorro do Bigode, e eu estou só esperando o meu, Mário Godoy”, “Cachorro do Bigode, é bala o lanche”. No segundo caso, o termo bala refere-se a algo “muito bom”, “isso é bala, é muito bom”.

Weiler buscou, ao máximo, descontextualizar o Internacional ao não mencionar a identidade do clube durante o jogo que, como visto, é uma regra na Rádio Pachola: “o último toque foi deles”, “do lado de lá” (o lado de lá refere-se ao Inter), “vêm eles com a bola”.

Mas, talvez por distração, em alguns momentos, o locutor quebrou a normativa: “corta mais uma vez o ataque da equipe do Inter”, e “Cuesta tenta, mais uma vez, armar o ataque da equipe do Inter”.

O momento mais importante do jogo e para a respectiva irradiação ocorreu aos 7 minutos e 50 segundos, quando o atacante Pepê abriu o placar para o Grêmio. Tratou-se do ápice da capacidade expressiva da narração, na qual Weiler aplicou, principalmente, os recursos da vibração e da emoção. Como a Figura 21 (próxima página) destaca, Weiler procura interagir com seu público, buscando empatia, focando seu olhar para a câmera, como se estivesse compartilhando a satisfação de comemorar face a face, o que é uma das estratégias de

engajamento da Rádio Pachola, justamente. Tanto Weiler quanto o comentarista Mário Godoy portam-se diante da câmera como torcedores de fato.

Figura 21 - Vibração na tela



Fonte: Rádio Pachola (2020).

No momento do gol, são exibidas imagens da comemoração dos torcedores do Grêmio da época em que o clube mandava seus jogos no Estádio Olímpico, a sede anterior, desativada a partir de 2013. Os simpatizantes gremistas realizavam a “avalanche”¹³⁹, movimento que, na América do Sul, ocorre, tipicamente, nos estádios argentinos e adotado e empreendido, principalmente, pela Geral do Grêmio. Ao mesmo tempo, é inserido áudio com o registro de vibração de gol dos torcedores, tudo com a intenção de emular o ambiente do estádio e da cabine de transmissão. Trata-se de um casamento entre linguagem radiofônica, isto é, a narração do lance e o ambiental sonoro, com o recurso parassonoro da imagem.

O trecho da narração do gol é objetivo, onde Weiler descreve os movimentos dos jogadores de maneira precisa. Weiler procura inserir elementos que adjetivem o lance e, pela plástica da jogada, determine que não foi um simples gol, mas um golaço, antecedido por um grito vibrante que sustenta ao longo de 7 segundos. Logo após, durante mais 7 segundos, enfatiza a autoria do tento marcado por Pepê. Em seguida, o narrador, rapidamente, recupera a jogada mediante qualificações da trama entre Diego Souza e Pepê, caracterizando a construção através da “calma”, “tranquilidade” e “elegância”, com desfecho em um “belo toque” por cima.

¹³⁹ Após acidente, em 2013, já na Arena do Grêmio, durante o confronto do clube com a LDU, do Equador, em seguida da marcação de um gol pelo atleta Elano, as grades de proteção da arquibancada do setor da Geral cederam, o que provocou a queda de torcedores, sendo alguns transportados para atendimento médico hospitalar. Por motivos de segurança, a avalanche não é mais realizada no estádio, inaugurado em 2012.

Vem o Grêmio, lado esquerdo, Pepê, combinou com Diego Souza, dominou, passou pra Pepê, invadiu, vai marcar, golaçoooo!// Gooooooo!// Pepêêêêêê! Jogadaça do Grêmio, lado esquerdo!// Pepê pra Diego Souza, Diego Souza pra Pepê!// E aí, papai, oh, é na calma, é na tranquilidade, é na elegância!// Pepê por cima, belo toque, belo toque./ Mas que golaço do Pepê, Mário Godoy!// 1 a 0 pra gente!// (WEILER, 2020).

Claramente, no trecho anterior, Weiler adotou o recurso expressivo de amplificação ao descrever o lance e a ação de Pepê, o personagem. Há uma referência ao substantivo papai, que, certamente, possui uma atribuição de autoridade, isto é, para um lance de conhecimento, destreza e experiência para “mostrar como se faz”, claro recurso expressivo de comparação. O episódio do gol gremista finaliza, ainda, com o comentarista Mário Godoy entoando cânticos, acompanhado por Weiler, como uma espécie de parêntese ou um curto espaço de tempo em que ambos extravasam, tal qual torcedores, que caracteriza um recurso retórico de inclusão.

O segundo lance mais importante da transmissão de Weiler foi durante a marcação de um pênalti para o Internacional, após o VAR¹⁴⁰ confirmar um toque de mão do lateral esquerdo gremista Bruno Cortez. Ao comentar sobre a decisão do árbitro Raphael Claus, o narrador determina que foi “fácil o lance, de concurso”. Depois de confirmar a penalidade, o clima da transmissão tornou-se tenso. Diferentemente do entusiasmo expresso no gol gremista, a narração do empate do Internacional não passou de um registro do acontecimento.

Weiler tratou de retomar a vibração e o ritmo do jogo, apesar da perceptível queda de entusiasmo nos minutos finais. Indignado com a performance de Claus, Weiler lembrou o que havia especulado no princípio, sobre uma “possível má atuação do árbitro”, uma opinião pessoal, principalmente pela expulsão do lateral Cortez, na sequência do segundo tempo. No caso do árbitro, Weiler retoma o recurso de amplificação, mas diante de uma ação negativa. Trata-se de uma estratégia conjunta de inclusão, como forma de fazer parte de uma torcida possivelmente revoltada. E o momento de tensão para a batida do pênalti ocorre antes mesmo da definição, através do recurso de gradação. No caso, o clímax acabou sendo negativo, em função do gol do Inter.

César Weiler trata-se de um narrador muito bem integrado ao contexto de rádio expandido, mas que pode ser enquadrado como um exemplo de locutor que utiliza receitas consagradas do rádio tradicional e hertziano em uma plataforma que agrega elementos além do som. Como constatado, o narrador busca engajamento, ao preocupar-se com a interação através das câmeras. Percebe-se que ele conversa não apenas com seus ouvintes, mas com os seguidores

¹⁴⁰ *Video Assistant Referee*, ou, na tradução, árbitro de vídeo.

do canal. Por outro lado, o caso de Weiler não indica, todavia, uma nova função narrativa como uma terceira via em relação aos tipos básicos: narração radiofônica e televisiva, esta, na qual, o ritmo de locução é menos intenso e as imagens complementam as sentenças do relato. Objetivamente, Weiler executa uma narração de linguagem radiofônica inserida em um modelo tecnológico híbrido.

6.3 José Carlos Araújo: o narrador do futebol show

José Carlos Lopes de Araújo, 81 anos, nascido no Rio de Janeiro, é, sem dúvida, um dos principais nomes da história da narração esportiva brasileira. Um narrador paradigmático em plena atividade pela emissora carioca Super Tupi, inclusive, dividindo a locução com outro profissional já referido e consagrado, Luiz Penido. É importante ressaltar que esta pesquisa não se trata de um trabalho de recuperação histórica, apesar da ampla (e necessária) contextualização sobre o futebol no Brasil e sua respectiva relação com a narração radiofônica, ao longo de décadas do século passado, até hoje. E, sendo assim, há uma enorme variedade de fontes como livros, documentos, entrevistas sobre a obra e vida do Garotinho, mas, como também já realizou-se a necessária revisão bibliográfica, recomenda-se, para início de pesquisa, por ventura haja maior interesse sobre a trajetória do narrador, a leitura de sua biografia que consta na obra *Enciclopédia do Rádio Esportivo Brasileiro* (2014), pois, a partir de lá, surgirão mais caminhos, outras referências aprofundadas, para entender o legado do locutor.

Considerou-se importante essa introdução do tópico, já que a intenção é, justamente, observar quem é José Carlos Araújo no contexto do rádio expandido, na atualidade. Claro que não há como escapar das eventuais comparações estilísticas, mercadológicas, tecnológicas do passado do narrador com as dinâmicas mais modernas, da mesma maneira que havia sido esboçado em relação aos demais narradores de gerações anteriores. Isso significa dizer, em primeira mão, que o narrador continua atuando conforme a evolução de sua trajetória, adaptou-se e, o mais importante, ele mesmo ressaltava que segue planejando, elaborando e pensando em formas de como transmitir futebol de maneiras diferentes, de como atrair seu público, agora, em relação às plataformas digitais e mídias sociais. José Carlos Araújo está em pleno movimento, da mesma forma que o rádio. Ainda assim, será apresentado, de forma objetiva, um retrospecto geral de sua obra.

O Garotinho começou a narrar em 1964, na Rádio Globo. Após isso, passou por outras emissoras como a Rádio Nacional e, depois, voltou para a própria Globo. Teve passagens por

rádios como a Bradesco Esportes FM¹⁴¹, que, ressalta, ter sido implementada por ele, em 2012, e Bandnews FM. De fato, a maior parte de sua carreira foi construída na Rádio Globo, sendo 42 anos, somando duas passagens (de 1964 a 1977 e de 1984 a 2012). Araújo também narrou em rádios como a Transamérica¹⁴² (2013 a 2015) e Antena 1¹⁴³ do Rio (2019). Em 2015, José Carlos Araújo foi contratado pela Super Rádio Tupi, onde segue, na atualidade. Além de tudo, Araújo também atuou em outros meios de comunicação.

Olha, eu já atuei em rádio, em jornal, em televisão, comecei na TV Globo, em 1985. Lá, fiquei fazendo o Globo Esporte local. Era eu, Léo Batista¹⁴⁴ e Fernando Vannucci¹⁴⁵. Fiquei fazendo o Globo Esporte, o quadro local. Naquela época, o Globo Esporte tinha uma edição nacional, mas, um bloco era inteiramente de futebol regional. E eu fiquei de 85 a 90, depois, fui pra TV Educativa, hoje, TV Brasil. Depois, passei pela CNT, Band e SBT, mais recentemente, sempre com produção independente (ARAÚJO, 2021).

O Garotinho possui formação superior em Geografia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e é professor aposentado pelo estado do Rio de Janeiro. Em entrevista ao Projeto As Vozes do Gol (2021), Araújo ressaltou que suas maiores inspirações radiofônicas foram o comunicador Carlos de Alencar¹⁴⁶ e o repórter Carlos Pallut¹⁴⁷. E isso, garante, foi fundamental para moldar parte de seu estilo, não apenas como narrador, mas como um comandante de equipes, um líder.

Em 77, eu larguei a Rádio Globo e fui pra Rádio Nacional para dirigir a equipe pela primeira vez, montando uma equipe eu, o Apolinho¹⁴⁸, o Deni

¹⁴¹ Projeto do Grupo Bandeirantes de Comunicação, deixou de transmitir programação em São Paulo e Rio de Janeiro no mês de março de 2017.

¹⁴² Fundada em 1977, opera, atualmente na FM 101,3 MHz.

¹⁴³ Está na frequência 103,7 FM. Fundada em 1979, é dedicada a uma programação musical, de entretenimento e com informação.

¹⁴⁴ Aos 89 anos, considerado uma lenda do esporte na televisão, ainda aparece, eventualmente, na programação da Rede Globo.

¹⁴⁵ Apresentador de TV que se notabilizou, principalmente pela Rede Globo, faleceu em 2020, aos 69 anos.

¹⁴⁶ O cearense Hermelindo César de Alencar Mattos, conhecido como César de Alencar, além de radialista, também atuou como apresentador de televisão na Excelsior, foi compositor e cantor, com destaques pelas rádios Clube do Brasil e Nacional. Nasceu em 1917 e faleceu em 1990, no Rio de Janeiro.

¹⁴⁷ Carioca, nascido em 1927, foi conhecido como “o repórter da cidade”. Atuou nas TVs Continental e Canal 9, do Rio de Janeiro, TV TUPI e Rádio Vera Cruz. Faleceu com apenas 45 anos.

¹⁴⁸ Nasceu no Rio de Janeiro, em 1936. É torcedor do Flamengo, inclusive, treinou o clube, em 1995. É um dos jornalistas mais reconhecidos no país e, atualmente, além de participar de jornadas esportivas pela Super Tupi, comanda o programa Show do Apolinho. Teve importantes passagens por emissoras como Globo e Nacional. Começou a carreira em 1962.

Menezes¹⁴⁹, o Luiz Mendes, o Sérgio Moraes¹⁵⁰ e, quando eu consegui ganhar da Globo, a Globo me chamou de volta (ARAÚJO, 2021).

A Super Rádio Tupi¹⁵¹, inaugurada em 1935, pelo jornalista Assis Chateaubriand¹⁵², possui quatro narradores em sua atual equipe de esportes. Além do Garotinho e Luiz Penido, narram Cyro Neves, promovido, em 2021, da reportagem para a locução de jogos, e Odilon Júnior, coordenador já referido nesta tese. A emissora, conforme pesquisa do Kantar Ibope Media¹⁵³, conquistou, em 2021, pela sexta vez seguida, a liderança de audiência no estado do Rio de Janeiro, com 220 mil ouvintes por minuto.

6.3.1 O narrador, apresentador e comunicador do espetáculo

Ao longo de sua carreira, José Carlos Araújo, pode-se afirmar, foi um empreendedor do rádio esportivo. Além da Tupi, ele também é empresário do ramo da publicidade e, mesmo em meio à crise da pandemia, desde março de 2020, garante que não parou de trabalhar. O Garotinho define-se da seguinte forma: “não sou apenas um narrador, um *speaker*, um locutor, eu me enquadrado como um apresentador, um comunicador, que apresenta um grande show e, no meio desse show, tem a partida de futebol” (ARAÚJO, 2021). Por óbvio, o estilo do narrador foi sendo aprimorado ao longo das décadas e José Carlos Araújo tem como uma das suas principais características a utilização de inúmeros bordões como “voltei!”, “sou eu!”, “apontou, atirou, entrou!”, “golão, golão, golão”, “se o jogo tá na tevê a gente se liga em você”, “gente

¹⁴⁹ Natural de Manaus, nasceu em 1939. Trabalhou com destaque nas rádios Nacional e Globo, ambas do Rio de Janeiro.

¹⁵⁰ Gaúcho de Lajeado, nasceu em 1936. Destacou-se, no final da década de 1950, pela Rádio Gaúcha. Entre 1963 a 1976, atuou na Rádio Globo, no Rio de Janeiro, e teve uma rápida passagem pela Tupi. Retornou para a Rádio Gaúcha, em 1976 e, em 1978, voltou ao Rio e cobriu a Copa da Argentina. Faleceu em 2001.

¹⁵¹ Assim como no caso de Chatô, a própria Super Rádio Tupi, em uma busca rápida, possui uma imensidão de trabalhos que contam sua trajetória e sua importância na radiofonia brasileira. Uma sugestão é acessar o site da Fundação Getúlio Vargas (FGV) que, além do contexto bibliográfico, indica uma série de obras de onde as informações foram recolhidas. No que concerne à Super Tupi, mais uma vez, ressalta-se que a emissora será observada em relação, principalmente, à atuação do narrador José Carlos Araújo, no contexto de rádio expandido. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/radio-tupi>. Acesso em: 15 nov. 2021. A emissora completou 86 anos, em 2021.

¹⁵² Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, ou apenas Chatô, como também era conhecido, foi um dos principais empresários do ramo da comunicação no Brasil, em todos os tempos. Foi dono da Diários Associados, um conglomerado de emissoras espalhadas por todo o território nacional. Faleceu em 1968, aos 75. Para consultas e aprofundamentos, recomendam-se os livros Chatô, o Rei do Brasil, de Fernando Moraes (1994), e Império de palavras: estudo comparado dos Diários e Emissoras Associadas, de Assis Chateaubriand, e Hearst Corporation, de William Randolph Hearst, de Jacques Wainberg (1996).

¹⁵³ Disponível em: <https://www.tupi.fm/sentinelas/super-radio-tupi-e-lider-de-audiencia-pela-sexta-vez-no-rio-diz-ibope/>. Acesso em: 20 nov. 2021.

que se liga na gente”¹⁵⁴, entre muitos outros. Naturalmente, pela questão da idade, da geração, assim como outros narradores, exemplos de Haroldo de Souza, Alberto Rodrigues e José Silvério (estes dois últimos que ainda serão destacados na pesquisa), o Garotinho sofreu as consequências do desgaste vocal. Admite que não tem cuidados exagerados com a voz e considera que só o fato de repousar é suficiente para tanto. “O melhor remédio para a voz é dormir. Se você dormir bem, você tá oxigenando, você tá com seu metabolismo normal e, conseqüentemente, você consegue projetar a voz com facilidade, sem fazer esforço” (ARAÚJO, 2021).

A principal técnica é você ter visibilidade boa pra poder ver as diferenças físicas dos jogadores e ter a identificação da numeração da camisa. Por isso que, muitas vezes, transmitir pela televisão como a gente faz atualmente porque não tá viajando, por causa da pandemia, você tem até mais facilidade pra transmitir um jogo de futebol do que propriamente no Maracanã, onde você fica no último andar, não dá pra você ver, identificar o jogador, muitas vezes não dá. Se você tiver um monitor na cabine e esse monitor te ajudar sem o *delay*, aí vai te facilitar muito. Agora, eu também ponho as escalações em ordem vertical e não por posição tática no papel. Eu tenho um caderno, onde já to com 4 mil, 500 e poucos jogos transmitidos e eu tenho todos os jogos com a estatística, com os gols, com as súmulas desses jogos, tudo isso, arquivado (ARAÚJO, 2021).

A forma como os narradores abrem suas transmissões também explica parte do tipo de estilo de cada profissional. “Eu produzo um roteiro, um roteiro dos termos a serem abordados, normalmente, nesse papo que eu falei, com o comentarista” (ARAÚJO, 2021). José Carlos Araújo garante que procura pesquisar sobre as possíveis escalações, estatísticas das equipes, acessa portais pela internet, enfim, tudo para sustentar o bate-papo, antes da bola rolar, quando está acompanhado de comentaristas como Apolinho, Dé Aranha¹⁵⁵, ou Gérson, o Canhotinha de Ouro¹⁵⁶. E, ainda segundo ele, procura chegar nos estádios, no caso dos jogos locais, três horas antes da bola rolar. Em partidas internacionais, o costume era de cinco a seis horas antes.

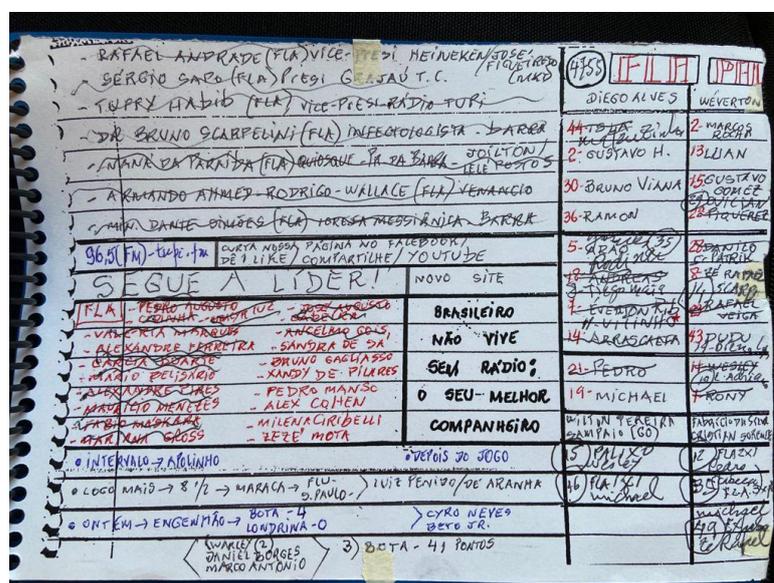
¹⁵⁴ Utilizado também pelo narrador Haroldo de Souza, em Porto Alegre, como já destacado.

¹⁵⁵ Nascido em 1948, foi atacante e treinador. Já passou por outros meios de comunicação como rádio e TV e, atualmente, é um dos comentaristas da Super Tupi.

¹⁵⁶ Gérson de Oliveira Nunes, ou apenas Gérson, fez parte da Seleção Brasileira tricampeã mundial de futebol, no México, em 1970. Além de titular, foi um dos destaques da equipe. Ficou conhecido como o Canhotinha de Ouro. Marcou um dos quatro gols na vitória sobre a Itália, no Azteca, por 4 x 1. Anos mais tarde, notabilizou-se como comentarista esportivo em emissoras de rádio como a Globo e, na TV, pela Bandeirantes. Integra o quadro de comentaristas da Super Tupi e, além disso, mantém um canal de análises no YouTube, o Canhotinha 70, que conta com mais de 300 mil inscritos. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/CANHOTINHA70>. Acesso em: 29 nov. 2021.

Não é apenas um documento com a formação das equipes, mas um guia com destaques, na parte de cima, ficha técnica da equipe de trabalho, programação da grade e, em tempos de rádio expandido, convites para o acesso às plataformas digitais como Facebook e YouTube. A Figura 22 ilustra um exemplo da forma como o Garotinho reorganiza no papel as ideias e planejamentos para a jornada esportiva, a identificação dos times, inclusive, com algumas frases que trata de destacar em meio ao jogo, como: “segue a líder!”, “brasileiro não vive sem rádio: o seu melhor companheiro”.

Figura 22 - A mente do Garotinho no papel



Fonte: Araújo (2021).

6.3.2 O Garotinho no contexto da tecnologia e do rádio expandido

Como destaca o coordenador de esportes da Super Tupi, Odilon Júnior (2021), “inevitavelmente, a tecnologia tem que ser aplicada, principalmente por conta do avanço, né, daquilo que não existia. A tecnologia que está chegando, está proporcionando um rádio cada vez mais digital, mais fluido”. Na verdade, trata-se, justamente, do atual contexto de rádio expandido que se vem abordando ao longo deste trabalho, de um meio que está além das tradicionais ondas hertzianas. E a Super Tupi, garante Júnior, segue todas essas tendências, pois também quer garantir audiência em diferentes plataformas. Isso, se somando às ondas tradicionais, “faz com que a rádio se torne praticamente infinita” (JÚNIOR, 2021).

Sabedor do estilo mais tradicional de narradores como o próprio Garotinho e Luiz Penido, Odilon Júnior destaca que a Super Tupi, levando em conta, agora, os aplicativos e plataformas onde o som da rádio está presente, procura, ao máximo, se aproximar dos distintos públicos, sejam jovens, menos ou mais experientes. Há que se ter um meio termo, uma linguagem que seja compreensível a todos.

A Super Tupi também está nas telas e jogos, sejam via tubo ou diretamente de uma cabine de estádio, são transmitidos pelo YouTube e pelo Facebook. Inclusive, no YouTube, foi criado um canal específico para as transmissões, o Tupi Esportes¹⁵⁷, que já conta com mais de 730 mil inscritos, enquanto no Facebook, a rádio possui quase 700 mil seguidores¹⁵⁸. Outras mídias sociais como Twitter, com um perfil exclusivo¹⁵⁹ para o esporte, e Instagram¹⁶⁰, também são diariamente preenchidos de conteúdos e registram um grande número de seguidores.

O próprio Garotinho é extremamente atuante nas mídias sociais. Em primeiro lugar, ele possui um canal oficial no Facebook¹⁶¹, com mais de 100 mil seguidores. No Twitter¹⁶², seu perfil ultrapassa 35 mil, enquanto no Instagram¹⁶³, são mais de 65 mil seguidores. Percebe-se que todos são abastecidos diariamente, principalmente, com comentários gravados por celular. Além disso, são publicados vídeos de gols novos e antigos, chamadas gráficas para transmissões e conteúdos comuns entre as mídias. Os comentários servem, principalmente, para projetar ou analisar resultados de jogos. Todos esses elementos e jornadas pela Super Tupi são convergidas para o site oficial do narrador, intitulado Vai + Garotinho¹⁶⁴.

Hoje, não consigo me ver transmitindo sem essas plataformas. Até porque, hoje, o alcance do rádio aumentou graças, exatamente, à internet. Pois os alcances da transmissão esportiva vão além dos alcances daquele aparelho velho de AM que, à noite, tinha uma propagação muito maior. Hoje eu tô transmitindo futebol e tô interagindo com brasileiros que vivem em diversos países. Eu tenho um grupo de Israel que acorda de madrugada para acompanhar jogo do Flamengo numa cidade chamada *Modi'in*. Em Munique, na Alemanha, eu tenho um grupo de brasileiros também que acompanha de madrugada os jogos à noite do Flamengo, em *Boston*, nos Estados Unidos, e por aí vai (ARAÚJO, 2021).

¹⁵⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/RadioTupiEsportes>. Acesso em: 29 nov. 2021.

¹⁵⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/radiotupi>. Acesso em: 29 nov. 2021.

¹⁵⁹ Disponível em:

https://twitter.com/tupiesportes?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor. Acesso em: 29 nov. 2021. Perfil com mais de 11 mil seguidores.

¹⁶⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/radiotupi/?hl=es>. Acesso em: 29 nov. 2021. Com mais de 128 mil seguidores.

¹⁶¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/josecarlosaraujogarotinho>. Acesso em: 29 nov. 2021.

¹⁶² Disponível em: <https://twitter.com/GarotinhoJCA>. Acesso em: 29 nov. 2021.

¹⁶³ Disponível em: <https://www.instagram.com/josecarlosaraujogarotinho/?hl=es>. Acesso em: 29 nov. 2021.

¹⁶⁴ Disponível em: <http://www.vaimaisgarotinho.com.br/>. Acesso em 29 nov. 2021.

Conforme reportagem do site UOL, Garotinho foi o único narrador¹⁶⁵ a transmitir¹⁶⁶ a tentativa de conquista da terceira Copa Libertadores da América pelo Flamengo, pela final da competição, no estádio Centenário, em Montevideu, capital do Uruguai, no dia 27 de novembro de 2021. Na ocasião, porém, o clube foi derrotado pelo Palmeiras por 2 a 1, este, então, tricampeão do torneio¹⁶⁷. A Figura 23 ilustra mais um recorde na carreira de José Carlos Araújo.

Figura 23 - Garotinho no Centenário, em 2021



Fonte: Leo Burlá (2021).

As jornadas esportivas na atualidade, conforme José Carlos Araújo, são muito mais do que radiofônicas, mas integradas entre rádio e redes sociais. “O rádio depende muito do YouTube, do Face, de todas essas plataformas, porque, sem ele, não teria essa penetração maior. Existem muitas rádios na *web*, hoje, mas não deixam de ser rádios” (ARAÚJO, 2021).

De acordo com o coordenador de esportes Odilon Júnior, a Super Tupi possui dois estúdios específicos para transmissões via tubo: o 7, que é o principal, e o estúdio 2, o secundário. Caso necessário, outro estúdio pode ser utilizado eventualmente para um terceiro jogo. No Rio de Janeiro, geralmente, é dada ênfase à cobertura dos quatro principais clubes do estado: Flamengo, Fluminense, Vasco e Botafogo. Porém, nas jornadas, diferente do caso da Rádio Grenal, que utiliza o *duplex*, a irradiação é feita sob um jogo comando. Se houver

¹⁶⁵ Matéria intitulada Ele é o único que pode narrar as 3 taças do Fla e está no Uruguai pelo tri, escrita por Leo Burlá. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2021/11/27/ele-e-o-unico-que-pode-narrar-as-3-tacas-do-fla-e-esta-no-uruguai-pelo-tri.htm>. Acesso em: 29 nov. 2021.

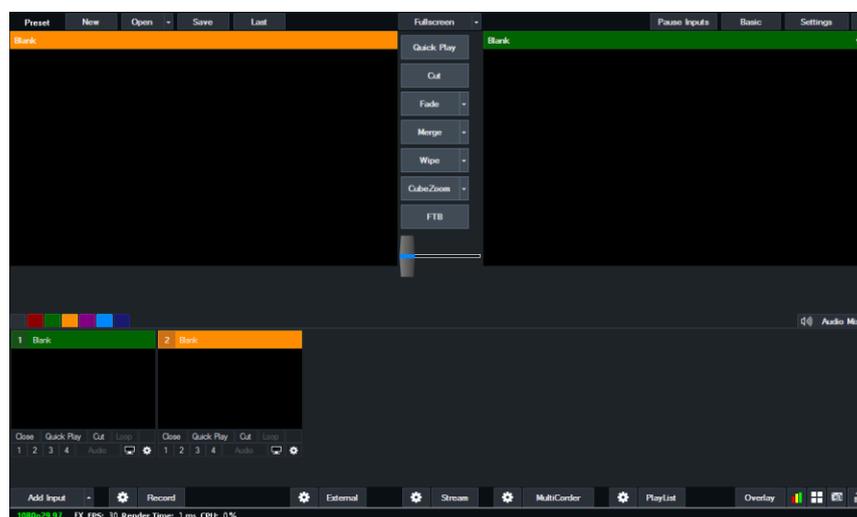
¹⁶⁶ A primeira transmissão foi no próprio Centenário, mas no ano de 1981, quando o Flamengo derrotou o Cobreloa, do Chile, na decisão. Em 2019, foi a vez de acompanhar o bicampeonato, em Lima, em vitória contra o River Plate, da Argentina.

¹⁶⁷ O Palmeiras juntou-se a São Paulo, Santos e Grêmio, todos, também, com três conquistas de Copa Libertadores.

conflitos de horários, podem divididas atrações entre rádio e YouTube, ou, simplesmente, os resultados são informados pelo plantão esportivo.

Quanto às plataformas, Odilon Júnior explica que, diferentemente das emissoras anteriores destacadas, que sincronizam o som e imagens pelo *OBS Studio*, a Super Tupi utiliza o aplicativo *vMix*, desenvolvido pela *StudioCoast Pty Ltd*. O *vMix* possui até mesmo mais recursos do que o *OBS*, contudo, a desvantagem em relação ao primeiro é que se trata de um software pago. Há uma versão *free*, mas que permite, apenas, a utilização de uma resolução de imagem *SD*¹⁶⁸. A Figura 24 ilustra a interface do programa.

Figura 24 - Interface do vMix



Fonte: vMix (2021).

Quanto aos recursos técnicos, neste caso, o retorno para o narrador é ambiental. No estádio, diferentemente, o locutor utiliza fones. E como os demais narradores observados anteriormente, Araújo atua com um microfone manual. No caso do som, o brilho ou *reverb* durante a jornada, segundo Odilon Júnior, é um recurso “tradicional da Rádio Tupi, do rádio do Rio de Janeiro” (JÚNIOR, 2021). Inclusive, Júnior explica que existe um tipo de reverberação para transmissões e outro para a programação. E reforça, ainda, que o brilho, as vinhetas, os recursos sonoros em abundância, podem ser considerados como um conceito histórico do rádio carioca, “desde os tempos de Ary Barroso” (JÚNIOR, 2021). Nos estádios, os processos de

¹⁶⁸ É a chamada *Standard Definition*, em que as medidas são: largura x altura: 640 x 480 pixels ou 720 x 480 pixels. Caso o usuário opte por mais qualidade de imagem, seja HD (*High Definition*) ou Full HD, o vMix apresenta diferentes valores para o investimento.

radiomorfose, no caso mais específico da atuação de Garotinho, seguem a mesma lógica, como será ampliado na sequência.

6.3.3 José Carlos Araújo, Covid-19, mercado e o futuro da narração de futebol

Como destacou Odilon Júnior, logo no início desta pesquisa, a Super Tupi, assim como emissoras de todo o Brasil, precisou adaptar-se às condições provocadas pela pandemia, a partir de 2020. Ainda assim, o narrador José Carlos Araújo, por exemplo, mesmo pela sua idade, narrou alguns jogos no Maracanã, sem presença de público¹⁶⁹. Então, na Tupi estabeleceu-se *home office*, uso de máscaras, álcool gel, e estratégias preventivas como medição de temperatura, etc. Especificamente na emissora, principalmente a partir de março, a modalidade de transmissão por *off tube* foi oficializada, dada a proibição de acesso de torcedores e profissionais de imprensa nos estádios. Contudo, recorda Júnior (2021) que, por conta da questão financeira, as irradiações por tubo já haviam se tornado prática, antes mesmo da pandemia. Com o decorrer da crise, por óbvio, a situação ficou ainda mais difícil.

A gente tem, em algumas situações, enviado repórteres e tudo mais, para ter uma cobertura mais efetiva, mais ampla. Só que a partir do momento em que você tem um recuo, por exemplo, como da CBF, em relação a diversas restrições ao rádio, ele acaba se tornando bem mais difícil você tentar enviar profissionais para que ele possa fazer a transmissão *in loco* (JÚNIOR, 2021).

Inevitavelmente, segundo Odilon Júnior, a Super Tupi precisou avaliar o contexto geral tomando em vista duas questões: custo e benefício. Os estádios vazios fizeram uma enorme diferença, ainda que, por tubo, as emissoras, tradicionalmente, utilizam efeitos sonoros de torcida. No dia 11 de março de 2020, o Garotinho realizou sua última transmissão com presença de torcedores, no Maracanã, na vitória do Flamengo sobre o Barcelona do Equador por 3 a 0, pela Copa Libertadores da América. Já pelo Campeonato Carioca, no dia 14 de março, foi a primeira irradiação com Maracanã vazio, em mais uma vitória do Flamengo, agora sobre a Portuguesa por 2 a 1. Após quase 3 meses de suspensão, o torneio regional foi retomado no dia

¹⁶⁹ No dia 18 de agosto de 2021, em seu perfil no Twitter, Luiz Penido anunciou que havia contraído Covid-19. “Galera, testei positivo para a Covid-19, mas tô legal, e seguindo a orientação médica para voltar a narrar o quanto antes na @radiotupi. Cuidem-se também”. Disponível em: <https://mobile.twitter.com/penidooficial/status/1428166158562246656>. Acesso em: 29 nov. 2021.

18 de junho. No Maracanã, sem público, Araújo transmitiu a vitória flamenguista sobre o Bangu por 3 a 0.

O maior impacto (da pandemia) foi de eu ir para o estádio vazio. É outra coisa, não tem sentido você transmitir futebol sem público. Não tem aquela troca de energia com a galera, por exemplo, prefiro transmitir no meio do público do que dentro duma cabine fechada. Foi exatamente impedir as viagens e, conseqüentemente, ficar muito frio dentro do estúdio para transmitir diante de uma televisão ou ir para o estádio, sem público, completamente vazio, que é um negócio muito chato. É a mesma coisa que um ator se apresentar num teatro inteiramente vazio, sem plateia, sem poder interagir (ARAÚJO, 2021).

José Carlos Araújo, o principal narrador da Super Rádio Tupi, entende que, mesmo no atual contexto, onde o rádio pode ser ouvido (e visto) de diferentes formas, “há espaço para todo mundo”.

Eu sou, por exemplo, da geração mais antiga em atividade, hoje, acredito que no Brasil, na minha idade, não haja outro narrador, outro apresentador no futebol trabalhando com atividade, narrando três, quatro jogos por semana. Talvez, eu seja o único (ARAÚJO, 2021).

O experiente Garotinho considera que, de uma forma geral, a narração continua regionalizada, mas penetra em diferentes regiões, influenciando as novas gerações de locutores. Ainda assim, ele é crítico quanto ao panorama atual da locução.

Primeiro lugar, não houve renovação de grandes valores. Eu acho que hoje, o mais importante, como sempre foi, é a vocação. E você não vê isso. Muitos narradores tão atuando aí porque encontraram uma beirinha para ganhar um dinheirinho, mas não têm vocação nenhuma (ARAÚJO, 2021).

Atualmente, conforme o coordenador de esportes da Super Tupi, Odilon Júnior, 90% da equipe está contratada com carteira assinada e alguns profissionais por prestação de serviços, ou pessoa jurídica (PJ). É o caso dos narradores José Carlos Araújo e Luiz Penido que, segundo Júnior, “prestam um serviço de locução” através de suas empresas. Além disso, ambos narradores são vendedores comissionados, isto é, têm o direito de garantir patrocinadores e, por consequência, aumentar suas rendas. Para Araújo é importante que o narrador procure exercer outras funções profissionais, na atualidade. A cultura geral agrega valor, acredita. “Ele pode ser professor, pode ser advogado. Eu, por exemplo, atuo como publicitário há muitos e muitos anos e acho que se enquadra bem. Eu sou vendedor do produto que eu produzo” (ARAÚJO, 2021).

Araújo considera que a narração é uma função vocacional. Mesmo assim, os narradores, no seu entendimento, podem se aprimorar, seja através de cursos, com o auxílio de fonoaudiólogos ou mediante técnicas vocais. Ele ressalta que o fato de ter estudado canto durante dois anos, no início de sua carreira, por exemplo, foi importante para o desenvolvimento da musicalidade em sua performance.

Quanto à narração feminina, José Carlos Araújo afirma não ter nada contra. Mas reflete que: “se não tá havendo renovação na narração masculina, é muito difícil você ter uma renovação ou uma projeção com a narração esportiva feminina” (ARAÚJO, 2021). Para ele, existe um motivo: “Eu acho que culturalmente o brasileiro não aceita e não tá aceitando. Agora, pode ser que com algum tempo venha a aceitar” (ARAÚJO, 2021).

Muito se pensa sobre o futuro da narração de futebol radiofônica, tendo em vista um contexto de panorama expandido. O Garotinho é otimista, mas, afirma que tudo dependerá, essencialmente, das rádios.

Hoje, as emissoras de rádio não estão investindo nem nas grandes vozes, nos grandes locutores. Eles procuram locutores de voz feminina, quer dizer, locutoras, porque, geralmente, são complemento salarial da família, sai mais barato, um padrão só de comunicação no FM, na música, e aí fica muito mais barato para o empresário (ARAÚJO, 2021).

Mesmo com o padrão descritivo consagrado da narração, há décadas, no qual o locutor identifica as posições dos jogadores, da bola e panorama dos estádios ou dos estúdios, é possível, entende o Garotinho, que se pode, ainda, criar algo diferente. “Sim, por que não? Eu, por exemplo, tenho várias ideias para colocar em uso. Não as revelo aqui, até por questão de preservar o que eu vou lançar mais adiante. Mas eu acho que tem muita coisa, é só você criar” (ARAÚJO, 2021).

6.3.4 Análise: José Carlos Araújo

O Garotinho pode ser classificado como um narrador de estilo conotativo e livre pelo fato de, ao longo de sua carreira, ter criado uma série de elementos como bordões, frases de efeito e recursos expressivos. Nas aberturas das transmissões, atualmente, a Super Rádio Tupi o identifica como o nº 1 do Maraca e o *MC* do Maraca, isto é, o Mestre de Cerimônias do Maracanã. Como de praxe, as jornadas esportivas, ou, no caso, o futebol show da Tupi utiliza variados elementos de linguagem radiofônica. Além de vinhetas próprias, uma delas com o

refrão “ô, ô, ô, o Garotinho chegou”, logo no princípio das irradiações, são intercalados efeitos e reproduzidos bordões do locutor, tais como: “cheguei!”, “golão, golão, golão, galera!” e “alô, galera”. José Carlos Araújo é um locutor consagrado que atende a todos os requisitos da narração elaborados por Schinner (2004): emoção, conhecimento, liderança, carisma e valorização da palavra falada. Seu ritmo está menos acelerado em relação à sua performance de décadas anteriores. Araújo não apresenta mais um relato com grande velocidade, mas ainda diferencia com eficácia as zonas de atenção, intermediária e de tensão (SCHINNER, 2004). É um narrador caricato, com certa imposição de voz, inflexão de sorriso, tessitura entre as regiões média e alta, variação interpretativa e tempo de emissão de gol longo. Por outro lado, a qualidade de sua voz, todavia, soa jovial, independente do fato de que o narrador já tenha ultrapassado 80 anos.

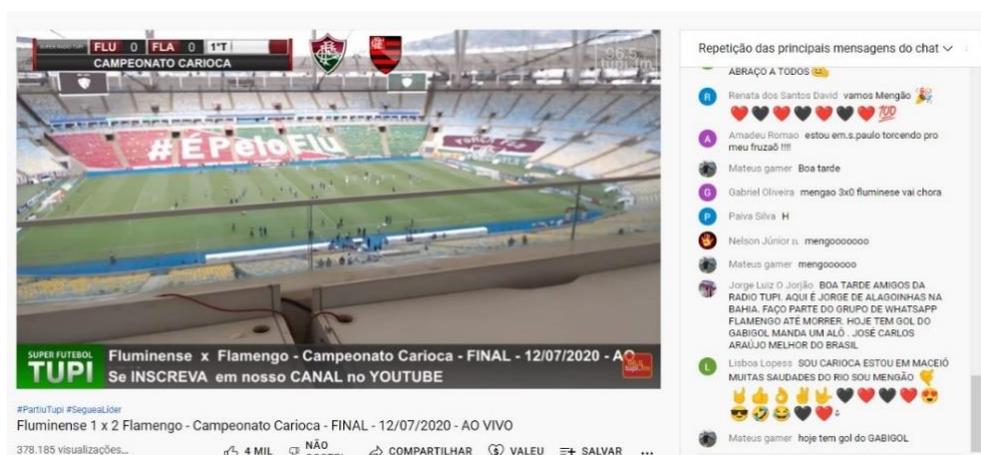
No contexto de rádio expandido, para esta análise, em primeiro lugar, tomou-se como exemplo a transmissão do duelo entre Fluminense e Flamengo¹⁷⁰, em jogo de ida da final do Campeonato Carioca de 2020, realizada no Maracanã, no dia 12 de julho. É importante ressaltar que a partida ocorreu sem a presença de torcedores, em função da pandemia e suas respectivas restrições.

Pelas ondas hertzianas e demais aplicativos de áudio, o futebol show da Tupi apresentou ao ouvinte, praticamente, o mesmo tipo de produto costumeiro, isto é, uma transmissão descritiva e espetacular. Em relação à publicidade, com a bola rolando, Araújo realizou a leitura de textos-foguete intercalados com lances. Os comerciais, sejam eles textuais ou *spots*, são apenas veiculados no âmbito sonoro, sem qualquer inserção gráfica nas plataformas, como o caso do canal no YouTube.

Na medida que esse som foi convergido para as plataformas de vídeo, constatou-se assimetria na relação entre sonoridade e imagens. Além da imagem em plano fixo, com mínimo movimento interno ao quadro, estão integrados outros elementos como o selo e a marca da emissora, nas partes inferiores e mais um na superior, assim como um texto informativo no rodapé, e, acima, o quadro de tempo e placar e os escudos de Flamengo e Fluminense. Trata-se, porém, de uma câmera testemunha ou uma espécie de *banner* vivo. Esse plano geral, de certo modo, pode ser observado como uma suposta visão do narrador. Como ilustra a Figura 25 (próxima página), antes da bola rolar, já é possível enumerar diversos elementos parassonoros, começando pela própria imagem, em um grande plano geral da cabine em direção ao campo.

¹⁷⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lkEMslaXUqo&t=1130s>. Acesso em: 20 nov. 2021.

Figura 25 - Posto da Tupi no Maracanã



Fonte: Super Tupi (2020).

Entende-se, contudo, que uma imagem do gramado ou um *banner*, apenas, teriam a mesma utilidade, em relação ao som. E a imagem não está fixa apenas no campo do estádio. Capta outros elementos ainda, por exemplo, como uma proteção de vidro na arquibancada e um pedaço de bancada, onde, logo atrás, já está posicionado o Garotinho. É um quadro que não acompanha o dinamismo e a qualidade da linguagem radiofônica. A impressão que se tem é que não houve produção, diferentemente do valor estético e multiplicidade de enquadramentos que uma emissora de TV ou até mesmo um canal de conteúdo no YouTube ofereceriam. Além disso, momentos antes do início do 1º tempo, a câmera é virada bruscamente pelo próprio narrador, como destaca a Figura 26.

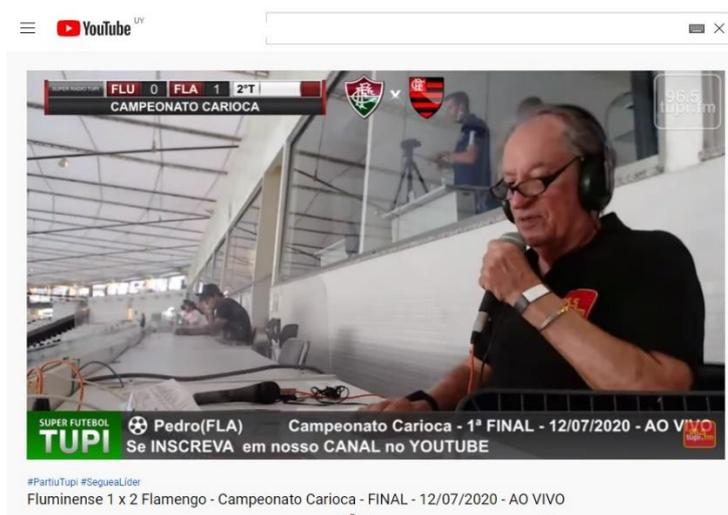
Figura 26 - Giro da câmera



Fonte: Super Tupi (2020).

O mesmo movimento foi repetido no final da primeira etapa, no retorno para a segunda e no encerramento do jogo, sendo que, nesse instante, o Garotinho redirecionou a câmera ao gramado. No decorrer da partida, a câmera ficou focada o tempo todo em José Carlos Araújo, como destaca a Figura 27.

Figura 27 - Foco no Garotinho



Fonte: Super Tupi (2020).

Já a Figura 28 ilustra um exemplo de transmissão por tubo pelo Garotinho, de um dos estúdios, onde ele também é a figura central, acompanhado de uma série de recursos parassonoros, com destaque ao fundo por *chroma key*.

Figura 28 – Garotinho no tubo



Fonte: Super Tupi (2021).

Na irradiação do duelo entre Internacional e Flamengo¹⁷¹, em Porto Alegre, no Beira-Rio, que terminou com a vitória dos cariocas por 2 a 1, pelo Campeonato Brasileiro, no dia 20 de novembro de 2021, a *live* da Super Tupi foi ao ar pelo canal do YouTube com atraso, isto é, quando a jornada já havia iniciado pelas ondas hertzianas. Quando as imagens começam a ser geradas para o canal, José Carlos Araújo já estava em meio à leitura da ficha publicitária.

A principais diferenças dessa transmissão em relação à irradiação do Maracanã são, justamente, a imagem de fundo e o posicionamento do narrador. Os demais elementos parassonoros seguem o mesmo padrão. Desta vez, o Garotinho está à frente de uma figura produzida e totalmente fixa, com o logo do campeonato centralizado. Um dos problemas dessa configuração foi quanto aos enquadramentos. Apesar de Araújo ser o foco, ele encontra-se isolado frente à câmera, envolvido pelos elementos, na tela. Novamente, as imagens não seguem o ritmo da jornada radiofônica. Apenas pelo áudio não é possível diagnosticar uma sensação de isolamento do narrador, diferentemente do que acontece diante de sua exposição visual. Neste caso, uma solução eficaz seria inserir janelas, a partir da captura das imagens de outros componentes de jornada, preenchendo, assim, os espaços vazios da transmissão pelo YouTube. E apesar de todos esses setores livres, a animação gráfica, provavelmente um arquivo gif, que é liberado após a marcação de um gol, foi inserido, justamente, à frente do rosto do locutor, como ilustra a Figura 29.

Figura 29 - Uma bolada



Fonte: Super Tupi (2021).

¹⁷¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7W15qgz4KM&t=8679s>. Acesso em: 15 dez. 2021.

Quanto às estratégias retóricas e uso de recursos expressivos, de fato, o narrador, tradicionalmente, incorpora várias delas, que puderam ser identificadas facilmente em ambas transmissões. Mas são estratégias voltadas para o âmbito do rádio. Araújo não utiliza o recurso da câmera para comunicar-se com seu público seguidor da internet ou, até mesmo, do próprio meio hertziano ou auditivo. Nem mesmo no seu tradicional quadro Gente que se liga na Gente, onde registra abraços para ouvintes, envia recados, parabeniza aniversariantes, em nenhum instante, Araújo volta seu olhar ou sua atenção à câmera. A sensação é de que o narrador atua como se não estivesse sendo visto, mas, apenas, ouvido.

Constatou-se que José Carlos Araújo convida os ouvintes para que interajam nas transmissões através do YouTube: “Se inscreva no canal da Tupi no YouTube, dê um *like* e ative o sininho. Deixe seu palpite e mande sua pergunta para o Apolinho. Participe da nossa transmissão” (ARAÚJO, 2021). Contudo, trata-se de uma mensagem roteirizada. Ao solicitar a participação pelo canal, o narrador poderia se expressar pela câmera, sem, necessariamente, alterar o sentido auditivo. Ao longo das jornadas, o relator também promove convites para participações via WhatsApp.

Como Araújo destacou anteriormente, ele não produz texto de abertura. A deixa para que assuma o comando definitivo ocorre tão logo o encerramento de uma de suas vinhetas, quando é reproduzido o seu nome: “José Carlos Araújo”. Em seguida, assim que o som vai à BG, imediatamente, o narrador abre o microfone e determina: “cheguei!”. A partir de então, Araújo segue um roteiro, primeiramente, valorizando os patrocinadores da transmissão e, logo depois, divulgando toda a ficha técnica dos componentes escalados para atuar na irradiação, tanto nos bastidores quanto pelos microfones. Os repórteres, batizados pelo Garotinho de Super Craques da informação, trazem as escalações e informações dos “artistas do espetáculo”, que são os jogadores das equipes. Essa super valorização, tanto a sua própria, quanto dos demais integrantes, nada mais são do que uma estratégia de antonomásia.

Levando em conta as duas partidas observadas, a primeira foi um clássico regional e, a segunda, um clássico nacional. No Fla-Flu, José Carlos Araújo manteve a imparcialidade ao longo da irradiação, apesar do caráter de antítese que o jogo, na sua essência, carrega. Nos lances de gol, a intensidade do relato foi praticamente igual. Ainda assim, no caso específico do primeiro gol, marcado por Pedro, em favor do Flamengo, o Garotinho aplicou o recurso da metáfora, ao descrever o atacante como um matador, em razão do seu oportunismo na definição do lance. E dessa maneira, geralmente, são narrados os gols por Araújo, ainda que o locutor siga um padrão: lance na zona de tensão - gol (clímax) – nome e número da camisa do jogador

– relato do lance (gradação e improviso) - placar do jogo, intercalado com vinhetas, chama relato do repórter – chama comentarista.

Na partida entre Inter e Flamengo, mesmo mantendo um nível de interpretação semelhante nos lances de jogo e dos gols, a jornada já foi mais direcionada ao público rubro-negro, “à galera do Mengão”, o que se encaixa com um recurso de universalização, da distinção de grupos. Essa mesma estratégia retórica é utilizada para persuadir certos públicos de ouvintes, como por exemplo, de taxistas, no momento que o Garotinho declara frases do tipo: “você no volante, obrigado pela carona que me dá, com a Tupi ao seu lado, a rádio do taxista” (ARAÚJO, 2021).

Nas transmissões protagonizadas por Araújo, podem ser identificados outros recursos expressivos, tais como: tópicos, que são as frases feitas ou clichês (bordões), a redundância, quando o locutor repete em várias oportunidades afirmações como “Tupi, a rádio do povo, Tupi, a rádio dos taxistas”, a personalização, quando ressalta a participação de ouvintes no “Gente que se Liga na Gente”, a divisão, sempre que recupera a descrição de um lance ou a gradação, ao incrementar adjetivos, e, ainda, recursos como a comparação.

Líder em audiência no rádio do Rio de Janeiro, a Super Rádio Tupi, como descrito, também está dando relevância para o contexto do meio expandido, e retransmitindo suas jornadas em plataformas como o YouTube, aliando som e imagem. Quanto à linguagem radiofônica, não há dúvidas de que a qualidade sonora é inegável e reflete sua posição privilegiada. A Tupi continua apostando em narradores com ampla experiência de mercado, não só no caso do Garotinho, mas como também de Luiz Penido. Pelo menos, as transmissões em seu canal comprovam que os números são positivos. Na partida entre Fluminense e Flamengo, houve mais de 378 mil visualizações, enquanto no jogo Internacional e Flamengo, mais de 205 mil. Na descrição de ambos vídeos, além das equipes de trabalho e outras informações complementares, está fixada a afirmativa: É a TUPI sempre inovando.

Mas no contexto de rádio expandido, considera-se que o narrador José Carlos Araújo, em função do que foi investigado, atualmente, apresenta um tipo de narração descritiva, com o uso de elementos e recursos expressivos, e interage exclusivamente com seu público radiofônico. E de acordo com o seu depoimento ao Projeto As Vozes do Gol, Araújo teria diversas ideias a serem implementadas e que significariam novidades na forma de se transmitir. Algo que ele preferiu não dar detalhes. Constatou-se também que o narrador é muito ativo nas redes sociais, fora das jornadas. Compartilha vídeos por variados canais e ele próprio afirma que, hoje, o rádio necessita da internet. O rádio não chegaria aonde chegou sem a *web*.

Porém, não foi possível perceber qualquer tipo de aplicação de recursos diferenciados ou uma interação com o público que consome as transmissões pelo YouTube. Entende-se que os números positivos de visualizações decorrem, principalmente, pela importância e tradição de José Carlos Araújo como narrador no Rio de Janeiro. Por si só, Araújo é um atrativo e provoca interesse do público. Uma postura diferente não somente dele, mas da Super Tupi, de uma forma geral, nas plataformas, poderia potencializar e engajar ainda mais pessoas, de variadas gerações. Araújo é um narrador paradigmático que, com mais de oito décadas de vida, continua na ativa, sem previsão para encerrar sua carreira. Trata-se de um empreendedor do rádio. Todavia, ao menos no caso das transmissões através das plataformas, indica que está em fase de adaptação ou ainda não encontrou uma maneira de produzir algo diferente.

6.4 Rafa Penido: O Brabo

Rafael Afonso Penido, o Rafa Penido, é um dos narradores de futebol mais jovens da atualidade. O locutor, também conhecido como O Brabo, de 22 anos, carrega um sobrenome de tradição, já que é nada mais, nada menos, do que sobrinho de um dos profissionais mais importantes da história do rádio carioca, Luiz Penido, que atua com José Carlos Araújo na Super Tupi. Seu tio é a sua principal influência estilística. Rafa Penido narra no Coluna do Fla, uma *web* rádio identificada com o Clube de Regatas do Flamengo.

Rafa Penido iniciou sua carreira com apenas 18 anos, atuando pelo próprio Coluna do Fla. Natural do Rio de Janeiro, Penido é jornalista formado pela Universidade Pinheiro Guimarães. Ele chegou a atuar em outros meios como a TV CNT, no programa Balanço Esportivo que, depois, virou Tempo Extra. Trabalhou na rádio comunitária Pop Rio, onde foi setorista de Botafogo e Fluminense, em 2017. Entre 2018 e 2020, retornou à CNT. Já havia assumido a narração no Coluna do Fla, a partir do final de 2017, onde segue, na atualidade.

O Coluna do Fla foi criado pelo paraense Saimon Lédo, há sete anos. No princípio, Lédo apostava apenas na manutenção de um site informativo sobre o Flamengo e, também, na produção de conteúdo identificado para as redes sociais.

Ele percebeu um potencial incrível, isso há sete anos atrás, e falou, poxa, “a torcida do Flamengo tem um potencial muito grande”. O Flamengo já estava se reestruturando. Tinha um viés de alta, de procura do público, de massa, né, de 30, 40 milhões de torcedores, aí ele falou “poxa, eu vou começar a trabalhar nisso” (PENIDO, 2021).

Saimon Léo, ao convidar Rafa Penido para a função de narrador, também se deu conta de que o sobrenome do locutor agregaria ainda mais valor ao trabalho e chamaria muita atenção do público. Mas Penido, independentemente do parentesco com seu tio, provou total capacidade e domínio da narração, que continua em aprimoramento. Sendo assim, o Coluna do Fla passou a realizar transmissões de todos os jogos do Flamengo, seja do estúdio, do Maracanã ou de qualquer outro estádio, dentro das possibilidades, devido, claro, às condições impostas pela crise de pandemia mundial, a partir de 2020. Pode-se dizer que o Coluna do Fla atua de forma um pouco mais lúdica, mesmo que, igualmente, priorize a informação, a notícia, a apuração e o comprometimento ético, apesar da identificação rubro-negra. Há um pouco mais de liberdade para brincadeiras nas irradiações.

O meu comentarista, que comenta os jogos ao meu lado, o Tulio (Rodrigues), um torcedor extremamente fanático. É conselheiro do clube, ele também tá lá dentro, e ele vai reagindo, ele vai dançando, ele fica de óculos escuros durante o jogo. Ele dança, a galera se amarra, interage, e a gente acaba vivendo o Flamengo numa forma que o público abraça e procura, muito por conta das notícias, das redes sociais, dos memes e da narração esportiva. Então, é bastante abrangente o Coluna do Fla (PENIDO, 2021).

No início, segundo Penido, a equipe começou a atuar com apenas duas pessoas e, aos poucos, principalmente pelo teor das publicações, do compartilhamento de memes, o interesse de torcedores foi gradativamente aumentando. Rafa Penido lembra que quando foi convidado para atuar no Coluna, em 2017, eram produzidos apenas *reacts* dos jogos.

Os componentes interagem com os participantes das *lives*, geralmente por Skype, e esbravejavam, tudo, ainda, sob recursos visuais e sonoros precários. Mais adiante, houve investimentos na montagem de um estúdio e foram adquiridos equipamentos como microfones, mesa de áudio, e aplicativos para *streaming* pelo YouTube. O site, garante Penido, é um dos mais acessados pelos torcedores do Flamengo e é atualizado diariamente. Com o crescimento do Coluna, os integrantes, inclusive, receberam direito de participar de entrevistas coletivas com técnicos, dirigentes e jogadores.

Dá para ser o maior canal do YouTube do Flamengo, muito por conta dessa questão, como eu te falei, da credibilidade, do profissionalismo. Não é uma pessoa, são várias mãos, são vários braços. Hoje, a equipe tem quase 20 pessoas (PENIDO, 2021).

A Figura 30 ilustra parte dos bastidores de uma irradiação realizada no estúdio da emissora.

Figura 30 - Rafa Penido, o Brabo



Fonte: Penido (2021).

O Coluna não é apenas um canal de transmissão de jogos. Trata-se de uma marca que abraça uma diversidade de produtos, um site e outras redes sociais como Instagram e Facebook que, atualmente, preveem fluxo de caixa, dependendo dos acessos, *likes*, curtidas, entre outros fatores. O Coluna do Fla também explora o recurso dos *super chats*¹⁷², que são outra forma de arrecadação. No site oficial¹⁷³, os torcedores, seguidores ou interessados podem adquirir camisetas personalizadas do Coluna do Fla, inclusive, oficiais do próprio Flamengo.

A Figura 31 (próxima página) ilustra uma das estratégias de persuasão do torcedor comentarista citado por Penido que, nas transmissões, transforma-se em uma espécie de personagem. Na imagem, Tulio Rodrigues está utilizando uma peruca, simplesmente, para chamar atenção. O Coluna possui, atualmente, um dos canais clubísticos de maior audiência e número de seguidores na plataforma YouTube do Brasil, com 635 mil inscritos¹⁷⁴.

¹⁷² É um recurso que permite os espectadores comprarem mensagens de *chat* que são destacadas ou até fixadas no feed do *chat*. O espectador escolhe um valor e envia por cartão de crédito. Atualmente, o YouTube habilita o *super chat* aos canais que atingem um público de mil inscritos.

¹⁷³ Disponível em:

https://www.espacorubronegro.com.br/minhaern?utm_source=mais&utm_medium=minhaern&utm_campaign=c olunadofla. Acesso em: 11 nov. 2021.

¹⁷⁴ Dados de 11 de novembro de 2021.

Figura 31 - Futebol e descontração

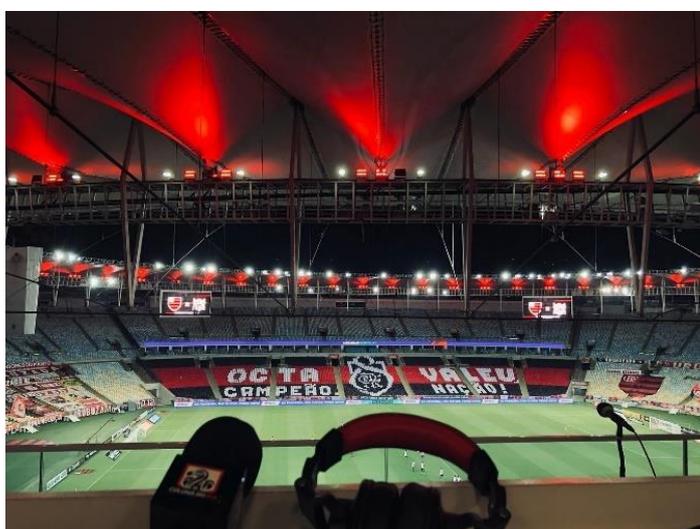


Fonte: Coluna do Fla (2021).

6.4.1 Coluna do Fla: características técnicas

O Coluna do Fla apresenta estrutura semelhante às demais emissoras estudadas e dispõe de equipamentos com funções parecidas. No canal, atua um produtor, responsável por *layouts* e informações inseridas a todo momento na tela, durante as transmissões. Outro profissional é responsável pela operação da mesa de áudio, mixagem dos microfones, regulagem dos volumes e condições de ambiente. A sincronia entre sons e imagens é produzida através do software *OBS Studio*. A Figura 32 ilustra a visão de Rafa Penido em um posto ou cabine no estádio do Maracanã.

Figura 32 - Cabine do Coluna do Fla



Fonte: Penido (2021).

Nas jornadas, é utilizado um filtro de *reverb*, o conhecido brilho, que apresenta um estilo ecoado. Segundo Rafa Penido (2021), o efeito “faz toda a diferença. Fazemos algo bem orientado para o rádio mesmo”.

6.4.2 Rafa Penido: influências, estilo e técnicas

Como abordado, Luiz Penido, tio de Rafa, é a sua principal referência. Rafa Penido afirma que “nasceu” dentro de uma cabine de rádio e isso lhe possibilitou a aproximação de outros narradores como José Carlos Araújo, que foram fundamentais para esse período embrionário de observação e captação de técnicas. Mas além desses, há outros nomes que marcaram o aprendizado de Rafa Penido, como Jorge Curi, “com a potência na voz e a forma vibrante de narrar”, e Waldir Amaral, “pela genialidade na criação de bordões” (PENIDO, 2021). Segundo ele, essas vozes ecoavam no Maracanã e, por isso, acabaram tornando-se lendas, principalmente no cenário do radinho de pilha, tão popular entre os torcedores de tempos como das décadas de 1970 e 1980. Penido cita, ainda, referências de radialistas como Osmar Santos que, para ele, pode ser considerado um narrador que foi “perfeito”. Além disso, a narração carioca para Rafa Penido também foi marcante no que concerne à sonoplastia, pela série de vinhetas e trilhas marcantes, como da Rádio Globo.

Rafa Penido declara, também, que os narradores precisam ser ousados e recorda do caso em que Pedro Ernesto Denardin, pela Rádio Gaúcha, em um duelo de Copa Libertadores, contra o São Paulo, proferiu os dizeres provocativos “o Inter rasga a camisa do São Paulo, pisa em cima dela”¹⁷⁵. E acrescenta: “Eu acho isso (risos) um abuso, né, uma barbaridade, mas muito interessante, né, e me inspira muito pessoalmente porque, hoje em dia, eu faço uma narração clubista” (PENIDO, 2021). É importante frisar que Pedro Ernesto Denardin é um narrador imparcial em relação a Grêmio e Internacional.

Segundo Rafa Penido, a narração clubista pode, ainda, parecer pouco profissional. Mas ele ressalta que há centros onde essa prática já é tradicional, caso do rádio de Belo Horizonte (um dos temas desta pesquisa). Penido exemplifica a atuação do locutor Mário Henrique Caixa nos jogos do Atlético-MG, pela Rádio Itatiaia. Para Rafa Penido, o narrador não necessariamente deve exagerar no uso de bordões, apesar de que ele próprio possui alguns como

¹⁷⁵ A frase foi declarada por Pedro Ernesto, durante um dos gols de Rafael Sobis, na primeira partida da final, em 2006, no Morumbi, em São Paulo. O jogo terminou 2 a 1 para o Inter que, mais tarde, conquistaria seu primeiro título.

“na chuteira, uma nação inteira”. Para ele, bastam algumas marcas que permitam o reconhecimento dos ouvintes, como no caso do narrador televisivo Luís Roberto, do qual Penido é fã, que, atualmente, tem utilizado na Rede Globo, nos momentos de gol, o termo “sabe de quem?”.

São perceptíveis as influências dos narradores citados por Penido em sua performance. Em muitos momentos, há semelhanças com o estilo do próprio Luiz Penido, com um sotaque carioca absolutamente presente.

Existem várias técnicas, a questão da inflexão, mas, assim, eu te diria que narrar é como cantar. Não é todo mundo que consegue cantar bem, né. Todo mundo consegue narrar, falar o que tá acontecendo, “ah, a bola tá com Éverton Ribeiro, Ribeiro tocou pra Gabigol, Gabigol tocou pra...”, tal, tal tal. Só que existe um canto. Se você fizer uma narração muito linear, não vai ser muito interessante (PENIDO, 2021).

Rafa Penido define-se como um narrador que procura não apenas descrever lances, mas busca encantar, chamar a atenção do público e transformar o futebol em um espetáculo para o torcedor do Flamengo. A emoção, segundo Penido, é, ainda, um dos principais atributos dos narradores, de uma forma geral.

Com certeza, com certeza, ainda mais num país como o Brasil, onde o futebol é muito paixão, né? É, assim, eu acompanho narrações estrangeiras, também, e acho que nós, latinos, somos os melhores. E na narração esportiva isso se manteve e isso tem se renovado, também, o que é muito positivo e vai regando esse produto, né, que é o futebol e essa paixão (PENIDO, 2021).

Segundo Penido, para narrar, o candidato deve possuir alguns atributos que permitam que exerça a função. Ele garante que as transmissões do Coluna do Fla, apesar dos diversos recursos parassonoros presentes, é um trabalho predominantemente radiofônico. Segundo Penido, a sua preparação para qualquer jogo começa, pelo menos, dois dias antes. E ele segue alguns rituais disciplinares, tais como: evitar beber álcool antes dos compromissos, hidratar-se e manter alimentação mais leve. No caso dos jogadores do Flamengo, a memorização não apresenta empecilhos, mas, em relação aos adversários, é necessário ater-se a detalhes como cor de pele, corte de cabelo, cor de chuteiras e localização no campo. Penido utiliza uma planilha, na qual dispõe os jogadores das equipes em lista, como destaca a Figura 33 (próxima página).

vira um pouco de TV, se bem que a TV não faz isso. Então, o narrador de TV, durante a partida, é uma coisa que tá só no imaginário das pessoas, ninguém vê o narrador na cabine, e o YouTube consegue reunir tudo isso. Por isso que é tão interessante, hoje em dia (PENIDO, 2021).

Sobre essa situação, ele declara que se sente completamente à vontade: “o YouTube é bem completo, você reúne muita coisa do rádio, muita coisa da televisão e é bem tranquilo” (PENIDO, 2021). E Penido enfatiza que as transmissões via plataformas como Facebook ou, no caso mais específico do YouTube, podem ser consideradas jornadas radiofônicas. Ele observa que as rádios, grupos de comunicação, profissionais, enfim, estão entendendo cada vez mais esse movimento “do mercado e tão ligando ali as camerazinhas nos estúdios, colocando, ali, as câmeras nos estádios” (PENIDO, 2021). Toda essa exposição, determina, precisa ser compreendida pelos narradores, comentaristas, repórteres e demais profissionais. E Penido alerta para o fato de que “eles têm que saber lidar com isso porque vira um grande Big Brother, as pessoas tão te julgando todo tempo” (PENIDO, 2021).

Em um contexto de rádio expandido, onde as transmissões podem ser acompanhadas de diferentes formas, o julgamento, justamente, é a grande desvantagem em se narrar nos dias de hoje, segundo Penido.

E é o lugar onde se vê muito mais ódio do que carinho, do que amor, mas, no meu caso, eu não tenho muito a reclamar, o saldo é muito positivo, mas existe sempre uma galera mais destemperada que, enfim, pega pesado. Então, acho que essa é uma desvantagem porque, antigamente, não tinha Twitter, né. Então, antigamente para reclamar, era mais complicado, né (PENIDO, 2021).

Por outro lado, o narrador também identifica um fato positivo nesse contexto: a participação do público. Hoje, destaca, que a comunicação é instantânea, inclusive, os *feedbacks* sobre as transmissões e, tudo isso, praticamente em tempo real. O público, afirma, “se sente parte do processo” (PENIDO, 2021). Contudo, no seu entendimento, é justo e necessário que haja filtros. Nem tudo, nem todos os comentários, nem todas as participações merecem o mesmo destaque.

6.4.4 Penido e os impactos da pandemia de Covid-19

O principal impacto do período de pandemia, segundo Rafa Penido, foi em relação ao ambiente sonoro dos jogos. Em muitos momentos, as narrações tornaram-se “frias”, sem a

presença dos torcedores. Diante das liberações dos respectivos acessos de profissionais e parte da torcida flamenguista, a situação, de fato, melhorou. Em vários momentos, assim como no país todo, o Coluna do Fla irradiou por tubo. “Você tá no estúdio, você tá no estádio. Talvez seja até melhor estar no estúdio porque você tem as câmeras, os replays, enfim, você acompanha lá a transmissão com os monitores e tal” (PENIDO, 2021). E, como de praxe, são utilizados recursos sonoros, efeitos de som de torcedores que, geralmente, apresentam uma artificialidade perceptível.

Narrar com torcida é muito melhor, muito melhor, inclusive, porque a torcida ela é um dos elementos da narração. Então, em alguns momentos, lá na Coluna do Fla, eu simplesmente parava de narrar o jogo e falava: “galera, vamos ouvir a nação rubro-negra”. Botava o microfone para torcida e é aquela coisa enlouquecida, o Maracanã com 60, 70 mil pessoas. [...] o som da torcida de fundo faz muita diferença, principalmente na hora do gol. Você fala, chutou é gol e a torcida “ahhhhhh” (PENIDO, 2021).

No dia 15 de setembro de 2021, obedecendo todas as recomendações das autoridades sanitárias, Rafa Penido voltou a narrar no Maracanã, em jogo com presença de público. Foi na vitória do Flamengo sobre o Grêmio por 2 a 0¹⁷⁶.

6.4.5 A narração na atualidade e as possíveis projeções

Para Rafa Penido, o conteúdo *on demand*, onde o torcedor decide o que quer consumir, na hora que desejar, já não é mais uma novidade. E a narração clubista cresce e ganha cada vez mais espaço. “Ah, o narrador não pode falar o time pelo qual ele torce’. Eu acho que isso é uma besteira” (PENIDO, 2021). Ainda assim, ele entende que narradores de gerações mais antigas como o próprio Luiz Penido ou José Carlos Araújo, têm total espaço e mostram competência e capacidade de adaptação às novas tecnologias. Segundo ele, a adequação não depende de idade, mas da forma de pensar das pessoas.

Eu transmito jogos ao lado do José Carlos Araújo, então, é uma experiência que eu vou levar para o resto da vida. Conversar, ouvi-lo, eu ouço muito. Então, eu acho que isso não depende apenas da idade, da geração. É muito das

¹⁷⁶ A presença de público foi garantida para o Flamengo através de liminar favorável do Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD), que causou incômodo à Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e outros 19 clubes da Série A, conforme matéria da Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2021/09/tribunal-confirma-publico-em-flamengo-x-gremio-pela-copa-do-brasil.shtml>. Acesso em: 29 nov. 2021.

peças, né, da pessoa que está disposta a se renovar. Eu percebo que o Garotinho tenta usar alguns termos mais modernos, troca alguns. Eu, conversando, inclusive, com o Luiz Penido, meu tio, sobre isso. Ele usava a palavra barbante para falar rede. Só que a rede não é de barbante, há muitos anos. Então, ele já não cita, não usa mais a palavra barbante e outros termos que ele utilizava antigamente, ele foi cortando. É sempre bom ter pessoas mais jovens por perto, eu converso com ele, ele me ajuda muito e eu também converso muito com ele e tal, e a gente vai trocando figurinhas e, aí, acaba que fica legal para todo mundo (PENIDO, 2021).

Rafa Penido considera que o cenário da narração esportiva é muito bom, tanto no rádio, como na TV. E estão sendo abertos caminhos para que os profissionais revelem suas paixões clubísticas sem que isso interfira, no final das contas, na apuração jornalística. Hoje, como já ressaltado, o torcedor tem infinitas opções, antes restritas pelos canais hertzianos de AM ou FM. Penido afirma que o narrador pode, sim, cumprir outras funções no rádio e, inclusive, considera isso ótimo. “Quanto mais atributos, melhor” (PENIDO, 2021). Muitos narradores, segundo ele, começaram como repórteres e migraram para a narração esportiva, o que é um diferencial. O próprio Pedro Ernesto Denardin, hoje, narrador nº 1 da Rádio Gaúcha, citado por Penido, é um exemplo de alguém que cumpriu a função da reportagem e, mais tarde, assumiu a locução esportiva definitivamente.

Nesse mercado que se expande, como avalia Penido, os cursos de narração esportiva são bem-vindos. Porém, ele entende que a narração é uma função singular porque além da descrição, existe um aspecto artístico em meio ao desenvolvimento do que será o estilo a longo prazo. Quanto à narração feminina, ele ainda entende que o processo será longo. Admite que já ouviu narradoras com potencial, mas que precisam se desenvolver para que surja alguma locutora que, de fato, se destaque.

Sobre o futuro da função, Rafa Penido é otimista. Muitas coisas ainda poderão ser desenvolvidas, criadas, apesar de Penido não elaborar, por enquanto, uma suposição do que poderia ser. Apenas acredita na novidade.

É possível criar algo novo daquilo que já é feito. Acho que o público do esporte é um público muito parecido com o público do humor, então acho que humoristas que tiverem esse potencial, quiserem entrar, fazer algo mais brincado, mais animado, vão fazer sucesso, porque é uma demanda da internet, é uma demanda do público esportivo, então acho que essa galera, se se arriscar e pintar alguém com talento pode, também, dar muito certo (PENIDO, 2021).

De qualquer forma, Penido entende que é difícil alterar o estilo de narração descritiva, já que o público também é inclusivo, no caso mais específico dos torcedores deficientes visuais.

É possível fazer se você tiver certeza que todo o público tá com acesso às imagens. Isso a gente nunca vai ter, sabe por quê? Porque eu recebo muitas mensagens de deficientes visuais, por exemplo. Então, a gente precisa ser inclusivo e pensar em todo mundo, todo tipo de público, que sempre vai ser importante, sempre vai ter um papel relevante pra esse público que não é pequeno. Não é pequeno. Eles procuram, eles acessam, eles têm celulares, eles têm acessibilidade, eles entram, procuram, então, falar pra eles seria injusto se a gente cortasse isso da transmissão (PENIDO, 2021).

Conforme o narrador, até mesmo a aposta em contratações ousadas de figuras ilustres como Galvão Bueno, por exemplo, assumido torcedor rubro-negro, poderiam aumentar o engajamento de torcedores pela internet. O mercado da narração identificada, garante Penido, tem muito a crescer e muito espaço para conquistar.

6.4.6 Análise: Rafa Penido

Rafa Penido é um locutor de estilo misto, tanto denotativo como conotativo, orientado e livre. Apesar de narrar para uma plataforma como o YouTube, mantém um formato predominantemente descritivo, muito próximo da linguagem radiofônica tradicional. Penido costuma trabalhar cada zona (intermediária, atenção e tensão) segundo diferentes ritmos. Apesar de jovem, relata com desenvoltura, tanto nos aspectos de projeção, articulação quanto variação interpretativa. O narrador apresenta um timbre localizado na região média.

Pelo fato do Coluna do Fla ser uma rádio identificada, Penido trata de narrar os gols do clube sempre no máximo de sua capacidade interpretativa e emotiva. Se o time adversário marca, por sua vez, ele apenas registra o fato, de forma parcial. Como tipicamente acontece no estilo do Rio de Janeiro, Penido empreende um andamento musical, fruto de suas influências. Tomando essa situação em consideração, torna-se praticamente impossível não localizar a bola e os jogadores em variados setores do campo e isso significa que a narração, para que seja compreendida, mais do que nunca, precisa ser clara, como de praxe. Seu estilo de locução é jovem, de ritmo cíclico, isto é, varia entre um andamento mais lento e um pouco mais acelerado. Quanto aos combustíveis da narração, Rafa Penido pode ser classificado na seguinte ordem dos atributos: emoção, carisma, liderança, valorização da palavra e conhecimento.

No contexto de rádio expandido, entre elementos parassonoros, processos de radiomorfose e tecnologia, não apenas o narrador Rafa Penido está capacitado para transmitir um jogo do Flamengo em um ambiente de plataforma como YouTube ou Facebook. O próprio Coluna do Fla, por assim dizer, é um meio que, apesar de empregar a linguagem radiofônica nas transmissões, é um canal que foi concebido para o público digital, mas que, ao mesmo tempo, funciona muito bem como rádio. Foram observados dois jogos. O primeiro, um clássico entre Flamengo e Fluminense¹⁷⁷, no Maracanã, do dia 6 de janeiro de 2021, em partida pela 28ª rodada do Campeonato Brasileiro de 2020. A vitória foi do Fluminense, de virada, por 2 a 1. O segundo jogo, o já citado duelo entre Flamengo e Grêmio¹⁷⁸, válido pela Copa do Brasil de 2021, que marcou o retorno da torcida, também no Maracanã.

A jornada esportiva do canal é dividida em Pré-Jogo, com a abertura geralmente realizada pelo próprio Rafa Penido, como ilustra a Figura 34.

Figura 34 - Cara a cara com o torcedor



Fonte: Coluna do Fla (2021).

A *live* do Coluna do Fla intitulada Dia de Jogo entra no ar, primeiramente, com uma animação, aos moldes televisivos, indicando que a transmissão já vai começar. Pouco instantes depois, ocorre uma transição para o posto de Rafa Penido. Em função das restrições impostas pela pandemia, Penido transmitiu Flamengo e Fluminense por tubo, do estúdio do canal. Nesse

¹⁷⁷ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=S8pPv9hAMTQ&list=PLclcIdSF3l0Oi1hzK7BF4jNTuPCrGv-nx&index=12>. Acesso em: 16 dez. 2021.

¹⁷⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hMPRsrQAOIg&t=10838s>. Acesso em: 16 dez. 2021.

instante, Penido assumiu a função de âncora, de apresentador, trazendo os primeiros destaques do Flamengo e, em seguida, movimentando os bastidores com o setorista, informando detalhes e escalações. Toda a proposta gráfica do Coluna do Fla é muito bem organizada e o enquadramento das imagens preenchem todos os espaços harmonicamente, apesar dos diversos elementos parassonoros presentes. As cores que completam os fundos têm, como esperado, tonalidades nos tons vermelho e preto, característicos do Flamengo.

Já na largada, Rafa Penido coloca-se de frente para o público que o assiste, intercalando, a todo momento, participações do *chat*, em tempo real. Na medida que a programação avança, são incluídos outros integrantes e as transições acompanham o dinamismo proposto, com a inserção de novos elementos como um *link* entre estúdio e estádio, uma imagem panorâmica do Maracanã e uma arte gráfica com a escalação e numeração dos jogadores do Flamengo, como ilustra a Figura 35. Durante todo o tempo, também estão presentes os vínculos de todas as redes sociais e outras plataformas onde o Coluna do Fla atua. No cabeçalho, ao lado esquerdo, soma-se o *hashtag* #colunadofla e um cronômetro de contagem regressiva para o início da transmissão.

Figura 35 - Penido no Pré-Jogo

#colunadofla
01:01:28
PRÉ-JOGO: FLAMENGO X FLUMINENSE

BANCO:
37 CÉSAR
22 G. BATISTA
34 MATHEUZINHO
13 JOÃO LUCAS
2 GUSTAVO H.
6 RENÉ
35 JOÃO GOMES
40 PEPÊ
10 DIEGO
19 MICHAEL
21 PEDRO
43 RODRIGO M.

ESCALAÇÃO
HUGO
ISLA
R. CAIO
NATAN
F. LUIS
GERSON
W. ARÃO
E. RIBEIRO
ARRASCATA
GABIGOL
S. HENRIQUE

TÉCNICO: ROGÉRIO CENI

INSCREVA-SE E ATIVE A NOTIFICAÇÃO
colunadofla.com
colunadofla
ColunaDoFla
colunadofla

#FLAMENGO #COLUNADOFILA #RESENHA AO VIVO
FLAMENGO X FLUMINENSE AO VIVO DO MARACANÃ - BRASILEIRÃO 2020 28ª RODADA - NARRAÇÃO
DE RAFA PENIDO

Fonte: Coluna do Fla (2021).

É possível observar na figura anterior, ainda, que apesar de todos os cuidados com a gama de elementos na tela, não houve uma preocupação com a questão de iluminação da imagem do repórter João Pedro Granette, que ao longo de vários minutos, permaneceu obscurecido no pré-jogo.

Figura 36 - Rafa Penido narra pelo Coluna do Fla

The screenshot displays a live broadcast interface for a football match between Flamengo and Fluminense. The top header shows the match details: 1º TEMPO, 31:40, FLAMENGO 0 X 0 FLUMINENSE, and a goal count of 520.000. The left sidebar features advertisements for 'AS PRIMEIRAS LOJAS OFICIAIS DO FLAMENGO NO SUL DO BRASIL' and 'BLUMENAU - NORTE SHOPPING', 'FLORIPA - SHOPPING ITAGUAÇU', and 'BALNEÁRIO CAMBORIÚ - AV. BRASIL'. The central video feed shows the match in progress, with commentators Rafa Penido and Tulio Rodrigues. The right sidebar lists the Flamengo squad, including titulares like Hugo, Irla, and Gabriel, and reservas like Rogério Ceni and César. The bottom chat window displays viewer comments such as 'vamo memgao' and 'Vamos Flamengo'.

Fonte: Coluna do Fla (2021).

Ainda em relação aos elementos parassonoros, a Figura 36 (acima) demonstra, mais uma vez, a produção e organização gráfica dos enquadramentos. Na parte do cabeçalho, da esquerda para a direita, estão distribuídos os informes de tempo, placar, equipes, o escudo da rádio e, ainda, uma meta estabelecida de inscritos, que não deixa de ser, também, uma condição persuasiva. A coluna à direita, por sua vez, destaca a escalação completa do Flamengo, entre titulares e reservas.

Já a região central divide-se em quatro janelas: publicidade (canto superior esquerdo), panorama do estádio (inferior esquerdo), transmissão (superior direito) e um gráfico com a movimentação dos jogadores, em tempo real (inferior direito). Este último, inclusive, também informa estatísticas como número de escanteios, chutes, média de gols, entre outros aspectos. Graficamente, todos esses setores estão centralizados em seus respectivos espaços. E todos os elementos parassonoros e radiofônicos complementam-se, no que consiste em um processo de radiomorfose de uma linguagem a um contexto visual.

No estádio, como demonstra a Figura 37 (próxima página), a lógica é a mesma, sendo que a diferença fica, principalmente, para o posicionamento de Rafa Penido, desta vez, em uma das bancadas do setor de imprensa do estádio do Maracanã.

Figura 37 - O retorno ao Maracanã



Fonte: Coluna do Fla (2021).

No caso dos jogos *in loco*, quanto à linguagem radiofônica, o “som mecânico” de torcida dá lugar à sonoridade ambiental, aos ruídos e às manifestações dos torcedores, nas arquibancadas. Como Penido comentou anteriormente, narrar com a presença dos torcedores agrega outros sentidos, principalmente, em relação à emoção e a empolgação de uma transmissão futebolística no estádio.

Rafa Penido, ainda que tenha alguns bordões, como é o caso do “o brabo tem nome”, o seu principal, não é um narrador que utiliza muitas frases de efeito ou chavões. O narrador também evita comentários ou o relato de termos pejorativos, palavrões ou algo semelhante nas suas jornadas. O locutor não menospreza imagem dos adversários, ainda que tenha a liberdade de comentar sobre aquilo que concorda ou não em relação a jogadores, times ou arbitragem.

Penido relata o jogo, mas, em alguns momentos, provoca o comentarista de determinado duelo a abrir algum tipo de discussão que possa persuadir a participação dos ouvintes/espectadores. A estratégia de persuasão, na verdade, é uma das ferramentas mais utilizadas por Rafa Penido, assim como pelos demais integrantes da rádio, de maneira geral. Desde o momento em que abre o microfone, de alguma forma, seja lendo os recados do *chat*, *super chats*, convidando os torcedores a participarem do clube de canais, no YouTube, a enviarem fotos, marcando o nome da emissora nas publicações, o locutor incentiva que os seguidores ativem notificações, inscrições, deem likes e compartilhem conteúdo.

Rafa Penido, ao mesmo tempo, é um mediador. Durante as transmissões no YouTube, devido ao panorama de popularidade da página, há uma vasta participação instantânea pelo *chat* do Coluna do Fla. E, em tempo real, Penido seleciona, entre mensagens de todos os tipos, tons e intenções, aquelas mais adequadas a serem repercutidas e registradas.

Dessa maneira, é possível identificar uma série de recursos expressivos aplicados por Penido, tanto no relato em si, quanto na persuasão do público. O primeiro é da universalização, na qual, na sua própria essência, Penido e o Coluna já identificam o grupo de destino da mensagem, os torcedores do Flamengo, “o nosso Flamengo, o Mengão do povo”. Ao mesmo tempo, o próprio Penido, como torcedor, encaixa-se no elemento de inclusão, onde faz parte de um determinado todo, no caso, a “massa do Flamengo”. O termo “massa” que, inclusive, pode ser compreendido como um elemento de tópico, pelo clichê, ou, numa segunda hipótese, como uma figura de metáfora.

Na transmissão de Flamengo e Fluminense, por exemplo, logo no primeiro tempo, ao referir-se ao atleta Arão, Penido imita o latido de um cachorro e define o jogador, através do recurso de antonomásia, como o “pitbull do Flamengo”. Por tratar-se de um clássico, outro elemento presente é o da antítese, que no caso define o “nós contra eles”. Mas Penido vai além e ressalta o caráter “umbilical” desse confronto de tradição. Foi possível constatar, também, ao longo da narração desse duelo, que Penido referiu-se ao atacante Fred, do Fluminense, como um atleta que “já foi um grande craque, hoje é um grande jogador e tal, aposentado”. Mas, logo na sequência, reconheceu que o mesmo havia feito “um golaço contra o São Paulo”, o que indica uma estratégia de atenuação, que demonstra muito mais respeito por Fred do que uma zoação de fato, dada a rivalidade e o clima de humor da jornada. Quanto à publicidade, não foi constatada a leitura de textos ao longo da jornada, mas apenas inserções gráficas fixas, como no caso da loja Nação Rubro-Negra.

No contexto de rádio expandido pode-se compreender a atuação de Rafa Penido de duas formas. Na primeira, sua transmissão e seu ritmo são enquadrados em uma linguagem radiofônica, ou, mais precisamente, em uma narração de futebol tradicional. Inclusive, Penido utiliza o recurso de chamar o tempo e placar das partidas, que possui uma vinheta própria. É uma irradiação, de fato, que pode ser acompanhada apenas pelo áudio, sem riscos. Na segunda forma, Penido consegue lidar de maneira satisfatória com áudio e imagens. Percebe-se, sim, que a narração é radiofônica, mas sua atuação frente à câmera permite que haja um fluxo combinado e linear. Nas jornadas, certamente que o foco é a narração. Mas pelo que foi observado nas transmissões do Coluna do Fla, sim, o narrador é peça chave, todavia, faz parte

de um contexto em que todas as demais peças são importantes para o funcionamento da engrenagem.

Penido é otimista com a narração e também compreende que novas alternativas podem ser criadas nesse mercado em expansão. Nesse sentido, mesmo identificando o eficaz funcionamento da rádio nas plataformas, considera-se, no caso da narração produzida por Penido, que não necessariamente representa uma terceira via em relação aos formatos de TV e de rádio.

6.5 José Silvério: o pai do gol

José Silvério de Andrade completou 76 anos no dia 15 de novembro de 2021. Nasceu em 1945, na cidade mineira de Itumirim. Começou a narrar antes dos 18 anos, no dia 20 de julho de 1963, pela Rádio Cultura de Lavras, onde permaneceu durante seis meses e, logo depois, transferiu-se para a Rádio Itatiaia de Belo Horizonte, com passagem, ainda, pela Rádio Inconfidência.

No Rio de Janeiro, narrou pela Continental. É conhecido como o pai do gol, apelido que recebeu do ex-colega, o jornalista Milton Neves¹⁷⁹. “José Silvério, a quem batizei de pai do gol, é tão perfeito, mas tão perfeito, que é o único na história do rádio, ao lado de Pedro Luiz, que poderia narrar um jogo de xadrez” (NEVES, 2013)¹⁸⁰.

O sucesso na carreira de Silvério, de fato, foi no rádio paulistano, primeiro, passando pela Tupi. Na Jovem Pan, foram 25 anos de narrações e grandes coberturas. Em 1977, assumiu o posto de primeiro narrador, no lugar de Osmar Santos, que havia se transferido para a Globo. Em 2000, foi contratado pela Rádio Bandeirantes, onde permaneceu até 2020.

Transmitiu 11 Copas do Mundo, várias Copas América e inúmeras decisões de Campeonato Brasileiro, Copas do Brasil, Libertadores, Mundiais de Clubes e estaduais. Além do rádio, Silvério também atuou em outros meios. José Silvério foi um dos primeiros narradores a ter sua voz utilizada em um game futebolístico para PC, o Futebol Internacional 2000¹⁸¹, da

¹⁷⁹ Milton Neves Filho, natural de Muzambinho-MG, tem 70 anos. Jornalista por formação, tornou-se um dos principais comunicadores em rádio e televisão do Brasil, na área esportiva. Iniciou sua carreira em 1967. Passou pelo rádio goiano e paranaense, antes de chegar em São Paulo. Em 1982, foi contratado pela Rádio Jovem Pan. Além da Pan, destacou-se como apresentador em outros meios como Rádio e TV Bandeirantes e TV Record.

¹⁸⁰ Disponível em: <https://blogdoquesada.blogosfera.uol.com.br/2013/07/20/jose-silverio-50-anos-de-narracao-esportiva/>. Acesso em: 20 nov. 2021.

¹⁸¹ De acordo com reportagem da Folha de São Paulo intitulada Narração é destaque em “Futebol 2000”, o jogo que seria lançado apresentava bons gráficos e 70 seleções (com nomes fictícios dos atletas). Conforme avaliação Do periódico “Outro atrativo é a narração feita por José Silvério, com comentários de Flávio Prado (ambos da

*Microsoft*¹⁸², acompanhado do comentarista Flávio Prado¹⁸³, ambos que, na época, eram colegas de Rádio Jovem Pan.

Ah, eu passei pela TV, mas eu fiz a Olimpíada de Atlanta, pela Manchete, eu fiz alguns jogos do Brasil campeão do mundo de 70, na inauguração da ESPN¹⁸⁴. Eu fiz a abertura da ESPN. A inauguração da ESPN foi com a Copa do Mundo de 70 e com a minha narração. Isso foi em 95. 94, 95 (SILVÉRIO, 2021).

No dia 30 de março de 2020, Silvério teve o seu contrato rescindido pela Rádio Bandeirantes, com quem teria compromisso até a Copa do Mundo de 2022, no Catar. Segundo o colunista Flávio Ricco (2020), com a rescisão, Silvério “recebeu R\$ 350 mil”¹⁸⁵. Em entrevista para o canal De Lavada Podcast¹⁸⁶ (2021), no YouTube, Silvério declarou: “Até hoje eu não entendi por que é que o meu contrato foi rescindido, não entendi nada. Eu não tô doente, sou ótimo de saúde” (SILVÉRIO, 2021).

Após alguns meses parado e diante de uma possível aposentadoria, até mesmo sugerida por familiares, Silvério retornou às narrações pela Rádio Capital, no mês de junho de 2021, em equipe formada por Olivério Júnior¹⁸⁷. Em outra entrevista, desta vez concedida a Christiano Blota¹⁸⁸, publicada em 14 de julho de 2021, José Silvério confessou: “Eu não queria voltar para o rádio, mas agora estou muito feliz com essa decisão” (SILVÉRIO, 2021). O

rádio Jovem Pan AM). A dobradinha, uma das mais populares do rádio brasileiro, traz ao usuário a sensação de disputa de um campeonato ‘real’” (FOLHA DE SÃO PAULO, 1999). E complementa: “O problema é que a quantidade de falas gravadas na memória do jogo é, obviamente, limitada. Depois da quinta partida, a narração começa a ficar previsível”. (FOLHA DE SÃO PAULO, 1999). O game não fez grande sucesso, na época, dominada, principalmente, pelo jogo FIFA Soccer, desenvolvido pela EA Sports, para vídeo games e computadores. Quanto às falas, de fato, a tecnologia de inteligência artificial, que segue limitada para as narrações de games de futebol, não era altamente desenvolvida.

¹⁸² *Microsoft Corporation* é uma empresa norte-americana transnacional fundada por Bill Gates e Paul Allen, em 1975. É desenvolvedora de softwares, hardwares, periféricos entre outros produtos. Popularizou o sistema operacional Windows, o mais usado no planeta.

¹⁸³ Jornalista e advogado, 67, paulista, cobriu 10 Copas do Mundo, com importantes passagens nas rádios Jovem Pan, onde segue, na atualidade, e das TVs Cultura, com o programa Cartão Verde e o Mesa Redonda, na TV Gazeta, no qual continua participando.

¹⁸⁴ Refere-se à emissora por assinatura ESPN Brasil, inaugurada no dia 17 de junho de 1995. Atualmente, é controlada pela *The Walt Disney Company* e *Hearst Corporation*.

¹⁸⁵ Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2020/04/26/radio-bandeirantes-rescinde-contrato-de-jose-silverio.htm>. Acesso em: 25 nov. 2021.

¹⁸⁶ A entrevista foi realizada no dia 22 de novembro de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yTlJv9j1Kag&t=1253s>. Acesso em 23 nov. 2021.

¹⁸⁷ Olivério Júnior é jornalista e teve destaque como repórter, por exemplo, pela TV Bandeirantes. É empresário no ramo do esporte e havia terceirizado um horário na Rádio Capital para transmissões esportivas, com destaque para o retorno de José Silvério. A despedida da Capital ocorreu no dia 25 de setembro de 2021. Após a saída, Olivério Júnior levou sua equipe para atuar na Rede Contínua, no YouTube.

¹⁸⁸ Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/colunas/christiano-blota/eu-nao-queria-voltar-para-o-radio-mas-agora-estou-muito-feliz-com-essa-decisao-confessa-o-historico-locutor-jose-silverio>. Acesso em 22 nov. 2021.

projeto, no entanto, durou pouco. O apresentador Milton Neves, em seu perfil¹⁸⁹ no Twitter, no dia 21 de setembro, lamentou o final do rápido ciclo.

Segundo Rodney Brocanelli (2021), blogueiro do Radioamantes, “um bate papo entre José Silvério e Olivério Jr. durante a transmissão de Brasil x Peru, na Rádio Capital, deixou transparecer os problemas que a atual equipe esportiva vinha enfrentando na emissora” (BROCANELLI, 2021)¹⁹⁰. Ainda em setembro, a Capital anunciou uma nova equipe esportiva, já com o narrador Doni Vieira.

Mais uma vez, é importante ressaltar que os narradores estudados nesta tese haviam sido escolhidos para observação no princípio de 2020 e, ratificados, no início de 2021. Naquele momento, Silvério foi identificado como o único narrador paradigmático em atividade em São Paulo, pela Rádio Bandeirantes. Sua despedida da emissora aconteceu em março de 2020, no empate entre Corinthians e Ituano por 1 a 1, pelo Campeonato paulista. Na Rádio Capital, José Silvério estreou no dia 12 de junho de 2021, no clássico entre Palmeiras e Corinthians, pelo Campeonato Brasileiro, em jogo que também terminou em 1 a 1.

Figura 38 - José Silvério deixa aposentadoria¹⁹¹



Fonte: Folhapress (2021).

¹⁸⁹ A nota completa: “Notícia ruim: acaba o projeto que tinha virado realidade de Olivério Júnior na Rádio Capital. Domingo será a última transmissão e sem José Silvério. Olivério promete ir à Justiça contra a emissora e a Rádio Capital, por sua vez, aponta que manterá ao seu comando o futebol no ar”. Disponível em: <https://twitter.com/Miltonneves/status/1440361645935513611>. Acesso em 22 nov. 2021.

¹⁹⁰ Disponível em: <https://radioamantes.wordpress.com/2021/09/22/dialogo-no-ar-entre-jose-silverio-e-oliverio-jr-antecipou-problemas-no-futebol-da-radio-capital/>. Acesso em: 25 nov. 2021.

¹⁹¹ Foto especial sobre reportagem especial que destacou o retorno de Silvério ao rádio, pela Capital, produzida por Alex Sabino. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2021/06/jose-silverio-deixa-aposentadoria-para-provar-que-ainda-pode-narrar.shtml>. Acesso em 24 nov. 2021.

A intenção, quer-se reforçar, foi de entender o papel exercido por Silvério na narração da atualidade. Por isso, levou-se em consideração, principalmente, entrevista concedida ao Projeto As Vozes do Gol, realizada em setembro de 2021, pouco tempo antes do anúncio de sua exígua trajetória na Capital. Para fins de mercado, no entanto, toda a contextualização anterior é relevante.

Silvério, portanto, foi observado como narrador, ainda, em tempos de Rádio Bandeirantes, no meio do contexto de pandemia. As escolhas prévias de narradores como Silvério e Doni Vieira acarretaram em uma coincidência para este trabalho. Ao mesmo tempo, demonstraram o quão dinâmico seguiu o mercado radiofônico, ainda que em contextos de rádio expandido e pela crise mundial provocada pela Covid-19. Sendo assim, ao estudar Silvério, foram analisadas as ações da Bandeirantes neste fluxo que envolveu, todavia, o narrador. Até o fechamento desta tese, José Silvério não havia sido contratado por outra emissora.

Minha vida é ótima, tá uma maravilha, tá tudo bem. Pra ser honesto, aqui é pra ser honesto, se tivesse que narrar um jogo numa rádio boa, trabalhando, tudo direitinho, eu estaria um pouco melhor. Mas, aí, eu olho [...] eu fiz 76 anos, a Rose¹⁹² me esfregou na cara a data de nascimento, “você não viu quantos anos você tem? Você não é menino, e você quer ser”. Aí, eu, puxa, é ímpeto [...] a gente não pode morrer primeiro do que a morte (SILVÉRIO, 2021).

Na conversa com o canal De Lavada Podcast (2021), inclusive, revelou onde gostaria de narrar, ou, ao menos, receber um convite: “Transamérica, porque eu gosto muito do Eder (Luiz). Não pedindo emprego não, Eder (risos). É uma coisa diferente...”.

6.5.1 José Silvério: influências e técnicas

José Silvério deixou claro, durante toda sua vida, que seu desejo era tornar-se locutor esportivo. E sua primeira influência foi o narrador Pedro Luiz, da Bandeirantes.

Depois apareceu o Clóvis Filho¹⁹³, do Rio de Janeiro, e tinha o Jorge Curi, do Rio de Janeiro. Mas o Jorge Curi eu gostava mais das tiradas dele até porque a voz dele era muito diferente do que eu podia fazer, então o estilo de narração

¹⁹² Trata-se da atual esposa de Silvério, Rosemary Caldeira. Casou-se, pela primeira vez, com Sebastiana de Andrade. Porém, ela faleceu no dia 25 de novembro de 2010.

¹⁹³ Clóvis Filho era considerado um narrador elegante com uma voz que brilhava. Teria sido o inventor do termo “golaço!”. Teve grande destaque por emissoras como Continental e Mayrink Veiga. Faleceu devido a um câncer de garganta.

meu sempre foi um pouco mais rápido. Então, basicamente, foram esses aí. Eu nunca fui muito de imitar, não. Eu sempre, desde pequeno, jogando botão e irradiando, eu tinha o meu jeito de fazer (SILVÉRIO, 2021).

Silvério não se considera um narrador de bordões. Ele se define como um tipo de locutor que enfatiza a emoção, aliada à informação e ao jornalismo. “Quando eu comecei, não havia transmissão de televisão pra mostrar o campo, pra mostrar o jogo para as pessoas [...] E eu, durante muito tempo, consegui fazer isso” (SILVÉRIO, 2021). Para José Silvério, sim, existe o dom. Segundo ele, existem pessoas que nascem com a capacidade de narrar futebol. Contudo, afirma, “tudo na vida é uma soma. Você vem com um dom, com uma vontade desde menino” (SILVÉRIO, 2021).

Mas, apenas dom e vontade são insuficientes para que um profissional se torne narrador, pois é necessário, entende, muito trabalho, empenho e prática. Ao De Lavada Podcast (2021), afirmou:

Não tem locutor igual a mim no rádio. Têm alguns bons locutores, mas precisam comer grama pra caramba pra ser melhor que eu, não melhor não, pra ser igual a mim. Aí tem a história que eu ouvi um milhão de vezes na minha vida: ‘ah, você ganha muito’. Alguma rádio que falou que eu ganho muito fechou? (SILVÉRIO, 2021).

José Silvério considera-se um “narrador sério”. Para Schinner (2004, p. 51), Silvério caracteriza-se da seguinte forma:

Com um estilo absolutamente preciso, Silvério ganhou prestígio junto aos ouvintes da Pan e posteriormente da Bandeirantes. José Silvério trilhou o caminho da técnica apurada e da competência vocal, principalmente na hora de gritar o gol mais extenso e vibrante do rádio. Caracterizou ainda mais o seu estilo por meio do uso exagerado do falsete, artifício vocal que não pode ser empregado pela maioria dos narradores.

Mas como relembra Oliveira¹⁹⁴ (2017), alguns bordões de Silvério, sim, ficaram marcados, como: “agora, eu vou soltar a minha voz”, “pega, que é sua” e, principalmente, “e... que golaço!”. Uma característica bem marcante também, destacada por Oliveira (2017), é a “marca registrada” de “esticar as palavras no final da frase”. Alguns bordões surgiram espontaneamente. José Silvério, ao longo de sua carreira, buscou “enxergar o óbvio”. E

¹⁹⁴ Considera-se a reportagem produzida por Oliveira (2017), apesar de desatualizada em alguns pequenos pontos, ótima fonte de pesquisa para os investigadores que buscam detalhes biográficos da carreira de José Silvério. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Carreira/noticia/2017/08/jose-silverio-solta-voz-no-radio-e-que-golaco.html>. Acesso em: 03 dez. 2021.

enxergar o óbvio, garante, é algo que nem todo mundo consegue realizar. “Todo mundo quer enfeitar. Pé trocado, o perigo aumenta. Bate o escanteio, na ponta esquerda, com a chapa do pé direito, você vê aonde a bola vai? Ela faz a curva e vai dentro do gol. Aí você pergunta: por que você faz isso? Aí, não tem resposta” (SILVÉRIO, 2021). Há narradores que elaboram, pesquisam, produzem e criam bordões. Mas outra característica de Silvério sempre foi, justamente, a espontaneidade.

Eu tinha um problema desde pequeno, que era justamente esse de estender algumas palavras. Quando comecei a narrar profissionalmente tentei, a todo custo, disfarçar o indisfarçável. Não consegui. Um dia, em casa, me veio a ideia de fazer exatamente o contrário: acentuar o defeito, transformá-lo em virtude. Eu era muito técnico, mas não tinha uma marca. Hoje eu tenho. (SILVÉRIO, 2017).

José Silvério enfatiza que o mais importante para o narrador é focar no jogo. Por isso, nunca se preocupou em elaborar materiais complexos ou planilhas. “Eu cansei de escrever coisas que eu não falei e foi embora depois de muito tempo que eu fui procurar e tinha que ter falado” (SILVÉRIO, 2021). De acordo com Silvério, “não se deve inventar nada”, pois o tempo no rádio é extremamente curto. E, além da narração propriamente dita, há também a responsabilidade da leitura dos textos comerciais ao longo de um jogo. Por isso, afirma, deve-se conhecer muito bem os times e “ter uma escalaçãozinha só como ajuda do seu lado” (SILVÉRIO, 2021).

Você conhece o Mauro Beting, né? Comentarista importante de um monte de televisão, de rádio. O Mauro Beting foi trabalhar comigo na Rádio Bandeirantes, e nós chegamos no estádio juntos... Eu cheguei primeiro que ele, e não sei qual foi o estádio, e eu peguei e botei os dois times que nós íamos transmitir o jogo, eu fui lá com as duas escalações. Aí, ele chegou cheio de papel, livro, de coisas lá e ele pegou, falou: “mas você não tem nada escrito aí não, além desses textinhos, nesse pedacinho de papel que você tem aí?”. “Não, eu não preciso de nada, preciso das duas escalações, aqui têm os textos que eu...”. Eu não preciso de livro, de enciclopédia, de dicionário, de nada. Só isso, aí destrincho os dois times lá e ele, acabou o jogo “com tudo isso você não errou nenhum jogador que tinha?”. Aí eu falo, ah, não, eu conheço muito bem e tal, eu faço isso a vida inteira desse jeito. Não tem um mistério. Se eu trouxer um dicionário e colocar aqui, na minha frente, eu vou é me atrapalhar todo (SILVÉRIO, 2021).

José Silvério costuma dispor em uma folha as escalações das duas equipes¹⁹⁵ de cima pra baixo, a partir do goleiro para o lado esquerdo, ou ponta, como ainda denomina. No mais, Silvério insere informações como as denominações do juiz do jogo e os profissionais que estarão na jornada. Aliás, sobre as equipes de trabalho, Silvério enfatiza que sempre valorizou o trabalho de cada um dos componentes. E, entende, para que uma transmissão funcione, basta que cada profissional execute a atividade para qual foi designado.

Você tem sempre dois repórteres, e um comentarista, e mais o plantão, a vida inteira foi basicamente isso o rádio, a escalação, cada repórter dá um time, cada repórter cuida daquele time que ele tá cobrindo. O comentarista é que comenta e que fala dos números. Ele fala “em 1912, o time tal ganhou desse de 2...”, aí isso é problema dele, eu nem sei se teve jogo em 1912 e não sei o que dos dois times. Não é problema meu. Meu problema é naquela hora, o meu jogo. Se você quiser narrar um jogo, ficar esperando demais na sua frente, no final do jogo, você vai xingar, você nem acertou os jogadores e nem falou aquilo que você anotou. Não dá tempo. É absolutamente isso, não dá tempo. É óbvio que, durante a minha caminhada, eu aprendi isso (SILVÉRIO, 2021).

Da mesma forma que lida com a questão as escalações, Silvério também mantém uma postura simples no que diz respeito às aberturas de jornadas. Conforme conta, ele enfatiza o jornalismo, priorizando a movimentação dos repórteres, plantões e comentaristas, preservando-se para a narração do jogo. E durante a partida, Silvério afirma que procura “dar o máximo de si” e que, ao final de algumas transmissões, ele acaba “o jogo quase morto, de tão cansado” (SILVÉRIO, 2021).

Se você começar a falar demais, você enche o saco do ouvinte e você acaba errando coisas no ar. Não precisa falar. Guarde a sua respiração e eu entrego muito. Se começar a falar muito antes do jogo, eu me atrapalho. Então, eu tenho que narrar o jogo do jeito que eu narro e caprichar o mais que posso, porque, olha, eu digo isso pras pessoas com a maior sinceridade do mundo, você narrar um jogo, olhar de cima e ver a imagem de quem está com a bola e acertar a maior parte do tempo, é uma missão pra quase super homem, viu? (SILVÉRIO, 2021).

José Silvério, atualmente, não consome álcool e evita beber muita água durante as irradiações. Admite que chegou a frequentar cursos de colocação de voz, mas não utiliza nenhuma técnica em especial. “Nunca perdi minha voz. Às vezes tomava cachaça, caipirinha, e nunca perdi isso.” (SILVÉRIO, 2021).

¹⁹⁵ Solicitamos ao narrador uma imagem para ilustrar a forma como dispõe as escalações e demais detalhes. Mas, até o encerramento desta tese, José Silvério não nos enviou tal material.

6.5.2 José Silvério, plataformas e o rádio na atualidade

Silvério admite que sempre foi refratário às transmissões por tubo. Para ele, narrar as imagens da tela é como “fazer uma cópia” do que acontece na televisão. José Silvério admite que se sentiu bastante impactado pela pandemia de Covid-19.

E, infelizmente, a proibição de ir aos estádios, primeiro, me provocou a rescisão do meu contrato com a Bandeirantes e, segundo lugar, travou completamente a minha carreira, porque eu sempre fui um locutor muito solto. E narrando pela televisão, o que eu estou fazendo agora, tem quatro meses que eu tô fazendo isso, eu me sinto um pouco travado. Tem hora que eu não sei pra que lado eu vou e, aí, eu olho pra TV e não vejo nenhum lado pra eu sair (SILVÉRIO, 2021).

Segundo Ricco (2020) a “rescisão de José Silvério evidenciou falta de habilidade da Band”. E a sua saída teria ocorrido “em meio a instalação do processo de unificação de todas as empresas do Grupo Bandeirantes, incluindo as emissoras de rádio” (RICCO, 2020). Sobre essa questão, o atual coordenador de esportes da Rádio Bandeirantes, Ricardo Capriotti (2021) declarou que “eu não tava no comando da equipe, quando ele acabou sendo desligado”. Atualmente, a Band conta com três narradores: Ulisses Costa, Rogério Assis e Pedro Martelli. Conforme Capriotti (2021), todos os locutores da RB são contratados e as irradiações nos estádios já foram retomadas.

Sobre transmissões em plataformas como YouTube e Facebook, José Silvério admite que, apesar do pouco conhecimento técnico a respeito, entende que “é o caminho, é o próximo caminho do rádio” (SILVÉRIO, 2021). A grande preocupação de Silvério, na verdade, tem sido quanto à adaptação das vozes dos narradores, diante das novas tecnologias. Nisso, ele cita o caso do final do ciclo da amplitude modulada, que segue em curso no Brasil.

Eu acho que o fim do rádio AM e a colocação do rádio FM, em primeiro lugar, que torna as emissoras de rádio de todo Brasil só FM, isso aí vai provocar uma mudança muito grande, porque o locutor esportivo, de uma forma geral, tem uma voz mais aguda, popularmente, pra não ficar muito sofisticado, nem com muita frescura, ele é mais gritador do que falador, né (SILVÉRIO, 2021).

Silvério, apesar de já ter participado de transmissões pela Bandeirantes e Capital, retransmitidas pela internet, ainda não tem uma opinião formada sobre o assunto, pois, como ressaltou, “eu preciso pensar na minha adaptação a esse sistema, provavelmente no ano que

vem, se eu ainda tiver trabalhando, que é muito difícil de acontecer” (SILVÉRIO, 2021). Outra dúvida de Silvério (2021) é: “O que é que o rádio vai fazer?”.

Aqui em São Paulo, por exemplo, eu conheço um monte de gente, várias pessoas que inclusive tentaram ser locutor esportivo, que trabalharam comigo, que fizeram curso e que me pediram pra fazer em final de curso com eles, e eles tão montando uma rádio, mas essas rádios aí, tudo, que são as chamadas plataformas, algumas delas. Mas ninguém sabe que existe, não tem alcance público. Como é que vai viver comercialmente fazendo isso? Então eu acho que esse caminho nosso é muito longo. Eu acho que nós estamos imaginando um mundo utópico para esse mundo de comunicação dessas histórias de plataforma, que vai parar o futebol no AM, que vai ser assim, que vai ser lá eu. Eu tô esperando pra ver. Eu tô realmente cético a tudo isso (SILVÉRIO, 2021).

Silvério não sabe dizer, ainda, se a narração tradicional ou próxima ao seu estilo terá futuro. E acrescenta que, na atualidade, há cada vez menos espaço para narradores de gerações mais antigas. E isso, entende, não está ocorrendo somente por possíveis influências das novas tecnologias, mas também pela economia brasileira.

Eu conheci, por exemplo, falando da sua terra, eu conheci Porto Alegre que tinha a Rádio Guaíba, a Rádio Gaúcha, a Rádio Farroupilha, depois veio a Bandeirantes, todo mundo irradiando, fazendo futebol. Quatro emissoras de rádio. Como é que você vai manter isso? Porque não tem dinheiro pra patrocínio. Você tem que ter, quando você pega quatro emissoras de rádio, são 12 narradores, né, teoricamente, no mínimo, né, pra fazer tudo. Então, como é que vai ser? O rádio já tá vivendo com enormes dificuldades financeiras. Como é que ele vai conseguir botar na cabeça do povo brasileiro que mudou tudo? Que não tem mais AM, que não tem mais FM, FM tem, que não tem mais AM, que hoje é outra plataforma? (SILVÉRIO, 2021).

A Rádio Bandeirantes, emissora que José Silvério foi observado, assim como a Super Rádio Tupi, também utiliza o aplicativo *vMix* para a redistribuição das transmissões com imagens nas plataformas. O canal da Band no YouTube ultrapassa a marca de 1 milhão de inscritos. Mas a Bandeirantes também retransmite suas jornadas pelo seu perfil na rede social Facebook, que conta com mais de 900 mil seguidores¹⁹⁶.

Para Silvério (2021), a narração esportiva continua “a mesma coisa de sempre”, mas com menos locutores, menos emissoras investindo em futebol, muitos jovens buscando oportunidades, mas, sem a chance de dedicar-se exclusivamente à narração.

¹⁹⁶ Dados relativos ao mês de novembro de 2021.

A Bandeirantes, por exemplo, a rádio que eu ouvia quando era menino. Super rádio. Hoje, quando você filtra, ela não tem nada [...] eu, por exemplo, tenho muito mais defeitos do que virtudes, mas eu sei irradiar futebol. E vejo gente que quer irradiar futebol, e que não sabe e tá lá. Essa é a minha grande pergunta (SILVÉRIO, 2021).

Silvério entende que, diferentemente dos tempos atuais, conseguiu traçar uma carreira justo em períodos ainda positivos para o rádio, onde havia estrutura e investimentos. Equipes esportivas, incluindo os narradores, viajavam por todo o território nacional e internacional. “E aí, a gente faz uma pergunta que nós todos fazemos: vai voltar?” (SILVÉRIO, 2021). Silvério compara, ainda, a situação do rádio com de emissoras de TV como a Globo que, antes hegemônica, perdeu direitos de transmissões de vários torneios. Para o narrador, mais do que se preocupar com rádio e TV, a sociedade precisa atentar para os reflexos da pandemia, que, segundo ele, segue em curso.

São coisas que, nessa lista de necessidades, elas ficam bem pra trás, né. Então, é muito complicado, só se a gente tivesse uma bola de cristal aqui na nossa frente. Eu tinha aqui a sua imagem, não é uma bola de cristal pra gente tentar adivinhar o que pode acontecer (SILVÉRIO, 2021).

Sobre a narração feminina, José Silvério (2021) é totalmente sincero e afirma: “não me agrada. Não me agrada porque não tem pique, não tem força na voz pra fazer transmissão”. E amplia:

A Rádio Mulher fez futebol numa década aí, tinha as locutoras. Ela tentou, tentou, tentou e não aconteceu absolutamente nada. E a moça que narrava lá virou apresentadora de outras coisas de televisão. É difícil, sabe? Não é machismo, nada disso. É o tipo de voz, é o tipo de voz, é uma coisa que vem. Porque, você sabe o que acontece? (SILVÉRIO, 2021).

E quanto à narração propriamente dita, José Silvério é enfático. Segundo ele, é impossível criar algo novo. Os narradores podem até inserir um ou outro recurso linguístico, algum grito diferente, bordões, mas a forma consagrada de se descrever as posições dos jogadores, da bola e regiões do gramado, garante, continua praticamente a mesma, desde os primórdios dos anos 1920.

Aí eu tenho uma brincadeira, porque essa pergunta já me foi feita várias vezes. Toda a vez que me perguntavam “dá pra criar alguma coisa nova na narração esportiva, do jogo de futebol?”. Eu brinco assim, dá. Narra de trás pra frente porque de outro jeito não tem como fazer. Oh, eu não sou burro, eu sou muito

criativo. Eu já tentei tudo, eu já pensei em tudo. Você não tem como deixar de narrar o jogo “o Joãozinho passa pro Pedrinho, Pedrinho passa pro Joãozinho, dribla o Zico, Toninho vai chegar na grande área, chegou na grande área, ajeitou, chutou, bateu pra fora”. Ou “chutou, bateu é gol”. Não tem jeito. O que é que você pode fazer de diferente disso? Entende? (SILVÉRIO, 2021).

O grande risco, na compreensão de Silvério, acontece no momento em que determinado narrador tentar “inventar demais”. Isso pode ocasionar que o ouvinte acabe não compreendendo com clareza aquilo que o locutor pretende informar.

6.5.3 Análise: José Silvério

O experiente e consagrado narrador José Silvério pode ser classificado como um profissional entre os estilos denotativo e conotativo, livre e orientado. Significa que atua conforme um misto de características de narração descritiva e improvisada, que permite a exploração de recursos como bordões ou frases de efeito. Entre os combustíveis da narração destacam-se os seguintes atributos, por ordem: emoção, liderança, carisma, valorização da palavra e conhecimento. Empreende um tipo de locução coloquial e caricata, com um timbre localizado na região média, com alcance agudo.

No que consta à variação interpretativa, claramente é possível identificar características como modulação, projeção sonora, inflexão de sorriso, articulação e ataque vocal. Sobre o ritmo, Silvério não possui a mesma velocidade, principalmente, em relação às décadas de 1970 e 1980. Seu grito de gol é uma marca do rádio esportivo brasileiro, de emissão longa e vibrante. Como destaca Schinner (2004), há um uso exagerado de falsete, que é algo como esganiçar a voz. Durante as transmissões, José Silvério também costuma tecer comentários e demonstra se está satisfeito ou não, por exemplo, com a qualidade do jogo.

Quanto à tecnologia, entre elementos parassonoros e processos de radiomorfose, além de estratégias de persuasão, foram observadas duas transmissões. A primeira, Palmeiras e Ferroviária¹⁹⁷, no Allianz Park, que finalizou com o placar de 1 a 1, no dia 7 de março de 2020, pelo Campeonato Paulista, como ilustra a Figura 39 (próxima página).

¹⁹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QOhAfBpuQK4&t=12777s>. Acesso em: 20 dez. 2021.

Figura 39 - Silvério narra da cabine



Fonte: Rádio Bandeirantes (2020).

A segunda transmissão foi, justamente, a última de Silvério pela Bandeirantes, também pelo Campeonato Paulista, mais um empate por 1 a 1, desta vez, entre Corinthians e Ituano¹⁹⁸, na Arena Corinthians, feita por tubo, de um dos estúdios da emissora. Na primeira, constatou-se que a jornada esportiva, de uma forma geral, foi centrada na figura de José Silvério, o comandante do espetáculo. Nessa irradiação, acompanhado dos repórteres Vinícius Bueno e Guilherme Pallesi, José Silvério ocupou a cabine da Bandeirantes, no estádio palmeirense. Uma câmera foi posicionada ao seu lado, praticamente todo o tempo, registrando as reações do narrador. Há a presença de elementos parassonoros como um *banner* de fundo com o título da competição, mais os escudos de Palmeiras e Ferroviária, ao lado da imagem da cabine, no meio da tela. No canto direito superior, há um cronômetro, enquanto, no rodapé, ao lado esquerdo, está fixa a marca gráfica da Bandeirantes. No centro, há um placar e, ao lado direito, um espaço reservado para os patrocinadores, onde suas marcas são exibidas ao longo do jogo. Nas participações dos repórteres, aparece um *insert* com uma foto do repórter no setor esquerdo da tela, enquanto, à direita, posiciona-se um gráfico com os escudos dos times. O setor inferior é complementado com um título, o logo da rádio, o nome do setorista e sua localização.

No caso do segundo jogo, entre Corinthians e Ituano, a cena principal, como ilustra a Figura 40 (próxima página), exhibe uma imagem aberta do estúdio, onde José Silvério ocupa um dos postos, acompanhado de outros profissionais como o comentarista Cláudio Zaidan, o

¹⁹⁸ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=tN_jUekG28c. Acesso em: 20 dez. 2021.

repórter João Paulo Cappellanes e o plantão Gustavo Soler, em um formato como de mesa redonda.

Figura 40 - Silvério pegando um tubo



Fonte: Rádio Bandeirantes (2020).

Ao invés de enquadrar apenas a figura de José Silvério, a câmera privilegia toda a equipe em tela cheia. E devido à riqueza de detalhes visuais do próprio estúdio da Bandeirantes, os demais recursos parassonoros são distribuídos nos quatro extremos: contato de WhatsApp e cronômetro, na parte superior, espaço publicitário, placar e marca da Bandeirantes, na parte inferior. Enquanto a transmissão do jogo do Palmeiras apresenta um perfil gráfico mais voltado para o estilo de *live* pela internet, o jogo do Corinthians, por sua vez, tem uma organização muito próxima da TV. Tanto em um como no outro jogo, o processo de radiomorfose acontece de forma clara e expressiva, através da fusão de todos esses elementos visuais e sonoros. A jornada hertziana é reconstruída no ambiente de imagens.

Contudo, apesar de toda essa riqueza de detalhes, entende-se que em ambas jornadas narradas por Silvério, não há o aprofundamento nas questões relativas a estratégias de persuasão através da plataforma. Silvério narra e comenta para um público de rádio e não valoriza a câmera. Os recursos expressivos de universalização, no qual diferencia os grupos, tópicos, em que repete frases prontas, bordões e clichês, são os elementos mais comuns nas duas transmissões.

Além desses, Silvério também, de maneira improvisada, inseriu outros argumentos persuasivos como, por exemplo, no jogo do Palmeiras. Insatisfeito com o fato de o time ter

entrado em campo com uma formação reserva, na oportunidade, utilizou recursos de inclusão, colocando-se no papel do torcedor, através de colocações do tipo: “se eu fosse torcedor” e “tá muito ruim o time”. Em um lance da partida, criticou o desempenho de um atleta, o que equivale dizer que, nesse caso, a retórica pode ser interpretada através de recursos como inclusão, personalização e, principalmente, de pergunta: “Ô Palesi, você faz um favor pra mim? Você pode levar um bilhete pro Diogo Barbosa. Você fala pra ele. Você não vai aprender a chutar não?”.

Um dos fatores que comprovam uma certa dissociação entre a jornada hertziana x plataforma é, justamente, o fato de que José Silvério torna-se redundante ao informar fatos que já estão sendo destacados na tela, por exemplo, tempo e placar de jogo. As jornadas retransmitidas pelas plataformas nada mais são do que imagens de câmeras testemunhas, já que toda a parte gráfica serve como um atrativo para emoldurar toda a linguagem radiofônica exatamente igual daquela transmitida pelas ondas hertzianas ou aplicativos de áudio, destacando questões como voz, ruídos e trilhas. Por outro lado, na questão publicitária, enquanto José Silvério intercala textos-foguete com lances de bola rolando, os logos de empresas apoiadoras são exibidos ao longo da *live*.

No contexto expandido, José Silvério, independente dos comentários que aplica nas transmissões, continua atuando como narrador do âmbito de rádio, ainda que tenha experimentado outros meios tipo a televisão e a locução de um game de futebol. O narrador, inclusive, mostrou-se pessimista quanto ao futuro não apenas do rádio, mas da narração, talvez pelo fato de ainda não ter desenvolvido alguma estratégia de adaptação a um panorama que ele próprio admitiu ser um indicativo de futuro e mercado. A Bandeirantes, em termos de YouTube, começa a disputar audiência com outras rádios de torcedores. O número total de curtidas em uma *live* não necessariamente indica o comportamento do público, por exemplo, no que concerne à permanência ao longo de toda uma determinada transmissão. Em relação à grande estrutura da Bandeirantes, somente 150 mil visualizações em uma partida como Palmeiras e Ferroviária¹⁹⁹, e menos de 80 mil em um jogo do Corinthians diante do Ituano, é um indicador de que há necessidade de revisar como incrementar o engajamento do público nessas transmissões.

¹⁹⁹ Nessa *live* em questão, ainda houve a transmissão de mais uma partida, entre Novorizontino e Corinthians, que determinou a duração de 5 horas e 41 minutos.

6.6 Doni Vieira: uma vida com o microfone na mão

Como destacado anteriormente nesta pesquisa, todos os depoimentos de narradores ao longo do texto, escolhidos para observações, são oriundos de entrevistas realizadas para o canal do Projeto As Vozes do Gol, no YouTube. E a conversa com Vieira aconteceu no final do mês de setembro, quando o narrador ainda atuava pela Rádio Craque Neto. No mesmo mês, precisamente no dia 26, Vieira estreou na Rádio Capital de São Paulo. Contudo, decidiu-se seguir o plano de observação pré-estabelecido e, sendo assim, a investigação levou em conta a atuação de Doni Vieira enquanto narrador da Craque Neto. Donizete Vieira Pereira, o Doni Vieira, é natural de Itapecerica da Serra, município localizado próximo a São Paulo, capital. Vieira nasceu em 1978. Possui formação de ensino médio e registro profissional (DRT) de radialista. Começou sua carreira logo aos 14 anos, em uma emissora comunitária de Itapecerica da Serra, em 1994. Em seguida, iniciou uma trajetória que passou por várias emissoras. A primeira foi a Nova Tendência FM, em Juquitiba. Passando por outra comunitária em Embu das Artes, migrou para a Taboão da Serra, onde trabalhou na Ação Musical FM.

Nessas outras rádios que eu trabalhava aí, comunitárias, eu era apresentador de musical, de programa musical, né. Tocava música sertaneja, samba, pagode. E eu era muito ouvinte de rádio. Quando eu comecei, em 94, eu comecei a ouvir todo mundo, cara, eu não sabia para que lado atirar, se eu queria esporte, se eu queria jornalismo, se eu queria música, se eu queria apresentador de música, enfim (VIEIRA, 2021).

E foi nessa época que surgiram as primeiras influências de narradores como José Silvério, Fiori Gigliotti e Eder Luiz. Vieira admite que, nesse momento, “pegou gosto” pela narração. A primeira oportunidade para narrar foi na Ação Musical FM, durante a final de um campeonato.

E aí aconteceu o seguinte: eu narrei o jogo nessa rádio e passou uma semana e esse operador ligou pro dono da rádio, falou: “José, quem que é o narrador lá que fez aquele jogo, cara, que eu gostei muito dele. Eu sou da Rádio Globo, aqui de São Paulo, mas eu conheço muitas pessoas. Eu quero indicar o material dele”, que a gente chama de piloto, né? Aí aconteceu de... Eu tenho uma fita cassete ainda, cara, isso em 1995 pra 96. E aí, essa fita foi parar na mão de Sérgio Cunha que, até então, em 96, era o diretor de esportes da Rádio Bandeirantes, aqui de São Paulo (VIEIRA, 2021).

Com apenas 16 anos, ainda sem o registro profissional de radialista, Doni Vieira tornou-se o quarto narrador da Rádio Bandeirantes. Na emissora, narrou jogos da Copa São Paulo de Futebol Júnior, apresentou programas em períodos de férias e foi o folguista de profissionais consagrados como Paulo Edson²⁰⁰. Atuou na Bandeirantes de 1996 a 1998, em meio a uma troca de coordenação. Contudo, o grande sonho de Vieira, naquela época, era atuar em rádio de segmento musical.

E, na minha cidade, quando eu morava em Itapeverica da Serra, tinha uma rádio lá chamada Tropical FM, 107,9. E essa rádio, depois que eu tirei o DRT profissional, me abriu um horário de locutor musical lá, das 10 da manhã às 3 da tarde. E, aí, a chefia da Bandeirantes queria que eu ficasse, eu tinha esse sonho de fazer Rádio Tropical, de fazer FM, que eu cresci ouvindo e tal, ganhava mais, e eu acabei largando a Bandeirantes e fui (VIEIRA, 2021).

Em 2002, voltou para a capital e atuou, até 2010, pela Ativa FM 95,3. Enquanto isso, continuava transmitindo futebol como *freelancer*, por exemplo, pela Rádio Nova Difusora de Osasco, na Equipe Furacão²⁰¹ de Tony Marquetti e Antônio Júlio Baltazar. Entre 2002 a 2010, Vieira chegou a ficar três anos sem narrar futebol. Em 2005, atuou em um projeto de seu padrinho de casamento, Sérgio Loredó²⁰², em Bragança Paulista. O próprio Loredó, em seguida, conforme Vieira, o indicou para a Rádio Gazeta AM, em equipe formada por Osmar Garraffa²⁰³. De 2006 para 2007, Doni Vieira foi contratado pela Rádio Capital AM para trabalhar na equipe Show de Rádio, de Serginho Leite²⁰⁴ e Fiori Gigliotti, ambos falecidos. Na época, Gigliotti já não narrava e apenas comentava. Depois da Capital, Vieira narrou na 105 FM, de 2010 para 2011, quando foi convidado para atuar na Rádio Globo, na vaga de Gustavo Villani, atualmente, um dos locutores da TV Globo e do canal fechado Sportv.

²⁰⁰ Conhecido como A Voz do Rádio, foi considerado um dos mais importantes plantões esportivos de rádio de todos os tempos. Atuou em vários meios de comunicação, entre rádio e TV, com destaque, principalmente, no Grupo Bandeirantes. Faleceu no dia 10 de agosto de 2020, aos 77 anos.

²⁰¹ Trata-se de um projeto criado para coberturas esportivas, não apenas futebolísticas, que, segundo Márcio Silvio (2020), mudou “para sempre o jeito de fazer rádio em Osasco”. As equipes formadas por Antônio Júlio Baltazar e Tony Marchetti circularam o mundo, em mais de 40 anos. Disponível em: <https://correiopaulista.com/esses-garotos-furacoes-de-um-jogo-no-rochdalao-rodam-o-mundo-em-quatro-decadas-de-futebol/>. Acesso em: 25 nov. 2021.

²⁰² Jornalista que passou por emissoras como Sportv, ESPN, Rádio Bandeirantes e vem apostando em seu canal no YouTube, o Canal do Loredó.

²⁰³ Jornalista esportivo, atualmente, da TV Gazeta de São Paulo e comentarista da Rádio Tropical FM.

²⁰⁴ Foi humorista e compositor musical que ganhou fama, principalmente, por suas imitações de celebridades na atração Show de Rádio, pela Rádio Jovem Pan, que, em 2005, havia levado para a Rádio Capital. Faleceu em 2011, aos 55 anos, por um infarto.

Eu tava fazendo um jogo em Campinas, São Paulo e Ponte Preta, e toca meu celular, quem era? Era Osvaldo Pascoal²⁰⁵, diretor de esportes da Rádio Globo, aqui de São Paulo. Falou, Doni, o Gustavo Villani, que é o nosso terceiro narrador, ele tá indo pros canais ESPN pra narrar lá e eu to te ouvindo, aqui, com o Oscar Ulisses, que era o chefe da equipe, irmão do Osmar Santos, e tamo gostando do seu trabalho. Tem como vir aqui e conversar? Peguei e tal, peguei e, a partir daí, entrei na vaga do Villani como terceiro narrador da Rádio Globo e fiquei, né, de 2010 pra 2011, até, praticamente, no fim da Rádio Globo²⁰⁶. Daí, acabei virando segundo narrador, porque o Silva Junior²⁰⁷, que era o segundo narrador, acabou indo pros canais Fox Sports, e eu virei o segundo narrador da Rádio Globo, né (VIEIRA, 2021).

Em meio a toda essa trajetória, Doni Vieira também foi locutor comercial da Alpha FM de São Paulo, ao longo de 15 anos, gravando vinhetas e comerciais. Entre 2015 e 2018, mais uma vez, ficou um período afastado do futebol, atuando na Top FM 104,1 como comunicador. Porém, logo voltaria às narrações. No dia 16 de setembro de 2019, o locutor fez uma postagem no seu perfil do Twitter, comemorando a sua chegada na Craque Neto, como ilustra a Figura 41.

Figura 41 - Doni estreia na Craque Neto



Fonte: Vieira (2019).

²⁰⁵ Com ampla experiência e passagens por meios como TV Bandeirantes e Rádio Globo, atualmente, é comentarista dos canais fechados Fox Sports e ESPN.

²⁰⁶ No dia 31 de maio de 2020, a Rádio Globo encerrou suas atividades em São Paulo e de toda a sua rede no país, focando suas atenções para o Rio de Janeiro. Contudo, em 2016, já havia sido promovida a fusão entre Globo e CBN para coberturas esportivas. Em 2020, foi oficializado o Futebol Globo CBN, com equipes voltadas para a coberturas no Rio de Janeiro e em São Paulo.

²⁰⁷ Jornalista, começou a carreira de narrador em 1997. Atualmente, é locutor esportivo na Bandnews FM. Teve passagem pela Fox Sports. Em 2021, foi contratado pelo SBT para o time de narradores na cobertura da Libertadores da América.

“Por coincidência, essa emissora é na rua da minha casa. O Neto é meu vizinho aqui. E aí eu acabei mandando uma mensagem lá e entrei como narrador da Rádio Craque Neto” (VIEIRA, 2021). Atualmente, além da Rádio Capital, Doni Vieira narra na Bandnews FM de São Paulo e para os canais esportivos fechados BandSports e Conmebol TV.

6.6.1 Rádio Craque Neto: fenômeno de audiência

O projeto da Rádio Craque Neto iniciou em 2018. José Ferreira Neto, o Neto²⁰⁸, foi um jogador de grande sucesso no futebol brasileiro. Meia canhoto e conhecido pelo chute potente, um exímio cobrador de faltas, passou por vários clubes, com destaque, principalmente, no Corinthians, onde foi peça chave para a conquista do primeiro Campeonato Brasileiro do clube, em 1990. Conforme texto intitulado Sobre-nós, da página oficial²⁰⁹ da emissora, “o ex-meia Neto se destacou pelo estilo irreverente e falastrão”. A torcida corinthiana o apelidou de Xodó da Fiel²¹⁰.

Ao aposentar-se, no final da década de 1990, aos poucos, ingressou na comunicação como comentarista. Após participações nas TVs Record e Rede TV!, em 1999, foi contratado pelo Grupo Bandeirantes, onde segue, na atualidade. Um dos seus grandes destaques, nos últimos anos, foi no comando do programa de debates Os Donos da Bola²¹¹, onde continua como apresentador²¹². Ainda no texto institucional da rádio, consta que Neto sempre teve o sonho de criar sua própria rádio. Porém, faltava o incentivo.

Profissional liberal, “caipira” de Gália-SP aficionado pelo esporte e repórter, Sidnei Fraiole convenceu o “Craque” a tocar para frente o projeto. Com isso a dupla fundou uma nova rádio *web* com cobertura online de jogos dos principais campeonatos do Brasil e do mundo. Sempre com informação e emoção em uma programação especial. Equipamento de primeira qualidade (CRAQUE NETO, 2021).

²⁰⁸ Neto passou pela base da Ponte Preta e, depois, do Guarani, onde começou sua carreira profissional, em 1984. Além do Corinthians, defendeu a camiseta do São Paulo, Palmeiras e Santos, que integram o que se conhece como o “grupo dos quatro grandes”. E, ainda, houve passagens por outros clubes e pela Seleção Brasileira, no que conquistou uma medalha de prata, nas Olimpíadas de 1988, e um vice na Copa América de 1991. Foi o Bola de Prata da Revista Placar, em 1991, evento, atualmente, organizado pela ESPN.

²⁰⁹ Disponível em: <http://radiocraqueneto.com/sobre-nos/>. Acesso em 26 non. 2021.

²¹⁰ Fiel vem de Gaviões da Fiel, a maior torcida organizada do Corinthians, fundada em 1969.

²¹¹ Os Donos da Bola foi ao ar em 2012. Em 2011, Neto já apresentava uma atração semelhante na grade da Band. O programa também tem versões em outros estados, com profissionais locais.

²¹² No rádio, Neto já teve passagens por Globo, Transamérica e Bandeirantes, na qual segue.

A Craque Neto é uma *web* que, apesar da fortíssima identificação do ex-jogador com o Corinthians, transmite jogos de diversos times e variados campeonatos. Assim como o próprio Neto, a rádio é muito atuante nas redes sociais, inclusive, todos os *links* de plataformas podem ser rapidamente acessados na página da emissora no *Linktree*²¹³.

Contudo, o carro-chefe da Craque Neto é seu canal do YouTube, que conta com mais de 1 milhão e 400 mil²¹⁴ inscritos, e ultrapassa, inclusive, o canal oficial da Rádio Bandeirantes²¹⁵ de São Paulo na plataforma, com mais de 1 milhão e 100 mil. Somando seu Twitter oficial, o Craque Neto 10, que conta com mais de 3 milhões e 700 mil seguidores²¹⁶, demais perfis pessoais²¹⁷ ligados à Rádio Craque Neto²¹⁸ e ao Grupo Bandeirantes, o ex-jogador pode ser considerado mais do que um comunicador, mas um *digital influencer*, ou, nos termos atuais, um *youtuber*²¹⁹. Tanto um como o outro, são pessoas ou profissionais que investem na produção de conteúdo nas redes sociais, capazes de influenciar outras pessoas, engajando o maior número de seguidores quanto for possível.

Já o canal exclusivo do programa Os Donos Da Bola²²⁰, da Bandeirantes, supera a Rádio Craque Neto com mais de 1 milhão e 700 mil inscritos. Sidnei Fraiole, que também é comentarista em transmissões, aparece ao lado de Neto na imagem de capa do canal²²¹ da *web*, no YouTube, como ilustra a Figura 42 (próxima página).

²¹³ O *Linktree* é um serviço online para promover perfis e links diferentes de um mesmo influenciador, por exemplo, em um mesmo local. O canal da Craque Neto está disponível em: <https://linktr.ee/radiocraqueneto>. Acesso em 2 dez. 2021.

²¹⁴ Dados de dezembro de 2021.

²¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/R%C3%A1dioBandeirantesOficial>. Acesso em: 2 dez. 2021.

²¹⁶ Disponível em: <https://twitter.com/10neto?lang=es>. Acesso em 2 dez. 2021.

²¹⁷ No Instagram, Neto possui 2 milhões de seguidores. Disponível em: <https://www.instagram.com/10neto/?hl=es>. Acesso em 2 dez. 2021. No Facebook, são mais de 1 milhão e 400 mil. Disponível em: <https://www.facebook.com/craqueneto>. Acesso em: 2 dez. 2021. Neto possui perfil, até mesmo, no TikTok. São mais de 500 mil seguidores. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@10neto?lang=es>. Acesso em 2 dez. 2021.

²¹⁸ No Facebook, a rádio não tem tanto apelo. São mais de 23 mil seguidores. Disponível em: <https://www.facebook.com/radiocraqueneto>. Acesso em 2 dez. 2021. No Twitter, a situação é semelhante. São mais de 12 mil seguidores. Disponível em: <https://twitter.com/radiocraqueneto>. Acesso em: 2 dez. 2021. No Twitch, são mais de 12 mil. Disponível em: <https://www.twitch.tv/radiocraqueneto/>. Acesso em: 2 dez. 2021. Já no Instagram, somam 123 mil seguidores. Disponível em: <https://www.instagram.com/radiocraqueneto/>. Acesso em: 2 dez. 2021. A rádio também pode ser ouvida por aplicativos para celulares.

²¹⁹ O termo teria surgido em 2005, quando Jawed Karim, um dos criadores do YouTube, publicou um vídeo de 19 segundos intitulado Eu no zoológico. Os demais mentores da ideia foram Chad Hurley e Steve Chen. A plataforma foi comprada pelo Google, em 2006, por 1,65 bilhão de dólares.

²²⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCjlcZ5YIXIBTaob0BkS_gDg. Acesso em: 2 dez. 2021.

²²¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/R%C3%A1dioCraqueNeto/videos>. Acesso em 2 dez. 2021.

Figura 42 - Rádio Craque Neto



Fonte: Rádio Craque Neto (2021).

Há também com uma câmera exclusiva focada em seu rosto, posicionada no canto superior direito da tela. Quando o Craque não participa de algum jogo, outro profissional ocupa seu lugar. Como é possível verificar, conforme a Figura 43, a *web* apresenta um plano geral que enfatiza a imagem de Neto e abre a sequência de integrantes de uma transmissão da esquerda para a direita.

Figura 43 – Estrutura da Craque Neto



Fonte: Rádio Craque Neto (2021).

No mais, não há uma ordem definida para a posição dos narradores, comentaristas ou repórteres. Na figura anterior, Doni Vieira narra posicionado no centro. Ao seu lado direito, está o comentarista Sidnei Fraiole e, à sua esquerda, o repórter e narrador Pedro Ramiro.

Para atrair ouvintes e seguidores, geralmente, a Craque Neto realiza uma série de sorteios de produtos como bolas e camisetas. E os parceiros comerciais têm seus logos exibidos no lado superior esquerdo da tela, durante as transmissões. Com a bola rolando, os narradores, a exemplo do que realizou Doni Vieira em sua passagem pela rádio, fazem a leitura de textos publicitários, um pouco mais longos do que os textos-foguete. Além dos jogos, o canal também apresenta outras atrações como narrações de gols, *reacts* do Neto, *shorts*, e o programa de debates Papo de Feras.

6.6.2 Doni Vieira: influências, técnicas e estilo

As principais influências de Vieira são os narradores Eder Luiz, da Transamérica, José Silvério, como uma “referência do passado”, Reinaldo Costa²²² e Cledi Oliveira²²³.

Na Rádio Globo, eu colocava muito mais bordões, por ser uma rádio bem mais popular e aquela coisa toda, e, hoje em dia, eu narro um pouco mais restrito assim, eu vou mais em cima da bola, eu faço uma narração muito pra cima, né, tipo, eu gosto de brincar, eu narro igual o Zezé cantando “É o amor”, né, eu não consigo narrar pra baixo. Eu tenho que narrar pra cima tudo quanto é lance, estilo Eder Luiz, né, quem estiver acompanhando, se você quiser acompanhar o Eder Luiz, é só colocar no YouTube “narração Eder Luiz”, aí, vê o trabalho dele e eu tento chegar, pelo menos, na unha do mindinho dele, né, em estilo de narração (VIEIRA, 2021).

Vieira não tem uma opinião clara sobre a questão se a narração de futebol é um dom ou simplesmente uma técnica.

Então, isso aí é uma briga muito grande, sabe. Eu, por exemplo, era gago, pra você ter uma ideia. Eu era gago e me tornei narrador de rádio. Eu, na minha infância, 8, 9, 10 anos, eu não conseguia falar nada. Daí, um dia, destravou e eu virei narrador de rádio, falar rápido. Por outro lado, tenho respeito também por aqueles que formam narradores, que dão cursos de narração. Eu tenho meu

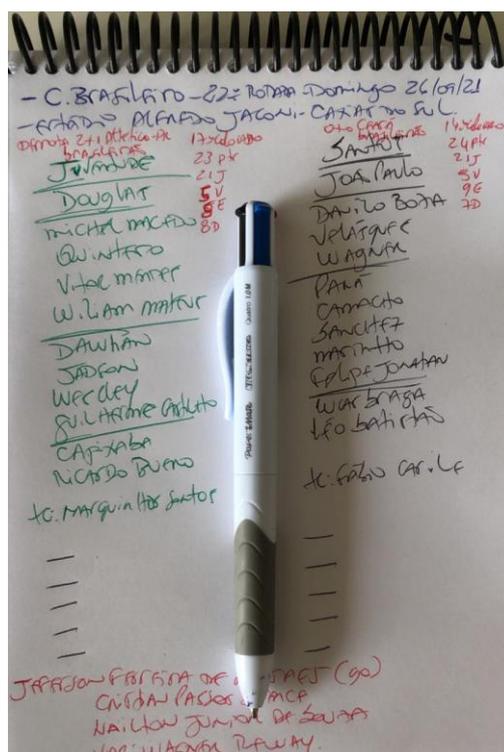
222 Nome de destaque da narração esportiva brasileira, Reinaldo Costa atuou em emissoras paulistas como Globo, Record e Capital. Teve passagem, também, pelo projeto Eldorado/ESPN. Narrou até 2012 na CBN 590 AM, em Cuiabá-MT. Em 2017, foi convidado para uma participação especial na transmissão de um duelo entre Corinthians x Chapecoense, pela agência On Board e Rádio Poliesportiva.

223 Paulista, iniciou a carreira em 1982. Teve destaque nas rádios Globo, Record e Gazeta. Narrou na extinta TV Manchete e, em 1998, ingressou na ESPN Brasil, passou pela CBN e Eldorado/ESPN. É narrador do canal ESPN.

primo, por exemplo, meu primo é o Renato Rainha, também é narrador esportivo. Trabalhou na Nativa comigo, na Bandnews, agora tá na rádio Craque Neto, tá em várias emissoras de Rio e São Paulo, ele também já vai pra um lado que a narração não é um dom e sim são técnicas, são técnicas que você aprimora, mas é aquele embate. Fica 0 a 0 entre dom e aprender, aí, a pessoa tira a conclusão que quiser, né? (VIEIRA, 2021).

Vieira entende que a prática ainda é a melhor forma para desenvolver a narração, independente das técnicas que os alunos e autodidatas possam aprender ou captar. É uma questão que envolve, também, a capacidade de dicção do indivíduo, de articulação. Doni Vieira, assim como os demais narradores, tem suas próprias estratégias de organização das transmissões, pesquisa e memorização de jogadores. Basicamente, tudo é distribuído no que ele chama de “caderninho”, como ilustra a Figura 44.

Figura 44 - O caderninho



Fonte: Vieira (2021).

Para memorizar, Vieira afirma que assiste muitos jogos para conhecer as equipes, porém, em alguns casos, entra a capacidade de improviso.

Quando você vai fazer um jogo que você não conhece, daí você vai no chutômetro mesmo, pela posição, ou aquela velha frase do narrador quando

tá vendo pela TV, que sai o gol e o cara não sabe quem foi, “bola levantada, o toqueee...”, daí você dá essa esticada e espera a TV fechar no número na camisa do cara, daí você fala, “você vem no toqueee, João Antônio”, daí você vem “gool”, né, você usa essas técnicas (VIEIRA, 2021).

Em primeiro lugar, se percebe que Vieira procura utilizar uma caneta com diferentes cores, que é uma das recomendações de Schinner (2004). Doni Vieira explica que organiza as escalações em lista, com um jogador abaixo do outro, respectivamente. Além disso, insere “o dia que vai fazer a transmissão, qual rodada é, o nome do estádio, aí eu coloco o time mandante do lado esquerdo” (VIEIRA, 2021). No restante, o locutor insere algumas estatísticas e informações sobre a arbitragem da partida a ser acompanhada.

Vieira procura manter certos cuidados como evitar “gelados”, realiza exercícios vocais e mantém acompanhamento com a fonoaudióloga Giovana Diaferia, que, segundo ele, é disponibilizada pela Band. A preocupação decorre pelo fato de que Doni Vieira, nos últimos tempos, dividiu-se entre transmissões pela TV ou por rádio. Segundo conta, houve oportunidades que narrou três jogos em um mesmo dia.

No caso de dividir a função de narrador entre TV e rádio, Doni Vieira diz que não é uma tarefa tão fácil. Revela que precisa se policiar para não descrever lances para os telespectadores como se estivesse transmitindo pelo rádio. “Na televisão, não precisa localizar a bola porque o cara tá vendo onde tá, né. No rádio você tem que localizar tim-tim por tim-tim onde tá a bola, pela ponta direita, pelo campo de defesa, pela zaga, se é na lateral” (VIEIRA, 2021). Doni Vieira (2021) compreende-se da seguinte forma: “eu acho que vou mais pro lado da emoção, tipo o narrador emoção porque eu faço o jogo, quanto melhor o jogo, de um jeito só. Eu tento manter o mesmo padrão, o mesmo pique, a mesma velocidade, a mesma emoção.”

6.6.3 Doni Vieira, mercado e a narração na atualidade

Vieira mostra pessimismo sobre o panorama atual e quanto ao futuro da narração de rádio. Segundo ele, da “safra nova de *web*, de Facebook, de YouTube, é muito difícil de você achar alguém bom” (VIEIRA, 2021). Para ele, sobram repórteres e comentaristas qualificados, enquanto, por outro lado, há poucas revelações entre narradores. No seu entendimento, os profissionais mais jovens “não brincam com a voz, eles não rasgam mais aquele erre de rádio, né, entendeu? Isso aí é padrão no rádio. ‘Você ligado aqui na Rádio Craque Neto, você ligado na Rádio Bandeirantes’, entendeu?” (VIEIRA, 2021).

Vieira considera que existe espaço, todavia, para narradores de gerações mais antigas, até pelo fato de que o estilo mais tradicional a que se referiu, anteriormente, também é aplicado por iniciantes. E ele cita dois casos: o primeiro de Dirceu Maravilha²²⁴ que, com sua ampla experiência radiofônica, atualmente, integra o grupo de locutores da Rádio Craque Neto. Significa dizer que, conforme a avaliação de Vieira, as *web* rádios ou outras plataformas, podem abrigar esses profissionais. E o segundo exemplo trata-se de Pedro Martelli²²⁵, “um menino que veio de rádio *web*” (VIEIRA, 2021). Portanto, conforme Vieira, não seria bem uma questão de idade, mas de estilo. Nisso ele concorda com o narrador da Rádio Grenal Haroldo de Souza, quando afirma que Martelli executa uma “narração raiz. É isso que eu admiro nele” (VIEIRA, 2021).

Doni Vieira busca explicar, então, qual seria a diferença entre a narração raiz de outra que ele tenha observado na atualidade.

É, então, não chega a ser diferença porque pro cara narrar *web* ele tem que ouvir alguém que narrou raiz, só que ele quer implantar um método diferente de narrar, tipo assim, ele não estica muito no lance de emoção, ele enxuga antes, ele não tem aquelas tiradas do narrador. O narrador costuma entregar para o repórter meio cantadinho, não sei se tu consegue me entender, quer ver, por exemplo, num lance: “ah, subiu, dividiu, a bola tocou pra fora, pela linha de fundo, escanteio, Joãoooo...”. Você dá uma esticadinha, o cara já: “bateu o escanteio, João”, já mata ali no seco, entendeu? Um exemplo que eu tô dando. A gente já vem brincando mais com a voz, né. “Aí a bola levantada, subiu, tocou pra foraaa! O detalhe aí, João Dinizzz!”. Você dá aquela esticada pro João Diniz pegar, né, já é um brilhinho que tem na narração esportiva das antigas. Hoje em dia, não. “O cara levantou pra fora, tocou, saiu, diga lá, Márcio”, assim (VIEIRA, 2021).

Na visão de Doni Vieira, o mercado paulista está cada vez mais complicado para os narradores, quanto à questão financeira. Segundo ele, basicamente, os profissionais são contratados por cachês.

Muito difícil você ter um salário fechado aqui em São Paulo, principalmente agora, que a gente tá na pandemia ainda. O povo fala que já acabou a pandemia, mas não acabou nada. Então, enquanto a gente tiver na pandemia,

²²⁴ Dirceu Benedito Marchioli, ou Dirceu Maravilha, é um dos narradores mais tradicionais e que continua atuando, agora, na Craque Neto, pelo YouTube. Teve passagens por várias emissoras como Tupi, Bandeirantes, Record e Bandnews. É dono de vários bordões como: “se for para o gol me chama que eu vou” (que teria sido criado por Cledi Oliveira) e “cadê o grito da galera”.

²²⁵ Formado em Jornalismo, começou a narrar como voluntário na Rádio Esportes NET. Mas foi na Rádio Craque Neto que, além de se desenvolver como narrador, ganhou visibilidade. Depois de um estágio no canal BandSports, em 2019, e uma passagem na TV Record, foi contratado para atuar como um dos narradores da Rádio Bandeirantes de São Paulo, em agosto de 2021, com apenas 24 anos.

cara, é muito raro quem tem salário contratado. São só os caras das antigas mesmo, o resto, é tudo *freela*. É tudo por jogo. Você manda a nota no final do mês e tá na conta, né? (VIEIRA, 2021).

E a pandemia, lamenta, teve impactos na sua vida profissional. “Ah, eu perdi muita coisa. Principalmente no ano passado, quando teve o ápice aí, a gente ficou sem transmitir futebol, acho que 3 ou 4 meses, né, tanto no Neto, como Bandnews, Band Sports” (VIEIRA, 2021). Ainda, relata, registrou queda de clientes para serviços que realiza, além da narração, como gravações para carros de som e outras locuções comerciais. Para ele, a situação ainda não normalizou.

Quanto à narração identificada, como das rádios Pachola e Coluna do Fla, Vieira entende que se trata de uma opção de mercado. Porém, ao mesmo tempo, considera uma função arriscada, justo pela falta de oportunidades. Narrar apenas para um time pode ser desastroso financeiramente.

Você tem que fazer tudo. Não digo, mas, ah, trabalho na rádio do São Paulo, na rádio do Corinthians, na rádio do Atlético Mineiro, acho legal você fazer várias coisas, né, não ficar numa coisa só, porque depois o time fica pelo meio do caminho e você tá de férias. E aí, a hora que chegar a conta da luz, você vai ter dinheiro pra pagar? (VIEIRA, 2021).

Doni Vieira diagnosticou, pelo menos em São Paulo, um mercado com pouca renovação de narradores e, ao mesmo tempo, de mínimas oportunidades. E nesse espectro, como já tem sido abordado neste trabalho, há a questão da narração feminina que Vieira (2021) considera um trabalho legal. Contudo, entende que precisa ser lapidado.

A narradora tem que ter uma voz bacana, não pode querer impostar a voz, essa é a minha opinião, né, mas é, eu acho que é um mercado que tá vindo aí. Só que tem que ser pessoas do ramo, né, não adianta querer ser fora do ramo e aí querer fazer isso, né? Tem que, pelo menos, ter um pouquinho de noção (VIEIRA, 2021).

Doni Vieira defende que, na atualidade, o narrador pode e deve exercer diferentes funções. Até porque o mercado estaria exigindo versatilidade. É útil, na sua visão, um profissional que saiba narrar, reportar ou comentar, por exemplo. Mesmo assim, admite, que sempre atuou com o microfone, seja em AM, FM, gravando áudios ou operando mesa de áudio. Deve-se “abrir o leque” (VIEIRA, 2021).

6.6.4 Doni Vieira no contexto do rádio expandido e o futuro da narração de futebol

Atualmente, na Rádio Capital, Doni Vieira narra com o mesmo estilo empregado anteriormente na Rádio Craque Neto. E, da mesma forma, suas transmissões também são compartilhadas através de plataformas digitais. Na sua opinião, o YouTube “tirou muito o brilho do narrador, eu confesso, sabe. Porque o YouTube é com imagem, né. E aí, entregou muito a sua cara, os gestos quando você faz quando tá narrando” (VIEIRA, 2021). O que se “escondia” no rádio, anos atrás, atualmente, é “entregue” para o ouvinte ou seguidor (VIEIRA, 2021). Por outro lado, o narrador continua sendo o comandante da transmissão. E afirma: “hoje, o narrador é a principal peça das irradiações” (VIEIRA, 2021). Vieira revela que, no início, quando começou a narrar na Craque Neto com a presença de câmeras, sentiu incômodo, mas, na medida que foi transmitindo, acostumou-se. “Depois, como foi fluindo, foi saindo, foi andando o negócio, aí ficou bacana, entendeu?” (VIEIRA, 2021).

No seu entendimento, as transmissões de *web* rádios como a Craque Neto ainda podem ser consideradas radiofônicas, pois, como reforça, o que se produz, ainda, é o tipo de narração raiz, apesar da preocupação que demonstra em relação à nova safra que está surgindo. “Se você perguntar aqui em São Paulo pra algum narrador de rádio *web* se eles conhecem o Osmar Santos, tem algum que não vai saber nem quem é porque falam que agora é a nova geração” (VIEIRA, 2021). Doni Vieira admite que dificilmente posta conteúdos nas redes sociais durante as transmissões de jogos. Geralmente, Vieira acessa seus perfis para compartilhar vídeos de suas narrações ou para chamadas. Nas irradiações, no entanto, assim como convida os ouvintes para que participem de sorteios, também convoca para acessarem, curtirem ou compartilharem conteúdos ou páginas relativas ao seu trabalho e da emissora em que atua. “Então, lá no Neto, a gente dá bola, a gente dá camisa de time, então isso chama muito pro cara ficar também. Às vezes, o cara não quer nem ver a narração, ele quer ganhar o prêmio” (VIEIRA, 2021).

Quanto ao popular *off tube*, Doni Vieira (2021) afirma: “pra mim, tá tudo igual. É seis por meia dúzia, viu?”. E amplia:

É bacana, no estádio é show de bola, né, porque você sai, você vê o que tá acontecendo ali, mas, hoje em dia, com *off tube* também, pra mim, tá tudo igual. Até prefiro o estúdio porque você vai, faz ali e vai embora e, em meia hora, você tá dentro da sua casa. Você tem que viajar é um baita dum estresse, né, aquela coisa toda. Aqui em São Paulo, ninguém mais viaja não porque, primeiro porque não pode ir, segundo porque é gasto, né, você mandar, hoje, uma equipe para Porto Alegre, aqui de São Paulo, vai narrador e um repórter, o comentarista fica no estúdio e, pelo menos, um operador, já são três pessoas.

O gasto aí é grande. É passagem de avião ida e volta, cachê de alimentação, hotel, pra mim acabou isso aí, dificilmente vai voltar (VIEIRA, 2021).

Sobre o futuro da narração e se é possível criar algo diferente, Doni Vieira enfatiza que a locução de futebol no rádio está eternizada, mesmo com as plataformas como o YouTube, ainda que já se tenha tentado alterar ritmo, velocidade, grito de gol, segundo ele, não há o que se fazer, no caso da narração descritiva. E Doni Vieira reforça que as transmissões por YouTube, na verdade, estão “tirando o brilho de detalhes”, por exemplo, como do giro de tempo e placar. “Por que não gira? Porque o tempo e o placar tá na tela do YouTube, como se fosse uma televisão” (VIEIRA, 2021). Segundo ele, se a pessoa está apenas ouvindo, seja pelo aplicativo ou pela *web*, aí o modelo anterior de chamar o giro de cinco em cinco minutos ainda funciona. Com todos os recursos disponíveis para transmissões em plataformas, funções como o plantão esportivo podem estar ficando obsoletas.

6.6.5 Análise: Doni Vieira

Além de narrar futebol, Doni Vieira está capacitado para atuar sob diferentes tipos de locução. Essa versatilidade lhe garante uma série de variações interpretativas da voz. Isso facilita sua adaptação para transmitir tanto um jogo pelo rádio, que possui um ritmo mais acentuado, quanto pela televisão, mais lento. Doni Vieira tem uma voz, principalmente, de característica jovem. Porém, pode empreender, também, uma locução *voice-over* e caricata, levando em consideração a gravação de vinhetas, comerciais e leitura de textos publicitários ao vivo. Trata-se de um narrador misto entre conotativo e denotativo e livre e orientado.

Dos cinco combustíveis para a narração, Vieira destaca-se em emoção, carisma e valorização da palavra falada. Possui um ritmo acelerado, mas também é linear a trabalha as zonas de tensão, intermediária e atenção, dependendo da posição da bola e das equipes. Procura adequar-se, portanto, aos lances de uma partida, sob uma variação interpretativa. Seu grito de gol é intenso e longo, antecedido pelo bordão “é bola na rede!”. Logo após, mantendo velocidade, Doni faz o retrospecto de todo o lance que ocasionou o gol e passa a vez para o repórter ou comentarista.

Para evitar a repetição de observações e constatações, pelo fato de que as transmissões pela Craque Neto ocorrem via *off tube*, foi analisada uma partida, no caso, confronto com a vitória do Corinthians sobre o Sport por 2 a 1, válida pelo Campeonato Brasileiro, no dia 24 de junho de 2021. A *live* começa com o Pré-Jogo, já com a participação de Doni Vieira,

acompanhado do jornalista Fuad Ali, que traz informações sobre a rodada do Campeonato Brasileiro. Em seguida, juntam-se Sidnei Fraiole e Neto, que fecham a equipe para o compromisso. O ambiente das transmissões, conforme observado, foi configurado aos moldes dos cenários de canais de *podcast*. Basicamente, a tela da Craque Neto, além do plano geral que compreende o enquadramento da mesa onde encontram-se os comunicadores, no campo superior direito da tela, está fixado um *picture-in-picture*²²⁶ de um primeiro plano de Neto, que capta de maneira exclusiva as reações do comentarista. O cenário é composto por uma série de outros elementos tais como: uma mesa alusiva a um campo de futebol, onde os integrantes reúnem-se com seus microfones e retornos. As paredes são decoradas por um painel com desenhos de hexágonos de uma bola de futebol, e uma bandeira com o logo da rádio, ícones das demais redes sociais, e, como destaque, ainda, uma réplica da taça do Mundial de Clubes, em referência ao título do Corinthians, conquistado em 2012. Chama atenção, também, para as acomodações dos integrantes, postados em cadeiras do estilo *gamer*, muito populares entre os produtores de conteúdo da internet. Em cima da mesa de trabalho, estão espalhados diversos produtos dos patrocinadores e prêmios como bolas, que são sorteadas ao longo das transmissões. O ambiente da Rádio Craque Neto, portanto, pode ser considerado um retrato de canal voltado para a produção de *podcast*, no caso, ao vivo. Quanto aos elementos parassonoros, devido a toda essa gama de recursos visuais que o próprio cenário já oferece, estão presentes em menor número, localizados na parte superior. Na esquerda, há um painel dos logos de patrocinadores. No meio, o painel de tempo e placar, com os escudos das equipes. E, abaixo, à direita, o logo da rádio.

Considera-se que há, sim, um processo de radiomorfose complexo, já que reúne uma série de características e linguagens que convergem em um meio, levando em conta elementos televisivos e radiofônicos, misturados em um formato *web*. Assemelha-se a uma conversa de bar, manejada por um narrador de futebol. Em meio a essa transmissão, acontecem as discussões paralelas: a linguagem, principalmente no caso de Neto, é coloquial, são proferidos alguns palavrões, provocada graça. Há o xingamento, a reclamação e a vibração. Mas também há a informação e a produção desse conteúdo. Como referido, Doni Vieira, pelo fato de ser um narrador que atua não apenas no rádio, mas na televisão, utiliza a câmera e se comunica com os internautas, através de recursos expressivos com a intenção de engajar públicos e obter novos seguidores, o que pode significar retorno financeiro para o canal. Ao longo da narração de

²²⁶ Trata-se de um vídeo dentro de outro.

Corinthians e Sport, constatou-se que Doni Vieira, em várias oportunidades, dirigiu o olhar para a câmera para dialogar com o público. A Figura 45 ilustra a postura do narrador Doni Vieira pela Rádio Craque Neto. Ele desvia o olhar do monitor do jogo e chama atenção do público que, instantaneamente, participa do *chat*, à direita da imagem.

Figura 45 - Doni Vieira conversa com a galera



Fonte: Rádio Craque Neto (2021).

De fato, a expectativa gerada pela distribuição de prêmios engrandece a participação de ouvintes/espectadores, estratégia que, na verdade, já é antiga em termos de meios de comunicação, incluindo o rádio. Vieira, sempre que possível, enquanto atuou pela Craque Neto, incentivou que as pessoas que estivessem assistindo confirmassem suas inscrições no canal, ativando todas as notificações. No caso do jogo do Corinthians, Vieira, de forma improvisada, insistiu em frases estratégicas como: “Vamos mandar abraços pra galera do Brasil”, “Vai dando *like* na transmissão, têm presentes pra você”.

Doni Vieira, segundo o conteúdo analisado, comprovou que não é, realmente, um narrador de bordões e frases de efeito exageradas. Até pela característica mais ampla do canal, a sua narração engloba paixões clubísticas de todo o país, o que o leva a priorizar as questões mais relacionadas à parte técnica da narração, vibração e emoção. Por isso, podem ser identificados os usos de recursos expressivos como a universalização, na qual identifica e define grupos, no caso, os times, a redundância, no caso frequente das solicitações de inscrição, de *likes* no canal, a inclusão, quando se coloca como parte de uma totalidade, a divisão, na qual recupera um lance, principalmente após o gol, numa forma descritiva, e, ainda, figuras como comparação, metáforas e antonomásia. No primeiro gol do Corinthians, por exemplo, ao

terminar o relato, aos 49 minutos do primeiro tempo, utiliza um clichê de tópico no momento que afirma que o achado do “Timão” foi “do jeito corinthiano, no jeito sofrido, empurrado, daquele jeito sofredor”.

No que consta à linguagem radiofônica, a Craque Neto segue uma linha paulista de transmissão, sem reverberação, variadas trilhas, vinhetas, efeitos e som de torcida, ao fundo. Não é realizado, entretanto, o giro do tempo e placar.

Diante de um mercado cada vez mais voltado para os profissionais multitarefas, ainda que sua linha de trabalho predomine entre os campos da apresentação e narração, Doni Vieira demonstrou, conforme analisado, que é versátil. Mesmo que seu estilo siga um formato mais clássico, ou “raiz”, como auto diagnosticou, Doni Vieira consegue dialogar não apenas com um público ouvinte, mas com quem também consome imagens. Se na questão da narração de futebol pode-se dizer que ele não indica uma via alternativa, ao menos, ele representa um caminho que enfatiza a necessidade de adaptação dos narradores em um contexto de rádio expandido, no qual os caminhos da convergência levam a outros meios.

6.7 Alberto Rodrigues: o Vibrante

Alberto Rodrigues Lima, ou apenas Alberto Rodrigues, conhecido como Vibrante, é natural de Divinópolis, Minas Gerais, porém, criado em Araxá, próximo à região do Triângulo Mineiro. Nasceu no dia 7 de agosto de 1939. Rodrigues garante que aprendeu a narrar jogando botão, quando garoto. Foi em Araxá, entre 15 e 16 anos, pela Rádio Imbiara²²⁷, que começou a irradiar jogos de equipes locais. Mais tarde, rumou para Belo Horizonte. No princípio, houve muita dificuldade para conseguir a tão sonhada oportunidade. Mas, em 1963, Alberto Rodrigues obteve seu primeiro emprego com carteira assinada, pela Rádio Itatiaia. Na sequência, o Vibrante transferiu-se para a Rádio Inconfidência, onde permaneceu 10 anos. Nessa emissora, foi repórter, redator e obteve seu registro de jornalista. Lá, também atuou como comentarista, apresentador, abridor de jornadas e narrador.

Em 1978, Alberto Rodrigues retornou à Itatiaia, onde permanece até a atualidade, somente fazendo narração.

Já completei, este ano, em agosto, agora, 82 anos de idade. Talvez eu seja (risos) o locutor mais idoso, ainda, trabalhando na imprensa, no rádio

²²⁷ Atualmente, opera na frequência modulada 91,5.

brasileiro. Talvez seja eu, José Carlos Araújo, do Rio de Janeiro, os mais idosos, ainda, trabalhando no rádio (RODRIGUES, 2021).

Segundo Rodrigues, desde muito cedo, ele já dava demonstrativos de que se tornaria um narrador de rádio. “Eu era um fanático pelo rádio, pelas narrações de rádio. Por isso que eu jogava meu botãozinho e minha mãe dizia, ‘esse menino vai ser locutor’, e foi locutor (risos)” (RODRIGUES, 2021). Alberto Rodrigues sempre ouviu muito rádio. E surgiram suas primeiras influências, principalmente, dos narradores Pedro Luiz e Jorge Curi. Rodrigues recorda muito bem da época que ouviu toda a Copa do Mundo de 1958 pelas ondas radiofônicas. E seu apreço pela narração, especialmente de Pedro Luiz, foi muito importante no princípio de sua carreira, no desenvolvimento do seu estilo. “Então, eu ouvia o Pedro Luiz que eu gostava e admirava demais. Inclusive, numa das Copas do Mundo, posteriormente, em 1986, no México, ele foi um dos meus comentaristas nas narrações dos jogos do Brasil” (RODRIGUES, 2021).

Além do rádio, Rodrigues também atuou na política. Foi eleito vereador, em 2004 e, em 2008, foi reeleito na capital mineira. Em 2010, ainda trabalhou como secretário estadual de Esportes e Juventude, ao longo de um ano. Novamente, ressalta-se que a intenção deste trabalho é focar na atuação de Rodrigues no rádio da atualidade. Portanto, para maiores aprofundamentos biográficos, recomendam-se, mais uma vez, as obras Enciclopédia do Rádio Esportivo Brasileiro (2012) e Enciclopédia do Rádio Esportivo Mineiro (2014), ambas organizadas pelas pesquisadoras Nair Prata e Maria Cláudia Santos, que ampliam informações sobre a vida e trajetória de Alberto Rodrigues.

Em 2021, surgiram uma série de especulações sobre possível aposentadoria de Rodrigues, já que houve uma histórica mudança de comando na Rádio Itatiaia, comprada pelo empresário Rubens Menin²²⁸. O anúncio oficial ocorreu no dia 13 de maio do mesmo ano²²⁹. Fundada no dia 20 de janeiro de 1952, a Itatiaia pertenceu à família Carneiro ao longo de quase

²²⁸ Rubens Menin Teixeira de Souza, natural de Belo Horizonte, é considerado um empresário de sucesso no Brasil. É cofundador da MRV Engenharia, fundador do Banco Inter e da CNN Brasil. Adquiriu 100% da Rádio Itatiaia.

²²⁹ Fundada pelo jornalista Januário Carneiro, a emissora seguiu de posse da família quando, em 1994, Emanuel Carneiro assumiu o controle. O site oficial da emissora deu destaque para o acontecimento, na matéria intitulada Rádio Itatiaia é comprada pelo empresário Rubens Menin: ‘Patrimônio de Minas Gerais’. Na oportunidade, Emanuel Carneiro (2021) declarou: “É um dia especial. Depois de um trabalho de quase 70 anos, a Itatiaia muda seu comando. A família Carneiro está se afastando da direção da Rádio Itatiaia e passando o controle para um empresário bem-sucedido, reconhecido, pensando na continuidade, na preservação dos valores estabelecidos por Januário Carneiro [fundador]”.

70 anos. Em entrevista²³⁰ para Thiago Madureira (2021), publicada no dia 4 de agosto, Rodrigues declarou:

Conversei com o Diogo Gonçalves (presidente da Itatiaia) e o João Vitor Xavier (vice-presidente) há cerca de 20 dias. Eles me falaram que queriam contar comigo por mais tempo. Eu tinha combinado com o Emanuel Carneiro que sairia após o Campeonato Mineiro deste ano, mas resolvi ficar mais um tempo. Apesar da idade, sinto-me bem narrando, gosto do que eu faço (RODRIGUES, 2021).

De acordo com Madureira (2021), aconteceram algumas demissões na Itatiaia, mas Alberto Rodrigues permaneceu. “Eu vou ficar enquanto me sentir bem, o combinado foi esse. Se eu vir que não estou rendendo como posso, se começar a faltar voz no rádio, eu converso com a direção e peço para sair. Eles têm essa liberdade comigo também” (RODRIGUES, 2021).

Alberto Rodrigues, com 82 anos, é um dos poucos narradores paradigmáticos em plena atividade e, por enquanto, sem previsão de encerrar seu ciclo. E para qualquer dúvida que pudesse ainda pairar sobre a situação do narrador, a própria Rádio Itatiaia publicou uma matéria²³¹ no seu site, no dia 25 de novembro, intitulada Vibrante Alberto Rodrigues permanece na Itatiaia em 2022, confirma presidente da rádio.

A Rádio Itatiaia opera nas frequências AM 610 kHz e FM 95,7 MHz, além de diversas outras plataformas. Basicamente, a programação dedica-se ao jornalismo, entretenimento e esportes. É, atualmente, a rádio de maior audiência²³² do estado. No caso específico do futebol, segue a linha tradicional mineira da narração identificada. Além de Alberto Rodrigues, narrador do Cruzeiro, atuam pela Itatiaia Enio Lima, representando o América Mineiro, Mário Henrique Caixa, pela torcida do Atlético, Milton Naves, que transmite jogos da Seleção Brasileira e Antônio Carlos como narrador neutro. Todos são contratados com carteira assinada.

6.7.1 Alberto Rodrigues: técnicas e estilos

Como ressaltado na introdução sobre o Vibrante, suas principais influências que ele denomina de os “grandes locutores do passado” (RODRIGUES, 2021), moldaram o início de

²³⁰ Disponível em: <https://www.msn.com/pt-br/esportes/futebol/alberto-rodrigues-comenta-futuro-na-itatiaia-e-detona-time-do-cruzeiro/ar-AAMTKPJ>. Acesso em: 3 dez. 2021.

²³¹ Disponível em: <https://www.itatiaia.com.br/noticia/vibrante-alberto-rodrigues-permanece-na-itatiaia-em-2022-confirma-presidente-da-radio>. Acesso em: 3 dez. 2021.

²³² Conforme dados obtidos através do portal rádios.com.br, em novembro de 2021. Disponível em: https://www.rádios.com.br/relatorios/stat_2021-11_regiao_13-149. Acesso em: 29 nov. 2021.

sua trajetória, em especial, Pedro Luiz. Foi através, portanto, da audição, das brincadeiras de garoto com os jogos de botões e, mais tarde, das primeiras experiências com o microfone que nasceu o narrador Alberto Rodrigues.

Evidentemente que quando a gente entrou no rádio, realmente, profissional, a gente foi adquirindo a nossa característica, a característica própria do locutor. Mas, todo o locutor, todo o grande locutor teve no passado, eu acho que teve no passado, um locutor que ele gostava, que ele admirava, como eu, que admirava vários e vários locutores do passado (RODRIGUES, 2021).

Rodrigues compreende que todo o locutor além da capacidade de descrever os lances de um jogo de futebol, também precisa incluir elementos que, de alguma forma, chamem a atenção dos ouvintes, como os bordões, por exemplo. Ele revela que tinha uma mania: colocar apelidos nos jogadores.

O Alex, aquele camisa número 10, vocês devem conhecer, aí no Sul, grande jogador, era um Talento Azul. Era o Talento Azul quando jogava aqui pelo Cruzeiro. E assim, outros jogadores. O Ronaldinho, que começou aqui, em Belo Horizonte, com os seus 16, 17 anos, eu o chamava de o Garoto de Ouro do futebol mineiro. E assim foram vários outros jogadores que apareceram, por exemplo, hoje, o Marcelo Moreno, *El Flechero Azul*, que é o apelido dele, todo mundo sabe o seu apelido, *El Flechero*". Assim, eu tinha essa mania. Tinha um jogador chamado Ricardinho no Cruzeiro que era o Mosquitinho Azul porque ele tinha essa característica de mosquitinho, tava sempre movimentando em todo o campo e tal (RODRIGUES, 2021).

Para Alberto Rodrigues, a narração é muito mais um dom do que técnica. No seu entendimento, "você já nasce com aquilo". Para ele, a função é completamente distinta da reportagem, comentário ou plantão. Lógico, garante, que o narrador se aprimora com o passar do tempo, mas, para ele, não é algo como aprender a fazer reportagem em um curso de Jornalismo. Não funciona assim com a narração esportiva, conforme sua compreensão. É possível adquirir conhecimentos vocálicos através de cursos de cantos, mas, ele enfatiza: "Eu tenho 82 anos de idade, tenho praticamente carteira assinada profissionalmente quase 60 anos de narração, estou aprendendo até hoje. Você aprende até hoje" (RODRIGUES, 2021).

Rodrigues afirma que se preocupa muito com a questão da voz. Entre uma hora e meia, duas horas antes de alguma transmissão, procura ingerir líquido, evitando gelados, tudo isso aliado a técnicas de preparação que, garante, aprendeu com o tempo. O Vibrante também planeja a jornada, produz a abertura, e organiza a lista das equipes e outras informações relevantes de determinado jogo, como mostra a Figura 46 (próxima página).

Figura 46 - Planilha do Vibrante

DIA 11 MAR 21 4:12 RODADA 10 TURNO C/IMP BANGUELAO
 = ERIC B. ESTRELA/ALVARO COSTA/INGAS 20/21

1. FABIO	10. DOUTOR PASTO
2. CACERES	IVAN
4. RAMON	2. FELIPE
14. BLOCK	3. EDNEI
6. MATEUS BENEKA	15. MARCOS JR
15. ADRIANO	17. RICHARD
27. RUMULO	20. FESSIN
28. GILMARIO CLAUDINO	21. MOISÉS
41. MARCELO	23. COLTON
27. W. NAM	45. JONAS VARGAS
18. THIAGO	86. MACELO HAMMER
28. FAVANI	95. ANTONIO LUIZ
20. MATEUS FERREIRA	98. TALE
9. MARCELO MARINO	10. CARLOS
20. B. F. P.	71. THIAGO
SIC VALENTI LUXEMBURGO	31. THIAGO ALMEIDA
ALB. WAGNER DO NASCIMENTO	25. KEVIN
N. ALBERTO RODRIGUES	SIC GILSON KLEINA
C. GABRIEL BRAGA	IVAN
J. SAMUEL VENANCIO	10/11 ATME X ATLETICO PR
ENRIQUE PANCIENTI - F	N. EMILIA/C EBU PAZ
THIAGO REIS SILVA	P. EMERSON LOMANO/ALVARO
ANDRE MARCIO VASCONCELOS DE FREITAS	10/11 VIBRANTE X SUPREMACIA
AVCUNA - RAFAEL CINTILLO	RONDON 20
DE. RICARDO DOMINGOS MOURA	PP 20

Fonte: Rodrigues (2021).

“Eu tenho todos os meus jogos narrados, desde 63 até hoje, com todos dados pertinentes em pastas, por ano, até 2020. No fim do ano, faço uma pasta de 21” (RODRIGUES, 2021).

6.7.2 O Vibrante em meio às plataformas digitais e os impactos da pandemia

De acordo com o gerente de engenharia da emissora, Allan Carvalho (2021), o aplicativo utilizado pela rádio para as *lives*, a exemplo da Super Tupi, no Rio, e Bandeirantes, em São Paulo, é o *vMix*. Carvalho acrescenta, ainda, que as transmissões para as plataformas são produzidas por uma empresa contratada, a LABE, diretamente da sede da rádio, em Belo Horizonte. Dos estádios, as imagens das câmeras, simplesmente, são enviadas e processadas, na sequência, com toda a parte gráfica. O aplicativo é operado sob uma licença, que possibilita o uso de mais recursos do que oferece o programa *free*.

Carvalho ressalta que, ele próprio, tem acompanhado os técnicos de externas em jogos nos estádios para orientá-los sobre o uso das novas tecnologias. Contudo, o que mais importa, ainda, segundo ele, é a qualidade de som das transmissões.

O carro principal é o áudio de qualidade. A obrigação principal é o áudio. Vídeo a reboque, trabalhei em televisão muitos anos. Já testei diversas formas, com note, câmeras no note, já testei direto do estádio e as câmeras separadas para emissora (CARVALHO, 2021).

O processo acontece da seguinte forma. As imagens são enviadas à LABE, através de um notebook. Para lidar com a questão do *delay*, a Itatiaia utiliza o aplicativo *Larix*, que tem, justamente, a função de apresentar um baixo atraso da chegada de som. “Casar os áudios e vídeo entre estádio e estúdio não fácil” (CARVALHO, 2021). Durante muito tempo, as transmissões da Itatiaia pelas plataformas como YouTube se restringiam a um *banner* estático e com a reprodução de som.

Atualmente, a rádio mantém um leve efeito de *reverb* durante as jornadas, sendo que há diferenças de intensidade entre as ondas AM e FM. Mas esse brilho na narração, aplicado pelo próprio operador de mesa de áudio, é bem sutil. Trata-se de uma plástica clássica do rádio mineiro, assim como no Rio de Janeiro.

Mesmo que a qualidade de som seja a prioridade, nos últimos anos, a Itatiaia nunca deixou de investir nas plataformas digitais e mídias sociais. Carvalho (2021) enfatiza que tudo isso faz parte da estratégia da rádio para atingir novos públicos. Em 2020, a até então diretora de esportes Ursula Nogueira²³³, já havia ressaltado que, mesmo em tempos de pandemia, contratações e novos investimentos para suprir conteúdos nas redes e no site continuaram acontecendo (GÖTZ e COSTA, 2020).

Sobre narrar em frente a uma tela, Alberto Rodrigues encara a função com naturalidade, sem problema algum.

[...] no Mineirão, e às vezes até em São Paulo, quando tinha condições, no Rio de Janeiro, quando tinha condições, tinha uma espécie de uma *live*. Se narrava e aparecia a sua careta como está aparecendo agora aí, pra você, para o “zap”, internet, Twitter, não sei o que, uma *live* tava aparecendo. Não Twitter, né (risos) outra coisa, parece que eu troco os nomes, né (risos)... Nós estávamos transmitindo assim. Você ouvia a minha voz e via também a minha careta. Agora, na pandemia, também voltou ao normal, só a voz... Negócio evoluiu tanto e vai evoluir mais tanto ainda que a gente não sabe como é que vai acontecer (RODRIGUES, 2021).

²³³ Atualmente exerce o cargo de diretora da Rede Itasat e emissoras afiliadas.

Conforme Alberto Rodrigues, mesmo com imagens, como vem ocorrendo, as transmissões por plataformas não deixam de ser radiofônicas. As imagens estão ali, mas a linguagem permanece.

Para alguns narradores, a pandemia prejudicou, principalmente, na questão da ausência de torcedores nos estádios. Alberto Rodrigues (2021) define a crise mundial de Covid-19 como “uma desgraça”. Integrante de grupo de risco, pela idade, também foi preservado pela Rádio Itatiaia, mas, ainda assim, ele revela que contraiu a doença.

Eu já tive Covid, no ano passado, já tomei duas doses da vacina e vou ter que tomar a terceira, eles tão falando, pra tomar a terceira. Então, eu já tirei a minha imunidade. Hoje, é de 80%. Você faz aquele exame de imunidade, fica três dias para fazer. Graças a Deus, eu tô bem, pela idade, eu tô bem. E assim, nós vamos melhorando. Foi um negócio que destruiu muita gente (RODRIGUES, 2021).

Recuperado, aos poucos, retornou às atividades normais e, com a liberação de torcedores e imprensa nos estádios de Belo Horizonte, voltou empunhar o microfone da Itatiaia para cobrir os jogos do Cruzeiro.

6.7.3 Mercado e o futuro da narração, segundo o Vibrante

Alberto Rodrigues (2021) afirma que “o futuro da narração no rádio tá em perigo”. O principal motivo, segundo ele, é “porque não tá aparecendo mais gente para narrar futebol. Hoje, tudo é televisão, né? Pela televisão é muito fácil de narrar futebol” (RODRIGUES, 2021). Pesam, também, a situação econômica do Brasil e a crise pandêmica, desde março de 2020.

Rodrigues reconhece todo o esforço da Rádio Itatiaia que segue escalando narradores, repórteres e técnicos para transmissões fora de Belo Horizonte, algo cada vez mais raro na atualidade do rádio brasileiro.

Eu sei, por exemplo, Itatiaia, Gaúcha, se têm outras aí, mesmo Rio de Janeiro e São Paulo, onde o rádio era a grande sensação, anos atrás. Hoje, não acontece isso. Por quê? Tem a facilidade também, eletrônica, a facilidade de ter condições plenas pra se fazer dentro de um estúdio. Mas, não é aquilo que às vezes o torcedor gosta, de ouvir o ruído, de ouvir outras informações fora do estúdio, então, e assim vai. E, agora, como é caro fazer uma transmissão fora, a empresa paga passagem aérea, paga hotel, comida, uma série de coisas, táxi, uma transmissão não fica barata, né? Quando, por exemplo, o Grêmio vai jogar em Belo Horizonte, se vier um locutor aí do Rio Grande do Sul, não é barato (RODRIGUES, 2021).

E as transmissões *in loco*, jornalisticamente, em tese, aumentam o grau de credibilidade dos meios. Por exemplo, em um duelo entre Vasco da Gama e Cruzeiro, no dia 19 de setembro de 2021, válido pela Série B do Campeonato Brasileiro, a TV Globo cometeu uma gafe pela qual, inclusive, o narrador Luís Roberto acabou pedindo desculpas publicamente. Aconteceu que, segundo matéria do site Lance²³⁴ (2021), a equipe de transmissão da emissora não havia se dado conta de que o gol de Daniel Amorim, que seria o segundo do Vasco, tinha sido anulado. No final, Ramon Menezes marcou um gol para o Cruzeiro. Porém, apenas no final, a Globo reconheceu que a partida havia terminado com o resultado de empate: 1 a 1.

Gente, por favor, é importante pedir um milhão de desculpas aos torcedores do Cruzeiro e Vasco. Por conta da pandemia, estou narrando do estúdio e, para mim, o gol valeu. Para nós do estúdio, o gol do Daniel Amorim havia sido validado. Então, estou pedindo desculpas em nome de todos nós, porque eu, realmente, não sabia que o gol havia sido anulado. Para nossa transmissão, o jogo estava 2 a 0 para o Vasco (LUÍS ROBERTO, 2021).

Ao contrário da TV Globo, Alberto Rodrigues e a equipe da Itatiaia²³⁵, presentes no estádio São Januário, relataram todos os fatos, desde a anulação até a confirmação correta do placar final.

Entre as vantagens e desvantagens de se narrar na atualidade, os fatores mais positivos para Rodrigues são as facilidades permitidas pela tecnologia. Ele relembra das enormes dificuldades técnicas de décadas passadas para irradiar um jogo. Apesar do sentimento de saudosismo de muitos ouvintes em relação ao chiado característico do rádio AM, em decorrência da clareza proporcionada pelos equipamentos de hoje, para os narradores, as condições, seja do estúdio ou do estádio, são muito mais favoráveis.

Antigamente era bem mais difícil. Eu, por exemplo, quando comecei a narrar futebol, por volta de 1963, profissionalmente, a gente quando, às vezes, ia para algum lugar, você tinha que pedir um telefone emprestado pra você fazer a transmissão. A vizinha, né, “por favor, me empresta o telefone porque nós temos fazer uma transmissão para Belo Horizonte e tal”, e assim muitas coisas (RODRIGUES, 2021).

²³⁴ Disponível em: <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/luis-roberto-pede-desculpas-apos-gafe-globo-vasco-cruzeiro-nao-sabia-que-tinha-sido-anulado.html>. Acesso em: 12 dez. 2021.

²³⁵ A transmissão foi realizada apenas com a imagem de um banner e o som da emissora. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=UdPv7FC_Q40. Acesso em 12 dez. 2021.

É importante ressaltar que Rodrigues, diferentemente de outros narradores destacados neste trabalho, usufruiu da vantagem de acompanhar duelos do Cruzeiro em outros estados, pelo poder de investimento que permite bancar uma série de despesas. A grande realidade é que, principalmente com a pandemia, emissoras aqui estudadas como a Rádio Pachola, mesmo com o retorno do público e liberação de presença da imprensa, preferiu, ainda, por questões de logística, investimento e qualidade técnica, irradiar por tubo, de sua sede. Claro, são duas realidades distintas, meios de comunicação de portes amplamente diferentes.

Agora, do rádio, é que eu tô, realmente... Engraçado eu tô aqui com 82 anos de idade. A Itatiaia faz de tudo para que eu fique mais um pouquinho aí, por quê? Porque não tem outro pra aparecer. Isso é, não estou me gabando, viu, Ciro, é que é uma questão de muitos anos de ser narrador. Eu, por exemplo, sou narrador há muitos anos, mais de 40 anos, só de jogos do Cruzeiro. Então, todos os grandes títulos do Cruzeiro eu narrei. Isso me deixou como se eu fosse um ídolo da torcida do Cruzeiro. Como se fosse um grande jogador que passou pelo Cruzeiro. Então, a torcida, até hoje, gosta de me ouvir (RODRIGUES, 2021).

É da cultura do rádio mineiro a identificação clubística que, percebe-se, principalmente através de *web* rádios, vem ganhando força. Este próprio trabalho confirma isso, já que três dos oito narradores estudados atuam em emissoras clubistas. Mas isso, no rádio hertziano, já é fato consumado em Minas Gerais, há décadas. Cada torcida de Atlético, Cruzeiro e América possui seu narrador representante.

Conforme conta Rodrigues, a narração identificada em Minas Gerais cresceu a partir de 1978, época que ele estava na Inconfidência e, logo, trocava de dial, voltando para a Itatiaia. A concorrência era pesada. Na Itatiaia, por exemplo, o narrador Jairo Anatólio Lima entrou para a história como um dos grandes locutores mineiros e do Brasil. E, antes, explica Rodrigues, eram acompanhados sem preferências clubísticas. Isso, aos poucos, começou a mudar, segundo Rodrigues, a partir de Vilivaldo Alves. Alves narrava tanto partidas do Cruzeiro como do Atlético. Porém, acrescenta o Vibrante, que a torcida do Atlético gostava mais de Alves e a do Cruzeiro nem tanto.

[...] quando eu fui para a Rádio Itatiaia, tava saindo da rádio o Vilivaldo Alves, foi para outra rádio. Era o narrador do Atlético e do Cruzeiro. Mas, ele tinha uma tendência mais de atleticano. A torcida do Atlético gostava mais dele e a torcida do Cruzeiro não gostava tanto. Quando eu voltei para a Rádio Itatiaia, em 1978, a rádio contratou um narrador chamado Willy Gonser, que é sulista também. Ele começou no rádio aí, em Porto Alegre. Willy Fritz Gonser. Você vai ver esse nome aí porque foi um grande narrador de futebol. Ele veio pra

rádio, em 1978, com a saída do Vilibaldo, então a rádio resolveu fazer o seguinte: os jogos do Atlético, quem vai narrar os jogos do Atlético vai ser o Willy Gonser, e os jogos do Cruzeiro vai ser o Alberto Rodrigues, que o Alberto já tem uma “tendenciazinha” de Cruzeiro, né? Isso deu certo e, hoje, a audiência da rádio, antigamente dividia com a Rádio Inconfidência, com a Rádio Guarani, que existiam essas rádios ainda (RODRIGUES, 2021).

Essa forma fez tanto sucesso, conforme Rodrigues, que a audiência da Itatiaia cresceu exponencialmente. Chegava a “noventa e tantos por cento numa partida de futebol. Então, deu certo demais, esse casamento deu certíssimo.” (RODRIGUES, 2021). Rodrigues explica que, quando havia jogos de Cruzeiro e Atlético no mesmo horário, Gonser e ele revezavam a narração de lances. Quando ocorrem clássicos entre Cruzeiro e Atlético, cada um dos narradores identificados, Alberto Rodrigues (Cruzeiro) e Mário Henrique Caixa (Atlético), narra 45 minutos.

Rodrigues reconhece que, na própria Itatiaia, existem narradores que poderiam substituí-lo. Contudo, somado à escassez do mercado, segundo ele, e sua identificação histórica, ainda demorará muito tempo para que um narrador ocupe seu posto, como ocorreu no caso de Mário Henrique Caixa, atualmente consagrado, que foi efetivado no lugar de Willy Gonser, após sua aposentadoria.

Para o Vibrante, a narração feminina surge como uma opção, mas muito mais destacada, por enquanto, na televisão. E, principalmente no caso do rádio, é necessária uma adequação. “São várias e várias características e a narração feminina vai se adequar mais ainda, sem precisar de gritaria. É um pouco diferente, mas é um negócio bacana demais” (RODRIGUES, 2021). O estilo de narração descritivo, ainda que com bordões, para Alberto Rodrigues já não é mais atrativo para qualquer geração, como algum dia, talvez, tenha sido. O Vibrante entende que a grande audiência da narração de rádio concentra-se na faixa acima dos 35 anos. Já os mais jovens estariam atraídos por outros conteúdos. “Preferem (os jovens) música, o sei o que lá, um monte de coisa, para ter paciência de ouvir pelo rádio” (RODRIGUES, 2021).

De uma forma geral, aí englobando a cobertura esportiva, não somente a narração, Alberto Rodrigues analisa que, principalmente a internet, abriu muitos leques e continuará oportunizando novas alternativas de mercado através de ferramentas como aplicativos, distribuindo a mensagem para todo o planeta. Ele concorda, por exemplo, com um narrador da sua faixa etária, José Carlos Araújo, o Garotinho, sobre o alcance do rádio mundialmente, apesar da manutenção do caráter regional. “Você, hoje, através de um aplicativo, você faz uma

narração e, na China, estão te escutando, o cara manda ‘ô, estou te ouvindo aqui, viu, Alberto’” (RODRIGUES, 2021).

Já tem três dezenas de anos, porque eu tenho quase meio século, mais de meio século que eu falo isso, o “gol, gol, gol” ficou como sendo o narrador do “gol, gol, gol”, entendeu? Mas você tem que fazer outros tipos de coisas na hora do chute, na hora do gol, na hora do drible. Tem que caracterizar de acordo com o momento, de acordo também com aquele pessoal que fica vindo aí para ser o seu ouvinte (RODRIGUES, 2021).

Apesar das dúvidas quanto ao futuro da narração, Rodrigues entende que ainda é possível criar algo diferente. Mas a tarefa, ressalta, não é fácil. Para ele, simplesmente, o narrador precisa se reinventar.

6.7.4 Análise: Alberto Rodrigues

Alberto Rodrigues, levando em conta as classificações propostas por Schinner (2004) e Souza (1994), mistura elementos tanto denotativos como conotativos em sua narração. É um locutor de estilo livre e orientado. Assim como nos casos de narradores paradigmáticos já estudados, até agora, naturalmente, com o tempo, o Vibrante passou de uma locução jovem para um estilo mais caricato e sua voz perdeu a potência juvenil. Percebe-se, na forma como narra, que empreende impostação. Quanto ao ritmo, atualmente, é mais lento, com aceleração em alguns momentos, principalmente, nas zonas de tensão.

Apresenta variação interpretativa e modulação, diante das diferentes zonas do campo, segundo a posição da bola. Dos combustíveis para narração, de acordo com Schinner (2004), a emoção é seu principal atributo, seguido, principalmente, por carisma e liderança. Seu grito de gol pode ser considerado um bordão por si só. Utilizando a teoria musical como analogia, assim que ocorre o gol, Rodrigues, primeiro, grita uma sequência de gols intensamente em forma de *staccato*²³⁶. É semelhante ao que o gaúcho Milton Ferretti Jung fazia, quando narrava pela Rádio Guaíba de Porto Alegre (GÖTZ, 2020). Era sua marca registrada. Ele relatava: “gol, gol, gol” e, na sequência, emitia um grito mais longo. É a mesma lógica, no caso do Vibrante. Porém, se Jung mantinha um padrão de gritar três vezes gol, antes da emissão longa, Alberto Rodrigues

²³⁶ O termo vem do italiano e trata-se de uma notação que provoca um corte no valor original de uma nota. Por isso a analogia à música, pois no grito, a impressão que se tem é que o Vibrante divide o valor original do grito contínuo de gol.

não segue nenhuma ordem. Segundo ele, depende do momento do jogo. Pode ser mais, pode ser menos. O gol narrado por Alberto Rodrigues, geralmente, ocorre da seguinte forma: “gol, gol, gol, gol, gol, gol, gol, gol, gol, goooooool, Cruzeiro!”. Na sequência, ele descreve a origem e a execução do lance, onde recupera o autor do gol e sua respectiva definição. No caso dos gols dos adversários, a intensidade é menor e na descrição, ele deixa transparecer seu incômodo, o que determina o estilo clubista empreendido pelo locutor.

Para esta análise, foram observados dois jogos transmitidos por Alberto Rodrigues. O primeiro, um duelo entre Vasco e Cruzeiro, no Rio de Janeiro, como já abordado anteriormente. O segundo, uma irradiação entre Cruzeiro e Brusque²³⁷, também válido pelo Campeonato Brasileiro da Série B, do dia 9 de novembro de 2021. Antes do caos provocado pela pandemia, do cancelamento de jogos e da proibição do acesso de profissionais aos estádios, a Rádio Itatiaia já retransmitia via plataformas como YouTube e Facebook, inclusive, com câmeras em diferentes pontos, não apenas focando a cabine de transmissão, mas também o posicionamento de algum repórter ou de setores das arquibancadas. Não foi constatado o uso de elementos gráficos de publicidade em ambas *lives*. As inserções comerciais ocorrem apenas de forma sonora, por intermédio de *spots* e pela leitura de textos-foguete por Alberto Rodrigues, com o jogo em movimento.

O exemplo da transmissão entre Vasco e Cruzeiro é amplamente útil para provocar a seguinte discussão: quais são os reais impactos do uso de elementos parassonoros em uma jornada esportiva de linguagem radiofônica, em plataformas digitais? Entende-se essa questão conforme dois pontos de vista. Primeiramente, no que tange a busca de engajamentos e o respectivo crescimento de um canal, seja no YouTube ou em uma página no Facebook e Instagram, atualmente, os elementos gráficos, imagens, entre outros recursos, fazem diferença nos campos da persuasão.

Por outro lado, jornalisticamente, como no caso do citado equívoco da Rede Globo em relação a esse jogo, os elementos parassonoros, por sua vez, não fazem tanta diferença, pois a informação torna-se o fator mais importante, independente se há utilização de imagens ou não numa transmissão. Bastou, nessa *live*, o processo de radiomorfose de integração do som ao um simples plano de fundo, no YouTube. Durante algum tempo, em meio às mudanças de comando da emissora, a Itatiaia apenas criou *lives* utilizando um *banner* mais o som, como destaca a Figura 47 (próxima página).

²³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DBPKAfEUEGY&t=6600s>. Acesso em: 18 dez. 2021.

Figura 47 - Itatiaia *in loco*

Fonte: Rádio Itatiaia (2021).

Mas é importante ressaltar também que esse tipo de erro cometido pela TV Globo foi um caso isolado. E, em tempos de pandemia, onde mesmo com a reabertura dos estádios, uma série de protocolos precisaram ser respeitados, equívocos poderiam acontecer com mais frequência, inclusive, com a Globo. Para a Rádio Itatiaia, por outro lado, o fato serviu, principalmente, como propaganda do seu produto e da sua capacidade de investimento, ainda que em um panorama econômico crítico por todo o país. E é compreensível, principalmente levando em conta a situação sanitária, uma decisão como da Globo de não escalar equipes de trabalho para transmissões *in loco*, priorizando a saúde de seus funcionários.

Em relação às estratégias retóricas na partida Vasco e Cruzeiro, logo na abertura da *live* pelo canal, através do som sincronizado da irradiação, Alberto Rodrigues citou diversos meios de acompanhamento do jogo, seja pelas ondas hertzianas e aplicativos pela internet, porém, não fez referência direta ao YouTube. Assim que Rodrigues recebeu o comando definitivo da jornada, antes da bola rolar, foi possível perceber que todos os recursos expressivos foram aplicados para um tipo de público: dos ouvintes. O primeiro tratou do recurso de universalização, aliado ao de inclusão, em que o narrador dedicou a jornada ao torcedor cruzeirense. Em seguida, ele trata de provocar a imaginação do ouvinte, ao relatar que “o Cruzeiro vai atacar, se fosse no Mineirão, do lado da Lagoa. Consequentemente, a equipe do Vasco da Gama para o lado da cidade” (RODRIGUES, 2021). Claro que, no caso do torcedor que está habituado com o ambiente físico do Mineirão, imaginar a cena não é uma tarefa complicada. Mas, como ressaltava Meditsch (2001), a suposta construção mental é aparente,

levando-se em conta, por exemplo, torcedores que nunca conheceram o estádio ou que possuem alguma deficiência visual. Depois, o locutor afirma sentir “a expectativa de um grande jogo”, que indica uma frase clichê de tópico. Logo após, identificou-se uma figura de via de exemplo, no momento que Alberto Rodrigues comentou sobre a postura do goleiro Fábio, “um jogador que pede muita raça aos seus companheiros”.

Como o próprio afirmou, costuma apelidar jogadores, criar personagens, seguindo a estratégia de antonomásia. Rodrigues fez questão, também, de ressaltar a presença da Itatiaia, em São Januário, pelo recurso de atenuação, declarando que “o calor aumentou, o sol já está na nossa cara. Não tem jeito de abanar o sol (risos), mas é isso mesmo. A gente que é do mundo esportivo, se você pega chuva, sol, tudo quanto é coisa nesse mundo afora”. É o claro discurso de “apesar das dificuldades, estamos aqui, fazendo a nossa parte”. Todos esses elementos, é importante frisar, foram relatados, apenas, antes da bola rolar, o que comprova a capacidade estratégica de Alberto Rodrigues na busca de persuadir o público, de chamar atenção.

Quanto à linguagem radiofônica, claramente foi possível identificar ruídos como do apito do árbitro, por exemplo, ao solicitar um minuto de silêncio em decorrência das vítimas por Covid-19 no Brasil. A qualidade de equalização valorizou as reações dos torcedores, aliada ao efeito de reverberação e utilização de vinhetas na jornada. Ao invés de registrar o silêncio que, na verdade, não foi totalmente respeitado pelo público, Rodrigues aproveitou o espaço para destacar a sintonia de alguns ouvintes, no caso, uma figura retórica de personalização.

Já a transmissão de Cruzeiro e Brusque foi completamente diferente quanto às questões relativas aos processos de radiomorfose e uso de elementos parassonoros. A *live* inicia com a exibição de um *banner* informativo que permanece até o encerramento da vinheta de abertura “Alberto Rodrigues”. Imediatamente, a imagem corta em *close*, focando no narrador. Constatou-se que, imediatamente, no *chat*, o internauta Arthur Mendes pergunta: “vai mostrar a cabine ???”. Em seguida, o moderador do canal identificado como Rádio Itatiaia responde: “@arthur mendes, vai sim”.

Imediatamente, ocorreu uma interação entre rádio e espectador, através do canal. E seria o momento apropriado para Rodrigues, por exemplo, utilizar a câmera para conversar com outro tipo de público, além dos ouvintes. Porém, isso não acontece.

Figura 48 - Close em Alberto Rodrigues



Fonte: Rádio Itatiaia (2021).

Por outro lado, assim que o Vibrante passa o comando para o apresentador Emerson Pancieri, este, durante um curto espaço de tempo, olha diretamente para a câmera e faz menção à transmissão pelo YouTube. Em seguida, Pancieri solicita a primeira participação do repórter Samuel Venâncio, como destaca a Figura 49.

Figura 49 - Linguagens em convergência



Fonte: Rádio Itatiaia (2021).

Nesse enquadramento, acontece um processo de radiomorfose no qual Venâncio executa uma dupla função de reportagem, misturando as linguagens radiofônica e televisiva, simultaneamente. A jornada esportiva transmitida pela Rádio Itatiaia através do seu canal pelo YouTube pode ser definida como um show de imagens dos bastidores, principalmente, em

relação à atuação do narrador Alberto Rodrigues. Ainda que tenha sua imagem exibida por ângulos distintos, Alberto Rodrigues narra da mesma maneira como observado na irradiação de Vasco e Cruzeiro, onde só havia a presença de um *banner* ao longo de toda a *live*. E, igualmente, repete praticamente as mesmas estratégias retóricas na transmissão do Mineirão, através de recursos expressivos, como no caso da personalização, quando envia abraços e recados para seus ouvintes.

Ao manter Alberto Rodrigues como narrador oficial do Cruzeiro, a Rádio Itatiaia aposta na tradição e na audiência consolidada do locutor, ao longo de diferentes gerações de ouvintes e torcedores. Ao mesmo tempo, a emissora, como observado, tem investido em outras plataformas, a exemplo do YouTube, na busca de cativar e engajar novos públicos. Rodrigues, em entrevista ao Projeto As Vozes do Gol, especulou, inclusive, um tipo de faixa etária que o acompanharia. Diz, ainda, que está preocupado com o futuro da narração e deixou subentendido que, por enquanto, a tarefa de substituí-lo não seria tão fácil. Contudo, não foi possível perceber qualquer tipo de iniciativa do narrador para persuadir públicos que não estariam interessados em acompanhar futebol pelo rádio.

Alberto Rodrigues, sem dúvida, é uma marca da locução esportiva brasileira, como um dos narradores paradigmáticos que segue em atividade e com prestígio. Mas compreende-se que, em um contexto de rádio expandido, como amplamente ressaltado nesta tese, é de fundamental importância que os meios de comunicação entendam como funciona a dinâmica de atenção e participação do público, caso tenham a intenção de conquistar espaço através da internet.

A jornada de Cruzeiro e Brusque, por exemplo, registrou mais de 82 mil visualizações, contra 46 mil da partida entre Vasco e Cruzeiro, que foi ao ar apenas com uma imagem fixa e o som da irradiação. Tendo em vista todo o poder de investimento da Rádio Itatiaia, na valorização de seus profissionais, pelas transmissões *in loco*, além de Belo Horizonte, em todo o Brasil, mesmo em tempos de pandemia, levando-se em conta os jogos observados, considerou-se que o engajamento apresentou resultados tímidos.

Como ilustra a Figura 50 (próxima página), mesmo em um contexto de rádio expandido, o narrador Alberto Rodrigues continua exercendo um estilo de narração de linguagem dedicada ao som e à descrição dos acontecimentos de um jogo, para um universo de rádio hertziano.

Figura 50 - Transmissão em plano aberto



Fonte: Rádio Itatiaia (2021).

6.8 Beto Guerra: um descontrolado pelo Atlético-MG

A seguinte pesquisa apresenta o último locutor observado nesta investigação sobre a narração de futebol no contexto do rádio expandido, conforme o recorte estabelecido. Trata-se de Roberto Márcio Figueiredo Guerra, o Beto Guerra, nascido no dia 14 de dezembro de 1983, em Belo Horizonte. Ao lado de seu irmão, Eduardo Guerra, foi um dos fundadores da Web Rádio Galo, em 2011. Guerra possui o ensino fundamental completo, realizou curso de radialista e obteve o registro de jornalista. Foi graduando de psicologia, durante um ano. Guerra também atuou em outros meios como no canal BHNews que, segundo ele, já encerrou suas atividades²³⁸, e na Rádio²³⁹ da Massa Atleticana 90,3 FM²⁴⁰, apresentando programas em ambos.

Guerra relembra que começou a narrar em 2011, mas foram poucas partidas. Ele destaca, por exemplo, a transmissão da final da Copa Libertadores da América, em 2013, quando o Atlético-MG, nos pênaltis, derrotou o Olimpia do Paraguai, no Mineirão, e conquistou sua

²³⁸ Estava presente em plataformas como YouTube, Facebook e pelo Canal 14 da NET, por assinatura.

²³⁹ No seu canal no YouTube, a rádio é descrita como “a primeira emissora de rádio da América Latina, personalizada, criada e produzida exclusivamente, 100% para a torcida de um grande clube de futebol, o Galo!”. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/aradiodamassa/about>. Acesso em: 10 dez. 2021.

²⁴⁰ Além da FM, do canal no YouTube, a emissora também está presente em redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram, além de uma página oficial. Disponível em: <https://www.aradiodamassa.com.br/>. Acesso em: 10 dez. 2021.

primeira taça do torneio. Os primeiros anos, ressalta, foram de muitas dificuldades para irradiar de estádios como o Independência, onde “é muito ruim para trabalhar, não tem internet e tudo, e a gente ainda tava engatinhando” (GUERRA, 2021).

Em 2014, A Web Rádio Galo contou com o narrador Rafael Leal²⁴¹, mas por pouco tempo, pois este transferiu-se para Salvador. E a emissora paralisou temporariamente as irradiações que foram retomadas, conforme Guerra, apenas em 2020. Mesmo atuando há 11 anos pela *web*, o narrador, é possível afirmar, tem pouca experiência no ramo da narração, até mesmo pelas suas prioridades.

Willy Gonser é a principal influência de Beto Guerra, um narrador que está entre “os grandes”, na sua avaliação.

Eu nem me coloco muito nesse rol de narradores não, porque a nossa narração é muito peculiar, é mais na *web*, não cabe muito numa rádio. Eu tenho um respeito muito grande pelos grandes narradores. Então, eu não me coloco nem ao lado deles. Mas se tem um cara que eu sou muito fã é o Willy Gonser, né? Eu cresci ouvindo ele na Rádio Itatiaia. Então, eu tive o prazer de conhecer, de trazer ele aqui, em 2013, 2012, se não me engano, pra fazer um programa aqui especial e tudo, homenagear ele. E o Willy Gonser foi o grande narrador atleticano, vamos dizer assim, da história. Então, é, se for falar em inspiração, com certeza, é Willy Gonser (GUERRA, 2021).

Beto Guerra (2021) descreve sua narração como “apaixonada” e de “personalidade própria”. O seu papel é, primeiro, torcer e, depois, transmitir.

Figura 51 - Beto Guerra, um apaixonado pelo Galo



Fonte: Web Rádio Galo (2019).

²⁴¹ Começou sua carreira em 2013. Além da Web Rádio Galo, atuou em meios como Guerreiro dos Gramados e Baiana FM 89,3. Foi repórter da Rádio CBN de Salvador e locutor da Rádio Jovem Pan, também na capital baiana. Narrou pela Rádio Web Esquadrão e reportou pelo Esporte Clube Bahia. Narrou como *freelancer*, contratado pela SP2 Brazil, e cobriu torneios como a Copa América e Copa do Brasil, em 2019 e Rio Open, em 2020. Também narrou jogos da Copa do Brasil de 2020. Após retornar a Belo Horizonte, atualmente, é locutor esportivo da Rádio Super 91,7 FM, trabalha no jornal O Tempo e é ancora do *podcast* Barba, Cabelo e Bigode. Disponível em: <https://br.linkedin.com/in/rafael-dias-de-ara%C3%BAjo-goulart-leal-352a5022>. Acesso em: 10 dez. 2021.

Guerra entende que seu estilo é um “pouco mais televisivo do que radiofônico”, mas “bem de *web* mesmo, que você pode falar um pouco mais rasgado. É diferente” (GUERRA, 2021). Beto Guerra ressalta que “se o Atlético tiver perdendo, eu, realmente, fico muito nervoso, irritado. E, se o Atlético tá ganhando, aí eu fico animado, pra cima. Então, é uma coisa bem de torcedor mesmo, bem torcedor apaixonado, não têm muitos bordões não” (GUERRA, 2021). O narrador não informou se possui alguma técnica específica para a locução. Quanto às escalafões, por exemplo, ele explica que divide os jogadores por posições em um campo. Sua preocupação, em geral, é decorar as equipes adversárias. Guerra, contudo, não soube definir o que seria uma narração de *web*. Ele até revela que ouve transmissões de outras emissoras e cita como exemplo a Web Rádio Verdão²⁴² que, na sua avaliação, “poderia estar no rádio ou numa TV”. Mas, segundo ele, “é difícil falar o que seria” uma narração de *web*.

6.8.1 Web Rádio Galo: um meio de comunicação em mutação

A Web Rádio Galo foi inaugurada em março de 2011, porém, de acordo com o narrador Beto Guerra, a ideia surgiu em 2010. “Meu irmão Eduardo estava assistindo ao CQC²⁴³ e viu uma matéria sobre a crônica esportiva em São Paulo, com a Web Rádio Lusa²⁴⁴ premiada. Como não existia a Web Rádio Galo, ele me chamou para criarmos e, em março de 2011, nasceu” (GUERRA, 2018). De acordo com matéria do blog Sintonia AM-FM, de Denielson Gonçalves (2012) intitulada O futuro do rádio já chegou para os torcedores do Atlético, a iniciativa dos irmãos Guerra foi, na época, “um projeto audacioso e mostra, acima de tudo, que o rádio continua se reinventando e buscando o que há de mais moderno para continuar sendo o fiel companheiro do torcedor” (GONÇALVES, 2012).

Porém, no caso da Web Rádio Galo, foi mais do que uma reinvenção do rádio. O meio passou por diversas modificações até alcançar o modelo que opera, na atualidade, 90% focado

²⁴² *Web* rádio identificada com o Palmeiras, semelhante aos exemplos já abordados. Está presente em diferentes plataformas e redes sociais, com destaque para o canal no YouTube, que conta, conforme dados de dezembro de 2021, com mais de 130 mil inscritos. Disponível em:

<https://www.youtube.com/c/WebradioverdaoBrwebradioverdao/about>. Acesso em: 10 dez. 2021.

²⁴³ Sigla do extinto programa Custe o Que Custar, o qual foi exibido pela TV Bandeirantes de 2008 a 2016. Baseou-se no formato argentino *Caiga quien caiga*, criado por Mario Pergolini e Diego Guebel, na década de 1990.

²⁴⁴ Lusa é como a Associação Portuguesa de Desportos é conhecida. A tradicional agremiação contava com uma rádio, justamente, a Web Rádio Lusa, que já encerrou suas atividades. Atualmente, destaca-se o NETLUSA que, além de um portal de notícias e perfis em redes sociais, transmite jogos do clube em seu canal no YouTube que, segundo dados de dezembro de 2021, possuía mais de 11 mil inscritos. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/NETLUSA/about>. Acesso em: 11 dez. 2021.

no canal do YouTube²⁴⁵. Ainda assim, a *web* continua na mesma sede, no bairro Nova Granada, região oeste de Belo Horizonte. “Foram várias plataformas, Twitcam²⁴⁶, era somente áudio num bom período. E vários outros sites de transmissão, para agora fazermos aí pelo YouTube” (GUERRA, 2021). Guerra considera que, atualmente, o YouTube é a principal plataforma para os criadores de conteúdos, de uma forma geral.

Com a pausa nas irradiações, a partir de 2014, foi dada ênfase, justamente, na elaboração de vídeos com comentários de pós-jogos e de notícias, além da manutenção do Programa Debate Galo, o carro-chefe da rádio, conforme Guerra (2021), e que é transmitido desde 2011, sempre nas segundas-feiras, às 21h. O programa, inclusive, foi ao ar pela citada BHNews, ao longo de dois anos. De acordo com Gonçalves (2012), o lema da rádio, ao ser criada, era de produzir um trabalho de torcedor para torcedor, com ênfase na interatividade.

Em 2018, de acordo com Dias (2018), a Web Rádio Galo alcançou 34 mil inscritos em seu canal no YouTube. Segundo dados observados em dezembro de 2021, a *web* ultrapassou 194 mil²⁴⁷, um crescimento substancial. Já em 2018, Guerra admitia que “somos mais uma *web* TV do que *web* rádio”. Porém, o nome Web Rádio Galo permaneceu sendo utilizado.

Na verdade, até é engraçado isso. Acho que, hoje, a gente se transformou numa *web* TV mesmo, porque tudo que a gente faz tem imagem, tem vídeo, né? Mas, como ficou forte o nome, né, desde 2011, a gente acabou mantendo a Web Rádio Galo mesmo, até porque já tem a TV Galo, aqui, mas, de fato, a Web Rádio Galo, hoje, é mais uma Web TV Galo. Isso é fato (GUERRA, 2021).

Em comparação com outros canais do YouTube que realizam transmissões de jogos do Atlético, a Web Rádio Galo possui mais inscritos, por exemplo, do que o canal da Rádio da

²⁴⁵ Guerra (2018) afirma que chegou a perder o domínio de uma página na internet. Mas ainda mantém em atividade redes sociais como o Facebook, que conta com mais de 63 mil e 400 seguidores, Twitter, com mais de 48 mil, e Instagram, com mais de 91 mil seguidores. São dados observados em dezembro de 2021. Facebook: Disponível em: <https://www.facebook.com/webradiogalo/>. Twitter: Disponível em: <https://twitter.com/webradiogalo?lang=es>. Instagram: Disponível em: <https://www.instagram.com/webradiogalo/?hl=es>. Acessos: 11 dez. 2021.

²⁴⁶ Serviço para compartilhar e transmitir vídeos, ao vivo, pelo Twitter.

²⁴⁷ Quando foi escolhida para observação, o canal da Web Rádio Galo no YouTube era o que se destacava pelo número de inscritos em relação a outras *webs*. Atualmente, foi ultrapassado pela Cruzeiro Sports, que possui mais de 260 mil inscritos, conforme dados observados em dezembro de 2021. A Cruzeiro Sports é outra *web* que, no caso, se dedica a transmitir e criar conteúdos sobre o Cruzeiro, arquirrival do Atlético-MG. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCy7aeNy60EVhMwBziYsET-A>. Acesso em: 11 dez. 2021.

Massa Atleticana FM 90,3²⁴⁸. Porém, fica atrás de outros como a TV Galo²⁴⁹, oficial do clube, e da tradicional Rádio Itatiaia.

Por outro lado, com a volta às transmissões de jogos do Atlético, a Web Rádio Galo utilizou uma estratégia que aumentou ainda mais a sua audiência. Desde 2020, conforme Beto Guerra (2021), existe uma parceria com os canais Eu Acredito²⁵⁰ e Alvinegro²⁵¹ em que, nos jogos, realizam um *pool* de plataformas, medida que foi e continua sendo muito comum em coberturas de emissoras de rádio, por exemplo, em Copas do Mundo ou outros torneios conjuntos. É o chamado Hoje tem Galo. No somatório, os canais atingem, praticamente, a marca de 400 mil inscritos, com a chance de atrair novos seguidores. Apesar do retorno às jornadas, Beto Guerra (2021) considera que essas não podem ser classificadas como radiofônicas.

6.8.2 YouTube, pandemia, mercado e o futuro da narração

A pandemia de Covid-19, garante Beto Guerra (2021), não prejudicou o andamento das atividades da Web Rádio Galo. No caso das jornadas esportivas, a partir de 2020, para evitar aglomerações, em um primeiro momento, cada integrante da equipe juntou-se nas *lives* de suas próprias residências. Nos meses seguintes, com a progressiva liberação dos estádios e conforme restrições sanitárias, integrantes atuaram diretamente do estúdio ou, em algumas oportunidades, em estádio, *in loco*.

O ano de 2021 foi ainda mais positivo para o narrador, pois Beto Guerra conseguiu dar sequência na sua locução, fator fundamental para o desenvolvimento e aperfeiçoamento da função. E foi, justamente, em um período positivo para o Atlético-MG²⁵² que, em 2021,

²⁴⁸ Conforme dados observados em dezembro de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/aradiodamassa/about>. Acesso em 11 dez. 2021.

²⁴⁹ Conforme dados observados em dezembro de 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UC0BhAOfmmltJaJkPyTM9D_g. Acesso em: 11 dez. 2021. A TV Galo está presente no YouTube desde 2007. Além de transmissões, também produz conteúdos exclusivos como entrevistas, coletivas, *lives*, bastidores, entre outros.

²⁵⁰ Conforme dados observados em dezembro de 2021, o canal, presente no YouTube desde 2018, ultrapassou a marca de 115 mil inscritos. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/CanalEUACREDITO/about>. Acesso em: 11 dez. 2021.

²⁵¹ Conforme dados observados em dezembro de 2021, o canal, presente no YouTube desde 2019, passou de 84 mil inscritos. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/CanalAlvinegro/about>. Acesso em: 11 dez. 2021.

²⁵² O Atlético igualou o feito de seu maior rival, o Cruzeiro, que, em 2003, também obteve a chamada tríplice coroa. Na Copa Libertadores da América, foi eliminado pelo Palmeiras (que conquistou o tricampeonato) nas semifinais, ainda assim, de forma invicta, pelo saldo qualificado. Com as conquistas nacionais, em 2021, o clube classificou-se para a disputa da Supercopa do Brasil e Copa Libertadores. O primeiro título do Atlético do Campeonato Brasileiro aconteceu em 1971, na primeira edição do torneio. Já a primeira Copa do Brasil, havia sido vencida em 2014.

conquistou os títulos do Campeonato Mineiro e os bicampeonatos da Copa do Brasil e do Campeonato Brasileiro, torneio que o clube não vencera há 50 anos.

Atualmente, a equipe da Web Rádio Galo é formada por cinco integrantes. Além de Guerra, que narra, produz conteúdos, apresenta comentários e programas, trabalham na *web* os comentaristas Thiago de Araújo²⁵³ e Eduardo Guerra, o repórter André Repsold²⁵⁴, e o apresentador Henry Villar. Segundo Beto Guerra, a Web Rádio Galo não possui funcionários contratados, apenas um profissional *freelancer* que, através de cachê, produz a parte artística do canal e dos respectivos vídeos. De acordo com Guerra, os valores que entram em caixa, oriundos de patrocinadores, são divididos entre os membros. E assim como as outras *webs* e canais anteriormente destacados, a Web Rádio Galo é monetizada pelo YouTube.

As jornadas esportivas são organizadas da seguinte forma: é aberta uma *live* no canal, apresentando um *banner* artístico com a chamada do jogo, durante alguns instantes. Em seguida, entra no ar o programa Pré-Jogo, com a participação dos integrantes de determinada transmissão e todos os canais do Projeto Hoje tem Galo integrados. Se a partida for transmitida do estádio do Mineirão, por exemplo, além das projeções sobre as escalações e dos debates, são intercaladas imagens ao vivo dos torcedores e do posto de onde Beto Guerra realizará a narração.

A transição do Pré-Jogo para a transmissão ocorre de forma rápida e há poucas vinhetas. Entre elas, destaca-se uma produzida especialmente para o narrador, baseada na melodia da canção popularizada mundialmente, em 1997, pelo grupo musical *Back Street Boys*, intitulada *Everybody*²⁵⁵. No caso, o refrão principal “*Everybody, Yeah...*” foi adaptado para “Beto Guerra, *yeah...*”. Contudo, não há uma trilha de abertura ou efeitos como *reverb*. São enfatizadas muito mais a quantidade de recursos gráficos do que o som, que é limpo, tal qual de estúdio, com ambiental dos torcedores, no caso de partidas *in loco*.

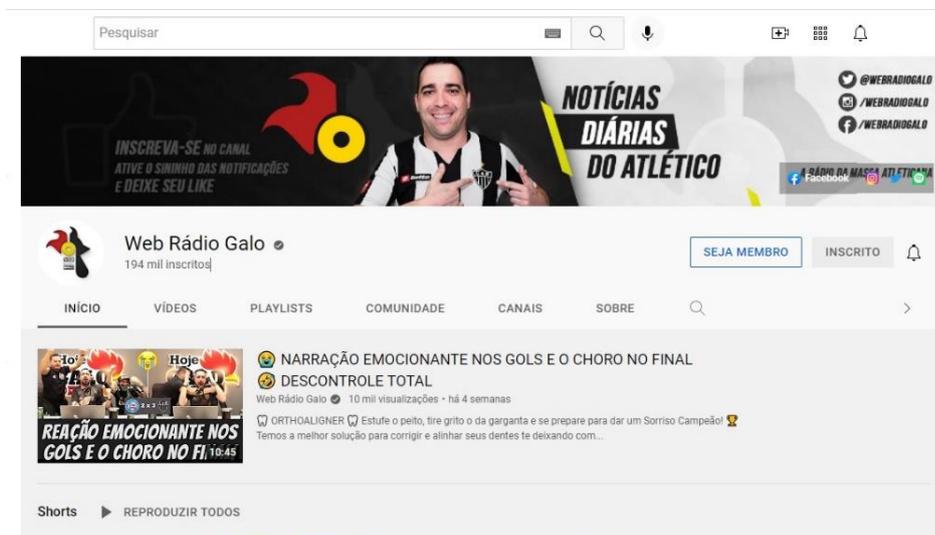
A Figura 52 (próxima página) ilustra parte da capa do canal da *web*, onde o narrador Beto Guerra é destacado como uma espécie de garoto propaganda.

²⁵³ Também atua no canal Eu Acredito, no YouTube.

²⁵⁴ André Repsold, conforme informações de seu perfil no Twitter, é âncora do Canal Alvinegro e atua, ainda, como apresentador dos programas Fora de Campo, na Rádio da Massa FM 90,3, e 5 Minutos de Galo, na Rádio Liberdade FM 92,2. Disponível em: <https://twitter.com/repsoldandre>. Acesso em 12 dez. 2021.

²⁵⁵ Dag Krister Volle e Martin Karl Sandberg são os compositores da música e letra de *Everybody*. Direitos reservados: *Kobalt Music Publishing Ltd.*

Figura 52 - Web Rádio Galo



Fonte: Web Rádio Galo (2021).

Conforme explica Beto Guerra (2021), o programa *OBS Studio*, já citado, é o software utilizado nas transmissões. No mais, quanto aos equipamentos, a lógica é a mesma das anteriores. Contudo, como é possível observar, não apenas Beto Guerra como os demais integrantes das jornadas, seja no estúdio, seja no estádio, utilizam microfones direcionais, ao contrário de outros narradores analisados, que fazem a locução com microfones de mão. Os microfones desse tipo, geralmente, são utilizados para gravações, entrevistas ou *podcasts*. Mas Guerra (2021) garante que o microfone modelo *mv7*, da empresa *Shure*²⁵⁶, capta muito bem os ruídos das arquibancadas, já que o posto de transmissão, na área de imprensa, fica próximo dos torcedores.

Além de narrar, Beto Guerra também monta equipamentos para as transmissões, por exemplo, em algum jogo no Mineirão, seja lidando com a mesa de som, equalização dos microfones, utilização de notebook para as *lives*, etc. E se por um lado o espaço para as *web* rádios está crescendo no campo das transmissões esportivas, para Guerra (2021) o tipo de narração mais tradicional dificilmente perderá espaço. “Acho que nunca vai acabar viu. Aqui mesmo as rádios estão fortes” (GUERRA, 2021).

²⁵⁶ A *Shure Radio Company*, fundada em 1925, no Estados Unidos, é considerada uma das fabricantes mais qualificadas de equipamentos eletrônicos do mundo. Disponível em: <https://www.shure.com/pt-BR/sobre-shure/historia>. Acesso em: 13 dez. 2021.

6.8.3 Análise: Beto Guerra

Beto Guerra caracteriza-se como um narrador que atua entre os estilos Denotativo e Conotativo, Livre e Orientado. Entre os combustíveis da narração, segundo Schinner (2004), apresenta como principais características a emoção, carisma e liderança. Quanto à variação interpretativa, Beto Guerra possui uma tessitura de voz entre as regiões, principalmente, grave e média, com modulação e projeção sonora e aguda nos lances de ataque e relatos de gols. A narração de gols do Atlético-MG são o clímax da locução. Enquanto que, no caso dos gols adversários, Beto Guerra, simplesmente, registra o acontecimento.

Sua locução é coloquial e seu ritmo é do tipo linear *flat*. É possível perceber que, ao longo da transmissão, Guerra também realiza pausas que alteram o ritmo. A linearidade entre as zonas de atenção e intermediária é muito similar, já que Guerra pouco descreve os setores do campo onde encontram-se jogadores e a bola. A localização acontece, principalmente, na zona de tensão, próxima às goleiras. O andamento de sua narração é lento, inclusive, em relação ao ritmo de locução televisiva. Beto Guerra também não se caracteriza pelo uso de bordões e frases feitas, apesar da liberdade de improviso. Como ele bem descreveu, Guerra é um torcedor que reclama ou elogia seu time, demonstra felicidade ou irritação, relata, dependendo do momento, impropérios (palavrões), provoca seu maior rival, o Cruzeiro, e, ainda, narra.

Foram analisadas duas transmissões protagonizadas por Beto Guerra. A primeira, um duelo entre Palmeiras e Atlético-MG²⁵⁷, por *off tube*. O jogo foi realizado no dia 23 de novembro de 2021, em São Paulo, no Allianz Parque, e terminou empatado por 1 a 1. O segundo jogo, por sua vez, foi transmitido no Mineirão, no dia 28 de novembro de 2021, e finalizou com a vitória do Atlético sobre o Fluminense²⁵⁸, de virada, por 2 a 1. Ambas partidas foram válidas pela 35ª e 36ª rodadas do Campeonato Brasileiro. A primeira *live*, após a exibição de um *banner* de divulgação do jogo entre Palmeiras e Atlético, corta para uma vinheta que, em seguida, foca na imagem de Beto Guerra, que inicia a apresentação do Pré-Jogo.

²⁵⁷ Tratou-se do empate entre Palmeiras e Atlético-MG por 2 a 2, pelo Campeonato Brasileiro, no dia 23 de novembro de 2021. Além de Beto Guerra, atuaram Henrique Villard, Thiago Araujo e André Repsold. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Gc5pMsJbvKo>. Acesso em: 13 dez. 2021.

²⁵⁸ Corresponde à transmissão da vitória do Atlético-MG sobre o Fluminense, no Mineirão, por 2 a 1, em partida válida pelo Campeonato Brasileiro, ocorrida no dia 28 de novembro de 2021. Além de Beto Guerra, atuaram Henrique Villard, Thiago Araujo e André Repsold. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=a3ptyny61t8>. Acesso em: 13 dez. 2021.

Conforme a Figura 53, Guerra, de forma imediata, abre a transmissão diretamente do estúdio Hoje tem Galo.

Figura 53 - De frente para a torcida do Galo



Fonte: Web Rádio Galo (2021).

Em tempo real, internautas já participam através do *chat* e Beto Guerra pede “auxílio” para quem estiver acompanhando para informar se “o som está bem, se a imagem está legal”. Logo em seguida, o espectador “paulocesarpereirapc” responde “tudo certinho bacana”. Essa postura já caracteriza, desde o princípio, a preocupação de Beto Guerra com a interatividade. Enquanto isso, no campo de *chat*, o moderador da *web* já incentiva os participantes a acessarem o site de apostas 1Xbet, um dos patrocinadores do canal, munidos de uma chave bônus promocional. Nessa primeira tela, predomina a imagem de Beto Guerra, à frente de um painel com o logo do programa. Ao lado direito, além da marca, em tamanho menor, há outros elementos parassonoros como o serviço de jogo, a figura de um dos integrantes da transmissão e *links* dos canais parceiros que realizam a jornada de maneira cooperativa. No rodapé da tela, são destacados os patrocinadores, com seus respectivos endereços nas redes sociais.

Na sequência, o narrador reforça o pedido de *likes* e curtidas no canal e no vídeo, justificando que é dessa forma que o conteúdo poderá ser compartilhado com mais pessoas. Na tela, é inserido um quadro que abre com um ícone de jóia, caracterizado pelo desenho de uma mão com indicativo de ok, seguido da frase “curte o vídeo, pessoal, cadê o like?”.

Após a abertura do Pré-Jogo, Beto Guerra convoca a participação de outros integrantes até o seu retorno, 15 minutos antes do início da partida. Quanto à transmissão do jogo, propriamente dito, Beto Guerra acomoda-se na parte central da bancada, acompanhado André Repsold, à esquerda, e de Thiago Araujo, à direita. São utilizadas duas câmeras para a captação

das imagens. A principal, como destaca a Figura 54, apresenta um enquadramento frontal. A segunda câmera, por sua vez, é posicionada lateralmente. Essas imagens são revezadas nas transições, ao longo de todo o compromisso.

Figura 54 - Beto Guerra no estúdio



Fonte: Web Rádio Galo (2021).

Já a moldura de elementos parassonoros é praticamente a mesma utilizada no Pré-Jogo, com a diferença que para a transmissão é incluído, próximo aos escudos dos times, os informativos de tempo e placar.

No caso da *lives* realizadas nos estádios, a lógica segue o mesmo padrão gráfico e de enquadramentos. No jogo entre Atlético-MG e Fluminense, Beto Guerra narrou de um posto no setor de imprensa do estádio, próximo aos torcedores, nas arquibancadas. Nessa acomodação, também foram instaladas duas câmeras, uma frontal, dedicada a captar a imagem de Beto Guerra e a outra com a lente voltada para um ponto capturando as reações da torcida atleticana. Os demais integrantes, Henrique Villard, Thiago Araujo e André Repsold, dividiram-se entre estúdios e bastidores.

No posto de Beto Guerra, é possível observar vários outros elementos que preenchem a imagem, tais como integrantes de demais meios de comunicação que estão localizados logo na parte de cima, entre divisórias transparentes. De uma maneira geral, a imagem é dividida em quatro elementos, como ilustra a Figura 55 (próxima página). Narrador, fone, microfone e

fundo. A figura capta a reação de Beto Guerra, logo após a marcação do segundo gol do Atlético-MG, feito pelo atacante Hulk.

Figura 55 - Beto Guerra no estúdio



Fonte: Web Rádio Galo (2021).

Quanto ao formato da transmissão, apesar da opinião de Beto Guerra de que a linguagem da Web Rádio Galo se aproxima muito mais do estilo televisivo, foi constatado que também são empregadas características radiofônicas ao fluxo. Começa pela própria função exercida pelos comunicadores. Enquanto Beto Guerra narra os lances, e isso valeu na observação dos dois jogos destacados, há um integrante que executa a função de repórter de campo, o qual descreve e complementa o relato do narrador, e de um comentarista, que analisa os fatos.

Contudo, com exceção da narração, essas demais funções não são exatamente fixas. Trata-se de uma jornada esportiva predominantemente comentada, como se fosse um debate de torcedores em uma mesa de bar. Um outro detalhe quanto à transmissão é sobre publicidade. Além dos elementos parassonoros na tela, não só Beto Guerra, mas os demais integrantes se revezam na leitura de textos, de maneira improvisada.

Quanto às estratégias persuasivas e uso de recursos expressivos, Beto Guerra aplica, principalmente, as figuras de universalização, que nada mais é do que a essência da Web Rádio Galo, um meio dedicado à torcida atleticana, de inclusão, na qual o narrador coloca-se como parte dessa mesma massa, a personalização, ao destacar determinados seguidores, e a redundância, principalmente na solicitação de inscrições, *likes* e curtidas.

Em um lance polêmico envolvendo os jogadores Hulk, do Atlético, e Deyverson, do Palmeiras, o narrador Beto Guerra, no papel de torcedor, demonstrou toda sua revolta, através da manifestação de recursos expressivos que podem ser compreendidos como ferramentas de persuasão. Tudo começou a partir de um desentendimento entre os atletas. Em seguida, após a cobrança de uma falta, Deyverson cai no solo, pois teria sido atingido por uma cotovelada. Logo mais, as imagens mostraram que Hulk, de fato, encostou o cotovelo em seu rival, mas de leve, não suficiente para derrubar o adversário, o que causou ira de Beto Guerra. O locutor aplicou uma figura de antonomásia, acusando Deyverson de “marginal e patético”.

Em meio à tensão do que o VAR poderia decretar contra o Atlético-MG, Beto Guerra também deu a entender sua desconfiança sobre possíveis privilégios ao “Varmengo”, que, naquele momento, ainda brigava pelo título. Claramente foi aplicada outra figura de antonomásia, somada a um recurso de antítese, algo próximo do sentido de confronto entre nós e eles.

Na transmissão de Atlético-MG e Fluminense, o ápice da jornada aconteceu durante a marcação do segundo gol de Hulk, que determinou a vitória. Poucos momentos antes do fato consumado, contudo, Beto Guerra mostrou-se incomodado com o rendimento do atacante. Após um erro de jogada, no segundo tempo, o narrador comentou: “Hulk, também, nossa Senhora, viu [...] Porra, Hulk, acorda, Hulk! Hoje, só o gol, porra, vamo, meu filho”. Existe nessa sentença toda a manifestação de contrariedade do narrador, baseada em elementos retóricos de tópico, clichês como “Nossa Senhora”, “acorda, Hulk” e “vamo, meu filho”. Pela observação, entende-se que são termos oriundos do próprio cotidiano social, uma forma de manifestação de amargura. Contudo, instantes depois, ocorreu um tipo de desfecho que, para narradores conotativos, seria uma fonte de potenciais recursos expressivos.

Logo após o lance equivocado, Hulk preparou-se para bater uma falta de longa distância. Nesse meio tempo, na expectativa do lance, Thiago Araujo rememorou o estilo do narrador Willy Gonser, que em momentos semelhantes, caso a jogada terminasse em gol, o narrador segurava o relato por alguns instantes, enfatizando o ruído da vibração da torcida para, depois, emendar o seu tradicional grito. E foi justamente, com essa proposta, que Beto Guerra declarou, antes da cobrança da falta: “Eu vou deixar pra galera, agora”. E o caráter profético funcionou.

Assim que Hulk bateu e marcou, Beto Guerra deixou-se levar pela emoção, através de um grito de gol semelhante a um desabafo: “Vamos ser campeão, Galo, depois de 50 anos!/ A gente merece esse título!/ Comemora, torcedor, comemora!/ Aqui é Galo, porra!//”.

Em um contexto de rádio expandido, é possível dizer que o estilo de narração de Beto Guerra está muito mais próximo do formato de linguagem radiofônica do que televisiva, ainda que seu ritmo seja lento em relação a essa última. Chegou-se a essa conclusão pelo fato de que a locução empreendida pelo narrador é descritiva e complementada por outros elementos de linguagem radiofônica presentes como trilhas, vinhetas e a dinâmica de trabalho entre narração, reportagem e comentários.

Contudo, não se considera que a narração de Beto Guerra esteja apta ou apropriada exclusivamente para o rádio. No caso da televisão, as imagens complementam a narração. Para o rádio, Beto Guerra precisaria aprimorar-se em três aspectos: velocidade, modulação entre diferentes zonas do campo e valorização da palavra, isto é, ampliando a descrição do ambiente, ainda que por *off tube*. Sendo assim, pode-se considerar que a narração produzida por Beto Guerra é intermediária entre os estilos de televisão e de rádio, que necessita fundamentalmente do complemento tanto de recursos sonoros quanto parassonoros, o que a qualifica como narração de *web*.

A partir do número de visualizações observadas, sendo mais de 132 mil no jogo do Atlético diante do Palmeiras, e mais de 61 mil na partida diante do Fluminense, a Web Rádio Galo, no contexto das plataformas, tem obtido resultados semelhantes ou até superiores a meios tradicionais que também estão inseridos no panorama das plataformas.

6.9 A narração de futebol no contexto de rádio expandido: cruzamento analítico

Após a descrição e análise individual dos oito narradores escolhidos para a observação, o seguinte subcapítulo promove o cruzamento dos dados e a discussão sobre o perfil da narração de futebol no atual contexto de rádio expandido, de acordo com os cinco eixos estabelecidos: Tecnologia, Mercado de Trabalho, Linguagem Radiofônica, Recursos Expressivos e Técnicas e Estilos.

A primeira constatação em relação às questões tecnológicas foi que o panorama da pandemia de Covid-19 não prejudicou o fluxo de combinação entre sons e imagens, em processos de radiomorfose, através das plataformas. Mesmo com a gradativa reabertura (entre o final de 2020 e, ao longo de 2021) e a liberação da presença de torcedores e profissionais de imprensa nos estádios, algumas rádios como a *web* Pachola, por opção econômica e logística, permaneceram transmitindo do estúdio. Os meios adaptaram-se ao panorama sanitário,

priorizando os cuidados, principalmente, quanto aos grupos de risco. Ainda assim, o experiente narrador Alberto Rodrigues contraiu Covid-19, mas recuperou-se.

O famigerado *off tube* teve importante papel, ainda que os narradores, em sua maioria, preferiram transmitir *in loco*, com a presença de torcida. O ambiental silencioso dos estádios foi o principal impacto pandêmico, conforme as opiniões dos locutores. Apesar de outros pontos negativos como a dependência das imagens da televisão e as influências do *delay*, os narradores, dentro das possibilidades, cumpriram seus papéis, em um contexto de relações de flexibilidade, responsabilidade e parceria (FERRARETTO e MORGADO, 2020, p. 11).

No que diz respeito às estruturas das transmissões, é possível afirmar que já existia um padrão estabelecido na forma como são executadas nas plataformas, desde antes da crise pandêmica. Tanto as emissoras hertzianas quanto as *webs* se especializaram em softwares de *streaming*. Constatou-se que os programas utilizados são: *OBS Studio*, totalmente gratuito, e o *vMix*, que apresenta algumas modalidades pagas. Até o fechamento deste estudo, não foi possível esclarecer apenas qual é o aplicativo utilizado pela Web Rádio Craque Neto. Rádio Grenal (hertziana), Pachola (*web*), Coluna do Fla (*web*) e Web Rádio Galo (*web*) trabalham com o *OBS Studio*, enquanto Super Tupi (hertziana), Bandeirantes (hertziana) e Itatiaia (hertziana), optaram pelo *vMix*. Sob o ponto de vista deste observador, na prática, tanto o *OBS* quanto o *vMix* proporcionam quase o mesmo resultado sonoro e visual.

Os *layouts* e as artes gráficas de todos os meios analisados também seguem praticamente a mesma lógica, isto é, de incrementar os bastidores das jornadas esportivas e as respectivas reações dos profissionais envolvidos, com destaque, para os narradores. Foi possível notar, no entanto, que as emissoras hertzianas individualizam muito mais a figura do narrador no enquadramento de tela, em comparação às *webs*, que valorizam o conjunto. A Rádio Itatiaia de Belo Horizonte, por exemplo, dada a quantidade de câmeras disponíveis para captar variados ângulos, até transita por outras tomadas, mas, a prioridade é o foco no narrador Alberto Rodrigues.

A Super Tupi, por sua vez, nos dois jogos observados, centralizou as atenções em José Carlos Araújo, tanto na cabine do Maracanã, quanto no estúdio, onde o narrador ficou posicionado numa bancada, em frente ao *chroma key*. Na Rádio Grenal, no estúdio, apenas Haroldo de Souza foi focado, integrado ao plano de fundo do próprio local. No estádio, a câmera captou o conjunto da cabine, incluindo o narrador e demais integrantes. E na Bandeirantes, o mesmo ocorreu em relação a José Silvério, porém, na ordem inversa da Grenal, isto é, individualizando o narrador no estádio e focando no geral, pelo tubo, no estúdio. Por sua vez,

Web Rádio Craque Neto, Rádio Pachola, Coluna do Fla e Web Rádio Galo, nos estúdios, integraram as equipes em uma imagem geral. Nos estádios, geralmente, Coluna do Fla e Web Rádio Galo instalam uma câmera exclusiva para os narradores Rafa Penido e Beto Guerra, aliadas às imagens de outros integrantes, posicionados em janelas.

A Rádio Pachola explora bem mais o recurso do *chroma key*, em comparação com a Super Rádio Tupi. Nas jornadas da *web* gaúcha, o narrador César Weiler, somado ao comentarista ou repórter que estiver escalado, posiciona-se à frente de um fundo que emula um ambiente de estádio, com a presença de torcedores nas arquibancadas. No caso da Super Tupi, o fundo serve apenas para preencher a tela, com uma imagem fixa e decorativa.

Diante de outros elementos parassonoros, foi observado que as *web* rádios também exploram mais recursos em relação às emissoras hertzianas. De acordo com os jogos analisados, todos os locutores dessas emissoras dialogaram com os internautas através das câmeras, solicitando, em várias oportunidades, inscrições, *likes*, curtidas e compartilhamentos. O principal foco das *webs* é a interatividade. E os seguidores, inclusive, têm a oportunidade de participar mais ativamente, como no caso de um dos jogos transmitidos por Beto Guerra pela Web Rádio Galo, em que, logo no início, o narrador pergunta se o som e o áudio estão sendo reproduzidos com qualidade, obtendo uma resposta positiva instantânea pelo *chat*. E com a intenção de persuadir seu público a consumir os produtos dos patrocinadores, César Weiler fixa um papel com os textos publicitários da Pachola bem próximo à câmera, lendo-os com o olhar quase dentro da lente, como se fosse olho no olho da audiência.

No caso das hertzianas nas plataformas, nenhum dos narradores demonstrou qualquer tipo de conexão visual, atuando como se estivessem apenas transmitindo por AM ou FM. As interações, de uma maneira geral, foram registradas através de abraços, menções e pela divulgação de números para recados via WhatsApp. Há uma aparente resistência dos narradores paradigmáticos em relação às transmissões com imagens, diferentemente do que acontece no caso dos locutores das *webs*, que atuam de forma integrada às plataformas.

Em um cenário de convergência, multiplicidade da oferta, influenciada, atualmente, por uma lógica de produção multitarefa, foram observadas uma série de variáveis, levando em conta a narração esportiva no mercado, em tempos de pandemia. A faixa etária dos oito narradores concentra-se entre 22 a 82 anos. Três deles são mineiros, dois fluminenses, um paulista, um paranaense e um gaúcho. Quanto ao grau de escolaridade, um possui ensino fundamental incompleto, um é radialista, um é graduando em Jornalismo, um é graduado em Jornalismo, um é graduado em Geografia e três possuem registro de jornalista, mas, sem formação superior na

área. Haroldo de Souza, pela Rádio Grenal, Alberto Rodrigues, pela Rádio Itatiaia, José Carlos Araújo, na Super Tupi, e Doni Vieira, Web Rádio Craque Neto (atualmente na Rádio Capital), exercem exclusivamente a narração nas respectivas emissoras. Já Rafa Penido, no Coluna do Fla, Beto Guerra, na Web Rádio Galo, e César Weiler, pela Rádio Pachola, além da narração, também executam outras funções como a produção e apresentação de programas.

Dentro do espectro de tempo analisado, do princípio de 2020 ao final de 2021, constatou-se movimentação de mercado apenas em São Paulo, com a demissão de José Silvério, pela Rádio Bandeirantes, em 2020, e sua rápida passagem pela Rádio Capital, em 2021. Em ambas, o paradigmático exerceu somente narração. Doni Vieira, da Web Rádio Craque Neto, em 2021, foi contratado coincidentemente pela Capital, logo após a saída de Silvério.

Quanto às questões trabalhistas, ainda que em um panorama econômico de riscos e incertezas, principalmente, em decorrência da pandemia de Covid-19, as emissoras hertzianas mantiveram investimentos em equipes, estrutura física e tecnológica, observando com atenção o contexto de rádio expandido, na busca de alcançar novos públicos, embora, de maneira geral, priorizando a qualidade de som.

A Rádio Itatiaia de Belo Horizonte, por exemplo, após um processo de alteração no comando da empresa, seguiu com novos investimentos. Líder no segmento radiofônico mineiro, a Itatiaia continuou apostando na tradição, ao manter Alberto Rodrigues como narrador de jogos do Cruzeiro, apesar de especulações sobre uma possível saída ou aposentadoria. Rodrigues, assim como os demais narradores, possui contrato de trabalho com carteira assinada. É o caso também da Rádio Grenal que, entre modificações, inclusive no quadro de narradores, também aposta na experiência de Haroldo de Souza.

A Super Tupi, que comanda a audiência no Rio de Janeiro, é outro exemplo de empresa que continuou se aprimorando e investindo nas plataformas, sob uma postura de flexibilização e parceria (FERRARETTO e MORGADO, 2020), no estabelecimento de diálogo com seus funcionários. A Tupi também mantém um quadro de profissionais com carteira assinada. No entanto, José Carlos Araújo é um prestador de serviço, assim como Luiz Penido. Araújo, além de narrar pela emissora, é empresário.

Já em São Paulo, o mercado mostrou-se mais instável. O narrador Doni Vieira, por exemplo, admitiu que sofreu prejuízos em função, principalmente, da pandemia, e registrou a perda de clientes para os serviços de locução e gravação de áudios. Enquanto atuou pela Craque Neto, foi remunerado por cachês. Até o fechamento desta pesquisa, não ficou esclarecido qual a espécie de vínculo empregatício entre Rádio Capital e Doni Vieira. A Rádio Bandeirantes,

por sua vez, mantém também uma equipe de narradores contratados com carteira assinada, ainda que tenha demitido o experiente José Silvério, que, até o momento desta discussão, permaneceu desempregado.

As *web* rádios, se de um lado buscam mais intensamente o crescimento de seus canais do que as hertzianas, de outro, no que diz respeito ao trabalho formal, a situação é inversa. Começa pelo fato de que os grupos de profissionais são reduzidos em relação às hertzianas estudadas, o que acaba gerando certa sobrecarga. Rafa Penido, do Coluna do Fla, jornalista por formação, não possui vínculo empregatício e narra por cachês. César Weiler, pela Rádio Pachola, está enquadrado como profissional autônomo. Beto Guerra, por sua vez, é um dos empreendedores da Web Rádio Galo e, nesse caso, além de narrar, acumula outras funções, entre elas, administrativa. Inclusive, no caso das *lives*, com o intento de aumentar o faturamento e a visibilidade, Guerra transmite os jogos do Atlético-MG em um sistema cooperativo com outros canais atleticanos. E os recursos oriundos de patrocínios e da monetização são divididos.

Como o narrador César Weiler destacou, existe uma disputa de mercado entre “dois mundos diferentes”, no contexto de rádio expandido. Enquanto as *web* rádios já são concebidas na lógica das plataformas, meios tradicionais como a Rádio Itatiaia, Super Tupi e Bandeirantes, vêm se adaptando ao formato de rádio visual, porém, com uma estrutura bem mais solidificada, no geral.

Apesar do pessimismo, principalmente, manifestado pelos narradores paradigmáticos, não se considera que a narração descritiva radiofônica, por enquanto, corra riscos de desaparecer ou cair em desuso. As supostas afirmativas de que “não estão mais surgindo grandes nomes da narração como no passado”, recaem, primeiro, a um discurso auto laudatório e, talvez, de desconhecimento do mercado. Com o crescimento do nicho das *web* rádios, sejam elas identificadas ou não, existe uma vitrine que, há algumas décadas, não havia. Foi o caso do narrador Pedro Martelli, citado por Doni Vieira. Destacado pela Web Rádio Craque Neto, migrou para o hertz e, atualmente, segue um estilo de narração tradicional pela Rádio Bandeirantes de São Paulo.

Existe renovação. Faltam oportunidades. Haroldo de Souza, Alberto Rodrigues, José Carlos Araújo e José Silvério, mantiveram-se hegemônicos. E mesmo com o natural desgaste, principalmente em relação aos recursos da voz, entre contratemplos, demissões ou novos contratos, os quatro paradigmáticos, somados aos seus méritos próprios, conseguiram se adaptar às novas tecnologias e dinâmicas de mercado, na medida do possível, em um rádio que está sempre em constante mutação, desde que foi implantado no Brasil, a partir de 1919.

Difícilmente, porém, um narrador de futebol já começa a sua carreira completamente formado para exercer a função. Normalmente, qualquer profissional que ingresse na área, necessita de prática e sequência, que são fatores fundamentais no aprimoramento a longo prazo, levando em conta fatores como aptidão, influências, escuta crítica, treinamento e, fundamentalmente, vagas de trabalho. Considera-se que a questão do suposto dom para narração, que alguns dos locutores enfatizaram ao longo do estudo, recai no âmbito da subjetividade e do gosto pessoal. É preciso entender que cada indivíduo possui suas próprias características, por exemplo, em relação ao biotipo físico, sua estrutura de articulação vocal, timbre de voz, etc. Uma pessoa com deficiências na fala poderá encontrar muito mais dificuldades, sem dúvidas, para seu desenvolvimento em comparação a outras pessoas, caso deseje se tornar narrador. E é absolutamente normal, assim como em qualquer tipo de profissão, que alguns narradores obtenham mais destaque do que outros, que sejam mais técnicos.

Sendo assim, cursos de narração, música ou tratamentos de fonoaudiologia são absolutamente úteis e recomendáveis. O narrador Doni Vieira, como destacado, revelou que, durante parte de sua infância, não falava. Contudo, hoje, é um profissional em evidência no rádio de São Paulo. A análise da qualidade da narração precisa ser balizada conforme a capacidade técnica demonstrada.

Considera-se que a narração de futebol, seja no estilo denotativo ou conotativo, livre ou orientado, sobreviveu ao tempo porque, primeiramente, enraizou-se no âmbito da cultura brasileira, a partir de meados da década de 1930. A narração acompanha o futebol desde o período de amadorismo, até o profissionalismo do esporte e sua consolidação como um produto altamente rentável. Ainda que se trate de uma modalidade esportiva, o futebol, pode-se dizer, continua gerando muito interesse na opinião pública, ainda que não seja (não é) artigo de primeira necessidade. Mas em um país de dimensões continentais conhecido como “pátria de chuteiras”, o futebol é relevante e, além de tudo, trata-se de uma paixão.

Dos anos 1930 até a atualidade, a narração, no âmbito da linguagem radiofônica, evoluiu quanto à técnica e estilos, mas, consolidou um formato que, na sua essência, tem a função de descrever lances de uma partida, a posição da bola, dos jogadores, com ênfase na emoção. Ainda que em um contexto de rádio expandido, elementos de linguagem radiofônica como a palavra, efeitos, vinhetas, trilhas, ruídos desejados ou não e o silêncio, são absolutamente válidos e explorados, independente se estão relacionados a recursos parassonoros como gráficos, figuras, fotos ou vídeos.

Quanto à linguagem de persuasão, entre os narradores estudados, foram identificados os usos de recursos expressivos comuns e que podem ser aplicados, até mesmo, na observação de estratégias do período dos desbravadores, no contexto de um estudo histórico, por exemplo. Entre paradigmáticos e contemporâneos, puderam ser reconhecidas, principalmente figuras de Universalização, Via de Exemplo, Tópicos, Personalização, Inclusão, Pergunta, Amplificação, Atenuação, Divisão, Acúmulo de palavras, Figuras Retóricas, Metáfora, Sinédoque, Antítese e Antonomásia.

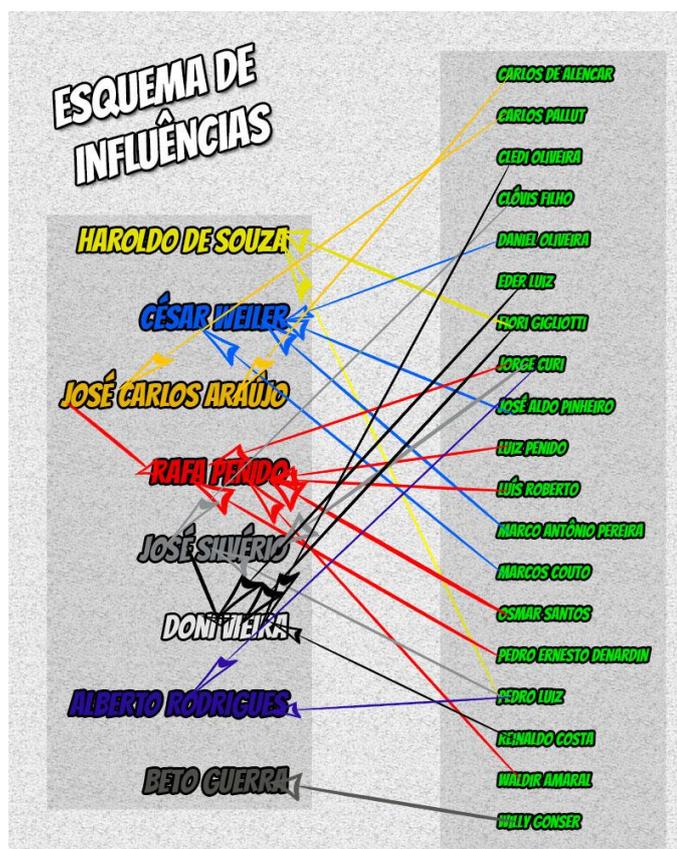
Narradores como Haroldo de Souza e Doni Vieira declararam-se integrantes de um grupo denominado por ambos de raiz. Vieira ainda registrou seu descontentamento com um outro tipo de prática, reconhecida por ele como narração de *web*. Souza, por sua vez, criticou a narração identificada com os clubes. No caso dos locutores analisados, todos, sem exceção, estão agregando suas influências, fórmulas, estratégias retóricas e técnicas já estabelecidas no passado.

José Silvério está correto em afirmar que não há como criar uma narração diferente do padrão essencialmente descritivo. Não significa, contudo, que a narração está esgotada, pelo contrário. Deve-se pensar e analisar a prática da narração conforme um determinado contexto. É justamente dessa forma que o rádio, de maneira geral, sobreviveu e se adaptou quando a TV foi implementada, com a digitalização e, agora, em um panorama expandido e *on demand*, em que os conteúdos podem ser consumidos a qualquer momento, como no caso dos *podcasts*.

A narração de futebol radiofônica é cíclica e se readapta. É o caso da locução identificada ou clubista. Atualmente, principalmente com a popularização das *web* rádios, têm crescido as iniciativas empreendedoras, fruto das condições segmentadas proporcionadas pela tecnologia. Mas a narração identificada não surgiu ontem ou agora. Em Minas Gerais, como descrito com detalhes, anteriormente, a prática foi oficializada no final dos anos 1970, representada por Alberto Rodrigues, que segue, até hoje, narrando para os torcedores do Cruzeiro. Essa identificação clubística que reencontrou espaço na atualidade, nada mais é do que um retorno ao período desbravador, da era de narradores declarados como Ary Barroso, torcedor do Flamengo, de um estilo baseado no “1 a 0 pra nós”.

Portanto, as modalidades de narração parcial e imparcial existem desde que a função começou a ser exercida no rádio. De forma organizada, a Figura 56 (próxima página) apresenta o esquema de influências dos oito narradores analisados.

Figura 56 - Esquema de influências



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Ainda que em um contexto de rádio expandido, entre processos de radiomorfose, incrementada por recursos parassonoros que venham a agregar elementos, a essência descritiva da narração de futebol segue mantida. Contudo, se considera que as plataformas digitais e as *web* rádios são agentes potenciais para provocar alterações significativas tanto no âmbito das transmissões, condições mercadológicas e nas relações com os torcedores. Como constatado, alguns narradores estudados neste trabalho entenderam e estão aplicando estratégias comunicativas pertinentes ao atual ecossistema, como o caso dos locutores César Weiler, pela Rádio Pachola, Rafa Penido, no Coluna do Fla, e Beto Guerra, na Web Rádio Galo.

O locutor de futebol da atualidade é mais do que um narrador. Trata-se de um apresentador, de um mestre de cerimônias, de um comunicador, jornalista ou mediador, imerso em um ambiente de interação instantânea. O narrador Rafa Penido, por exemplo, ressaltou que as transmissões pelo YouTube podem juntar elementos televisivos, radiofônicos, oferecendo um panorama visual não apenas de um locutor na cabine, o tempo inteiro, mas também de um representante da própria torcida de um determinado clube. Enquanto o narrador descreve os

lances, o ambiente virtual oferece aos torcedores a possibilidade de participarem das transmissões via *chat*, interagindo tanto com os comunicadores quanto entre eles próprios, sugerindo discussões que podem, até mesmo, potencializar desdobramentos.

No caso dos narradores paradigmáticos, foi possível perceber que existe uma conexão com os ouvintes, mas que não ocupa ou não é aproveitada em meio ao universo das plataformas. O desafio dos narradores, na atualidade, não deixa de ser o mesmo que sempre foi: como chamar atenção do público? Como fazer a diferença? A partir do contexto de rádio expandido pelas plataformas e *web* rádios, os narradores têm a oportunidade não somente de compartilhar suas emoções, mas de dividirem seus sentimentos com os torcedores. Entende-se que essa relação de cumplicidade já mudou, mas pode evoluir ainda mais. *Web* rádios e plataformas como o YouTube, ampliaram nichos de mercado, algo que, há algumas décadas, não seria possível. O Quadro 5 traça, de maneira objetiva, a síntese das principais características da narração de futebol no contexto de rádio expandido.

Quadro 5 - Síntese da narração de futebol no contexto de rádio expandido

Eixos	Narradores
Tecnologia	De maneira geral, os narradores das <i>web</i> rádios exploram mais recursos parassonoros em relação aos locutores paradigmáticos de emissoras hertzianas. Constataram-se variados investimentos em tecnologia conforme a observação das emissoras envolvidas no contexto
Mercado de Trabalho	Os oito narradores concentram-se em faixas entre ensino fundamental incompleto, técnico, superior em Jornalismo ou outra área. As emissoras hertzianas oferecem relações empregatícias mais concretas do que as <i>webs</i> , segundo leis trabalhistas brasileiras vigentes.
Linguagem Radiofônica	Apesar da aplicação de recursos parassonoros e de processos de radiomorfose, emissoras e narradores ainda priorizam a qualidade de elementos sonoros e radiofônicos.
Recursos Expressivos	Todos os narradores, de alguma forma, utilizam recursos de expressão retóricos para atrair a atenção dos ouvintes. Percebeu-se, porém, que os locutores de <i>webs</i> , estrategicamente, buscam mais engajamentos via elementos parassonoros, pouco utilizados pelos paradigmáticos.
Técnicas e Estilos	Os oito narradores observadores seguem uma linha mista entre características denotativas e conotativas, livre e orientadas. Persiste a suposta ideia de “dom da narração”, ainda que haja concordância quanto a uma formação técnica ou complementar da função. A narração ainda

	apresenta uma característica predominantemente descritiva, ainda que em um ambiente de rádio visual.
--	--

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A seguinte pesquisa investigou parte da locução de futebol radiofônica brasileira, na atualidade, em plena era da narração contemporânea (GÖTZ, 2020). Seria pretensioso observar e analisar a atuação de narradores levando em consideração as dimensões continentais do país, no âmbito de uma pesquisa desta natureza, em um processo de doutoramento. Sendo assim, optou-se por um recorte, identificando as características da narração de futebol nas cidades de Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte.

Foram escolhidos oito narradores, sendo quatro integrantes do período paradigmático que continuam atuando, e mais quatro locutores de *web* rádios. Da capital do Rio Grande do Sul, a pesquisa observou os narradores Haroldo de Souza (Rádio Grenal) e César Weiler (Rádio Pachola). No Rio de Janeiro, o estudo levou em conta José Carlos Araújo (Super Rádio Tupi) e Rafa Penido (Coluna do Fla). Em São Paulo, José Silvério (Rádio Bandeirantes) e Doni Vieira (Web Rádio Craque Neto). Por fim, em Belo Horizonte, Alberto Rodrigues (Rádio Itatiaia) e Beto Guerra (Web Rádio Galo) também foram analisados.

O objetivo geral foi de identificar as características e o papel empreendido por esses narradores, levando em conta as complexidades oferecidas pelo contexto de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), em que o meio não é mais apenas ouvido, mas assistido através de imagens, fotos, gráficos, entre outros recursos parassonoros e processos de radiomorfose (PRATA, 2008). E, para tanto, a investigação observou os ambientes de trabalho, procurou entender as dinâmicas de mercado, cenário e multiplicidades da oferta (BRITTOS, 2002), examinou quais as estratégias e recursos expressivos (PRIETO CATILLO, 1984) utilizados na busca de persuadir novos públicos e quais as técnicas e estilos predominantes (SOARES, 1994; SCHINNER, 2004).

Para dar conta do objeto, aplicou-se a metodologia do estudo de caso múltiplo (YIN, 2015), que se mostrou eficaz, principalmente, no que consta à organização de etapas, categorização, processos de investigação, recolhimento de evidências, tratamento dos dados, análise e discussão dos resultados. Mediante essa estruturação, a pesquisa foi dividida conforme cinco eixos de concentração: tecnologia, mercado de trabalho, linguagem radiofônica, recursos expressivos e técnicas e estilos.

As principais fontes de informação foram obtidas através de fragmentos de entrevistas publicadas no canal Projeto As Vozes do Gol (GÖTZ, 2021), inserido na plataforma YouTube. Em complemento a esses conteúdos, levaram-se em conta trechos de jogos, lances ou gols

transmitidos pelos narradores através de suas respectivas emissoras, além de evidências qualitativas oriundas de livros, artigos e sites.

Constatou-se que apesar do rádio ser, hoje, um meio expandido, a narração de futebol mantém uma essência descritiva. Contudo, as plataformas digitais e *web* rádios são agentes potenciais de alterações nas dinâmicas de transmissões, condições de mercado e relações de engajamento. Antes de seguir nessa discussão, é importante ressaltar que houve uma série de dificuldades enfrentadas ao longo deste percurso.

A primeira foi quanto ao estabelecimento do recorte. Como ressaltado, dar conta de uma pesquisa sobre o tema, considerando todo o complexo radiofônico brasileiro, poderia encaminhar este trabalho a um nível de superficialidade. Uma pesquisa de natureza investigativa que leve em conta a observação de um tipo de profissional, como o narrador de futebol, necessita, primeiro, de mais tempo de planejamento, organização, investigação e, por fim, de delimitação, o que uma trajetória de quatro anos, segundo a proposta, mostrou-se insuficiente.

Admite-se, sendo assim, que esta pesquisa, de forma alguma, pressupõe qualquer verdade absoluta. E a afirmação de que “a essência descritiva da narração de futebol radiofônica não poderia ser alterada”, está colocada em evidência, a partir de agora, para o debate. Outra dificuldade de percurso foi quanto às escolhas dos narradores, o que também pode ser questionável no sentido de aparentes privilégios a profissionais e regiões. Por outro lado, entende-se que esta investigação, ao contrário de definitiva, é um novo passo para uma análise mais ampla do papel do narrador no contexto de rádio expandido para outras esferas do país. De qualquer forma, é de se considerar que a justificativa para as escolhas decorreu, em primeiro lugar, pelo fator pioneiro oferecido pela narração em Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo, além da influência da locução de Belo Horizonte, ao longo do território brasileiro.

Por fim, não há como deixar de destacar que, em um período histórico enfrentado pela humanidade, de uma forma geral, a partir do final de 2019, a pandemia de Covid também impactou esta pesquisa, que pode ser dividida em duas fases: antes e pós-pandêmica, a qual, até estas considerações finais, continuou em pleno curso. A primeira influência da pandemia foi, justamente, quanto à delimitação. O tema, as escolhas e os caminhos só foram definidos em meados de 2020 algo que, no que concerne aos prazos de um doutoramento, tornou o processo desgastante. Mesmo que a tecnologia, atualmente, facilite a investigação à distância, pela modalidade de *home office*, perdeu-se a oportunidade, por exemplo, de acompanhar de perto a atuação desses narradores, em seus ambientes. Entende-se que, metodologicamente, a

observação presencial e a investigação direta na própria fonte, teriam enriquecido esta obra e feito diferença nos resultados.

Não houve outra alternativa a não ser de buscar adaptação ao panorama, somado, ainda, a todas as influências de ordem pessoal, em meio ao processo de reflexão. Até aqui, não ocorreu um percurso linear, inclusive, na etapa de qualificação, que, deve-se ressaltar, foi amplamente produtiva e esclarecedora, contudo, realizada em um período considerado próximo ao cumprimento de prazos. Mesmo assim, a qualificação teve um papel de organização, de *feedbacks* e de orientação no tratamento com o objeto.

Sem dúvidas, não apenas em um contexto de rádio expandido, o desafio de chamar a atenção de públicos para o consumo de um respectivo meio é cada vez mais complexo, fortalecendo ainda mais a teoria de que segue plena a fase de multiplicidade da oferta e de demanda radiofônica. A partir do processo de convergência de mídias (JENKINS, 2008) e com o avanço tecnológico que permitiu a ampliação da segmentação, as pessoas passaram a escolher aquilo que desejam ver e ouvir. O público não apenas mais assiste, bem como participa e influencia. Por outro lado, o trabalho focou as suas atenções na função da narração de futebol e nas suas estratégias para buscar novas audiências, como no caso das plataformas, sem aprofundar o universo do receptor. E, como também justificado, uma investigação deste outro lado, caso vinculada a esta, teria que ser ampliada ou repensada em um patamar de pesquisa diferente. De forma objetiva, este trabalho não entrou na discussão sobre o que o público desejaria que fosse produzido pelas rádios e narradores. O foco foi na emissão, na elaboração.

Todavia, é de fundamental importância, sim, que outras pesquisas dedicadas à narração esportiva, caso possível, levem em consideração seus públicos. Existe uma pista importante a ser explorada: apesar de a narração de futebol radiofônica, atualmente presente em um contexto de rádio expandido, em que ultrapassa os limites geográficos através da internet, o caráter das transmissões ainda preserva características regionalizadas, que atraem a atenção de grupos identificados por todo o planeta. Torcedores do Flamengo que residem na China, ou simpatizantes do Grêmio que estão radicados nos Estados Unidos, são pautados, mesmo sob a diferença de fuso, pelo horário de um jogo do seu time do coração e pela preferência na escuta de determinada rádio ou narrador. E, em grande parte, são ouvintes que fazem questão de interagir. Houve uma aproximação nesta investigação, por exemplo, na relação de diálogo entre o narrador Beto Guerra, da Web Rádio Galo, com um internauta, no *chat*, apenas por questões de verificação da qualidade da transmissão. Guerra utilizou um recurso expressivo de pergunta

que não foi endereçada a uma pessoa determinada, mas solicitada à massa, na esperança de que alguém atendesse seu pedido, o que ocorreu de forma quase instantânea.

E ainda que as plataformas indiquem dados como visualizações, *likes*, curtidas, compartilhamentos, participações em *chats*, o universo de conversação em rede (RECUERO, 2012) deve ser levado em conta, pois entende-se que quanto mais as novas tecnologias permitirem a participação do público, mais interesse haverá. Quanto mais poder de escolha, de decisão, maior será a penetração da audiência. Fernández (2012, p. 254), metodologicamente propõe o seguinte caminho:

Los atributos de evaluación de programas y de atribución de preferencias deberán, en lo posible, saturar los rasgos de textura, temáticos, retóricos y enunciativos que pueden reconstruirse a partir de nuestros análisis de los niveles de lenguajes, géneros y estilos circunscriptos. En el final, como no puede ocultarse, siempre aparecerá el estilo discursivo, convertido en herramienta de segmentación de una población denominada, ahora sin dudas, como audiencia radiofónica; generando nuevas esperanzas de comprensión y oponiendo sus barreras a la transparencia sociológica: extremo esfuerzo de figuración de esa frontera en que el individuo se hace sujeto social y de la compleja interacción entre disciplinas. ¿No debería compararse recién desde allí la importancia de un medio en la construcción social de sus efectos? En contacto con ese proceso el emisor (la institución, el equipo productor, los conductores responsables) podrá evitar la angustia acerca de la comprensión y la extensión de su audiencia. Quedará en pie, como estímulo infinito a la creatividad, la angustia generada por el resultado final, exitoso o no.

De qualquer forma, apesar das amplas possibilidades de escolhas, da segmentação, dos conteúdos *on demand*, como os *podcasts*, o futebol, em relação ao rádio, ainda possui uma vantagem particularmente fundamental, que mantém o esporte como assunto de relevância e as coberturas esportivas e transmissões de jogos como carros-chefes na economia das empresas. O futebol ainda é capaz de pautar a sociedade, de programar os torcedores a acompanharem irradiações em determinados momentos. A diferença fica, justamente, para a diversidade de opções, como bem dita a era da multiplicidade da oferta.

Como já explicado, mesmo não se configurando como artigo de primeira necessidade, o futebol mexe com paixões, das mais exageradas até a que desperta o mínimo de interesse, mas, ainda prende a atenção. Agora, projetando o futuro da narração esportiva radiofônica, de fato, mais uma vez é importante pensar no contexto da atualidade, na qual ainda estão em evidência as produções de conteúdos para plataformas em redes sociais e audiovisuais, a exemplo de YouTube e Facebook.

Entende-se, por outro lado, que as plataformas e as próprias redes como Instagram podem estar com os dias contados ou serem interrompidas, como ocorreu no caso do Orkut, encerrado em 2014. O que o próprio meio radiofônico já entendeu e surgiu como tendência e vem em aprimoramento, é a questão da imersão, isto é, uma forma diferente de participação ativa. Principalmente no caso das redes sociais, empresários como Mark Zuckerberg, o criador do Facebook, pretende superar a internet das telas através de um projeto denominado: *Metaverso*²⁵⁹.

Um dos maiores desafios dos criadores de conteúdo para plataformas é como manter os usuários atentos conforme um determinado período de tempo. E meios como o YouTube, por exemplo, possuem uma série de parâmetros que devem ser respeitados e condições para que um canal cresça e popularize uma produção. Plataformas do tipo TikTok, com uma proposta de compartilhamento de vídeos com durações mais curtas, os *shorts*, influenciou, inclusive, que YouTube e Facebook revisassem e incluíssem modalidades semelhantes em suas estruturas.

Para fechar, levando em conta os oito profissionais analisados, ainda que o panorama da atualidade indique possíveis conflitos geracionais entre os períodos paradigmático e contemporâneo, pode-se determinar que o narrador de futebol, em um contexto de rádio expandido, caracteriza-se por: um locutor híbrido, adaptado às plataformas, multitarefa, influenciador, mediador, protagonista e capaz de descrever os lances de uma determinada partida com emoção e improvisado para públicos variados. E, nesse cenário, surge o narrador de *web*, um tipo de locutor intermediário entre os narradores radiofônicos e televisivos, moldado entre recursos parassonoros, de locução e ritmos mais lentos, que tem na interatividade, no engajamento, no improvisado e na emoção seus principais atributos. Isso porque, de certa maneira, a narração já foi afetada pelo contexto *web*, ainda que não em sua totalidade ou potencialidade. Ao que tudo indica, o caminho da narração objetiva, cada vez mais, a proximidade e a participação do público.

²⁵⁹ É um universo de realidade virtual imersivo proposto por Zuckerberg. Disponível em: <https://elpais.com/tecnologia/2021-10-30/metaverso-el-mundo-virtual-donde-zuckerberg-quiere-que-compres-te-diviertas-y-trabajes.html>. Acesso em: 20 jan. 2022.

REFERÊNCIAS

ANGELO, M. Diretor de Esportes da Rádio Itatiaia, Michel Angelo. Depoimento concedido a Ciro Götz, via WhatsApp, nov. 2021.

AZEVEDO, L. C. Rádio Nacional. **FGV CPDOC**, Brasil, 2009. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/radio-nacional>. Acesso em: 19 out. 2021.

BALACÓ, B. A volta do futebol em meio à pandemia: a experiência das rádios cearenses na transmissão de jogos via streaming. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020, VIRTUAL. **Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. VIRTUAL: 2020, p. 1-15.

BARBEIRO, H.; RANGEL, P. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2013.

BESSA, L. Álvaro Celso da Trindade (Badaró). In: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo mineiro**. Florianópolis: Insular, 2014. p. 62-63.

BLOTA, C. “Eu não queria voltar para o rádio, mas agora estou muito feliz com essa decisão”, confessa o locutor José Silvério. **Observatório da TV**, São Paulo, 14 jul. 2021. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/colunas/christiano-blota/eu-nao-queria-voltar-para-o-radio-mas-agora-estou-muito-feliz-com-essa-decisao-confessa-o-historico-locutor-jose-silverio>. Acesso em: 16 dez. 2021.

BONIN, A. P. C. *et al.* A transmissão radiofônica de jogos de futebol: a incoerente gratuidade de um espetáculo esportivo? **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**. Brasil, v. 38, n. 2, p. 186-193, 2016.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRITTOS, V. C. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, n. 31, p. 9-34, 1999.

_____. O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta. **Verso & Reverso**, São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, n. 35, p. 31-54, jul-dez. 2002.

BROCANELLI, R. Diálogo no ar entre José Silvério e Olivério Jr. antecipou problemas no futebol da Rádio Capital. **Radioamantes**, Brasil, 22 set. 2021. Disponível em: <https://radioamantes.wordpress.com/2021/09/22/dialogo-no-ar-entre-jose-silverio-e-oliverio-jr-antecipou-problemas-no-futebol-da-radio-capital/>. Acesso em: 17 dez. 2021.

BUFARAH, Á. O impacto das tecnologias no rádio e a necessidade do setor se reinventar. In: XXXVIII Intercom, 2015, Rio de Janeiro. **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015, p. 1-15.

CABRAL, S. **No tempo de Ary Barroso**. São Paulo: Lazuli, 2016.

CALDAS, W. **O Pontapé Inicial**. São Paulo: Ibrasa, 1990.

CAPELO, R. A CBF fatura alto com a seleção brasileira – eis de onde vem e para onde vai o dinheiro. **Época**, Brasil, 6 jun. 2018. Disponível em: <https://epoca.globo.com/esporte/epoca-esporte-clube/noticia/2018/06/cbf-fatura-alto-com-selecao-brasileira-eis-de-onde-vem-e-para-onde-vai-o-dinheiro.html>. Acesso em: 10 set. 2019.

CAPRIOTTI, R. Coordenador de Esportes da Rádio Bandeirantes de São Paulo, Ricardo Capriotti. Depoimento concedido a Ciro Götz, via WhatsApp, set. 2021.

CARLOS Pallut. **Museu da TV, rádio e cinema**, Brasil, [20--]. Disponível em: <https://www.museudatv.com.br/biografia/carlos-pallut/>. Acesso em: 11 out. 2021.

CARVALHO, A. Técnico de externas da Rádio Itatiaia, Allan Carvalho. Depoimento concedido a Ciro Götz, via WhatsApp, dez. 2021.

CASTILLO, D. P. **La expresión verbal en la radio**. Quito: Repositório Ciespal, 1984.

CASTILLO, D. P. **Retórica y manipulación massiva**. México: Coyoacán, 1994.

CÉSAR, C. **Como falar no rádio**: Prática de locução AM e FM. São Paulo: Summus, 2009.

CESAR de Alencar. **Museu da TV, rádio e cinema**, Brasil, [20--]. Disponível em: <https://www.museudatv.com.br/biografia/cesar-de-alencar/>. Acesso em: 20 out. 2021.

CHAMMAS, A., NUNES, M. R. F., OLIVEIRA, L. C. M. Nicolau Tuma. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 314-316.

_____. Pedro Luiz Paoliello *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 318-319.

_____. Santos. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 317-318.

_____. Fiori Gigliotti. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 308.

CLEDI Oliveira. **Museu da TV, rádio e cinema**, Brasil, 01 jul. 2021. Disponível em: <https://www.museudatv.com.br/biografia/cledi-oliveira/>. Acesso em: 01 dez. 2021.

COELHO, T. **Semiótica, Informação e Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

COUTO, A. A. G. Manchete Esportiva e sua primeira fase (1955-1959): Diálogo entre Imagens e Crônicas Modernas. *In*: XV Encontro Regional de História da ANPUH-Rio, 2012, Rio de Janeiro. **Anais do XV Encontro Regional de História da ANPUH-Rio**. Rio de Janeiro: FFP/UERJ, 2012. p. 1-11.

_____. A imprensa esportiva carioca (décadas de 1940-1960). **Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio De Janeiro**. Rio de Janeiro, n. 13, p. 509-521, 2017.

DALPIAZ, J. G. **O futebol no rádio de Porto alegre: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade)**. 2002. 192 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre, 2002.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Brasil: eBooksBrasil, 2003.

DEODATO, P. G. O.; PEREIRA, A. M. S. Fake news e as mudanças nas rotinas jornalísticas dos portais de notícias G1PB e OP9. **Temática**, João Pessoa, v. 15, n. 10, p. 161-177, out. 2019.

DIAS, A. **Paixão nacional revisitada: da CPI do futebol aos dias atuais**. Brasília: SEEP, 2011.

DIAS, E. S.; LIMA, C. G. C. Da emoção à descrição: a história da narração esportiva no rádio. In: VIII Encontro Nacional de História da Mídia, 2011, Guarapuava. **Anais do VIII Encontro Nacional de História da Mídia**. Guarapuava: Unicentro, 2011, p. 1-12.

DIAS, V. De web rádio a web TV: projeto com DNA atleticano completa sete anos de sucesso. **Toque di Letra**, Belo Horizonte, 2018. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=110+anos+de+atl%C3%A9tico+mineiro&rlz=1C1GCEAenUY943UY943&oq=110+anos+de+atl%C3%A9tico+mineiro&aqs=chrome..69i57.5188j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. Acesso em: 29 dez. 2021.

DIENSTMANN, C; DENARDIN, P. E. **Um século de futebol no Brasil: do Sport Club Rio Grande ao Clube dos Treze**. Porto Alegre: Aplub, 1998.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2011. p. 215-235.

DUVAL, A. R. Ernani Ruschel. In: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 245-247.

FARID Germano. **Radiodifusão no RS. História e Estórias. Vol. 2**. Porto Alegre: FEPLAM, 1992.

FEDERICO, M. E. B. **História da Comunicação: Rádio e TV no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1982.

FERNÁNDEZ, J. L. **La captura de la audiencia radiofónica**. Buenos Aires: Liber Editores, 2012.

FERRARETTO, L. A. **Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais**. Canoas: Ulbra, 2002.

_____. **Rádio e capitalismo no rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20**. Canoas: ULBRA, 2007.

_____. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Revista Eptic**. Sergipe, v. 14, n. 2, p. 1-24, mai/ago. 2012.

_____. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

_____. 1962, a copa do radinho de pilha. **Uma história do Rádio no Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <http://www.radionors.jor.br/2014/03/1962-copa-do-radinho-de-pilha-2014-luiz.html>. Acesso em: 15 nov. 2018.

_____. Rádio contemporâneo: o modelo de negócio e o poder de referência do meio sob tensão. **Revista Eptic**. Sergipe, v. 21, n. 2, p. 154-170, mai/ago. 2019.

FERRARETTO, L. A.; MORGADO, F. Mercado em acomodação: uma proposta conceitual para compreender a concorrência em rádio e TV hoje. **C&S**. São Bernardo do Campo, v. 40, n. 3, p. 241-268, set/dez. 2018

_____. **Covid- 19 e comunicação**: um guia prático para enfrentar a crise. Porto Alegre, NER, 2020.

FILHO, J. F. A Sociedade do Espetáculo revisitada. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 10, n. 22, p. 33-46, dez. 2003.

FILHO, M. **O negro no futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

FRANGE, M. B. S. N. **A produção do jornalismo esportivo na internet**. Curitiba: Appris, 2016.

GERAQUE, E. Número de rádios brasileiras na Copa do Mundo desaba. **Folha de São Paulo**, Moscou, 13 jun. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/06/numero-de-radios-brasileiras-na-copa-do-mundo-desaba.shtml>. Acesso em: 9 nov. 2019.

GOODE, W. J.; HATT, P. K. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Nacional, 1979.

GONÇALVES, D. Doalcei Bueno de Camargo. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 222.

_____. José Carlos Araújo. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 227-229.

_____. Jorge Curi. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 226-227.

_____. Luiz Mendes. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 229-231.

_____. D. Luiz Penido. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 231-232.

_____. Oduvaldo Cozzi. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 232-233.

_____. Waldir Amaral. *In*: PRATA, N., SANTOS, C. (orgs.). **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 233-234.

GONÇALVES, D. O futuro do rádio já chegou para os torcedores do Atlético. **Sintonia AM-FM**, Brasil, 19 fev. 2012. Disponível em: <https://sintoniaamfm.wordpress.com/>. Acesso em: 29 dez. 2021.

GONÇALVES, J.; ZUCULOTO, V. Registros históricos para pensar um rádio esportivo pós-industrial. *In*: X Encontro Nacional de História da Mídia, 2015, Porto Alegre. **Anais do Encontro Nacional de História da Mídia**. Porto Alegre, UFRGS, 2015, p. 1-15.

GÖTZ, C. A. F. **Narradores de Futebol, dos Desbravadores aos Contemporâneos. Estilo e técnica da locução no rádio porto-alegrense (de 1931 a 2015)**. 2015. 296 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2015.

_____. A Narração Esportiva no Rádio do Brasil: uma proposta de periodização histórica. **Revista Âncora**. João Pessoa, v. 7, n. 1, p. 66-86, jan/jun. 2020.

_____. **As Vozes do Gol**: História da narração de futebol no rádio de Porto Alegre. Florianópolis: Insular, 2020.

_____. O impacto da pandemia de Covid-19 nas rotinas dos departamentos de esportes das rádios Guaíba, Itatiaia, Super Tupi e Bandeirantes. *In*: XVIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2020, Brasília. **Anais do XVIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Brasília: UnB, 2020, p. 1-17.

_____. Abílio de Castro: pioneiro da narração esportiva no rádio do Brasil? *In*: XLIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020, Salvador. **Anais do XLIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Salvador: UFBA, 2020, p. 1-15.

_____. Abílio de Castro: pioneiro da narração esportiva no rádio do Brasil? **Revista Ecom**. Lorena, v. 12, n. 24, p. 398-412, jul/dez. 2021.

GÖTZ, C. A. F.; GRAU, M. L. V. A influência das transmissões radiofônicas montevidéanas de futebol no rádio de Porto Alegre nos anos 1940. *In*: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2016, Curitiba. **Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. Curitiba: PUCPR, 2016, p. 1-15.

GÖTZ, C. A. F.; COSTA, C. F. O impacto da pandemia de Covid-19 nas rotinas dos departamentos de esportes das rádios Guaíba, Itatiaia, Super Tupi e Bandeirantes. **Revista Tropos**. Rio Branco, v. 10, n. 1, p. 1-18, jul. 2021.

GUARCHE, G. Primeira transmissão de rádio a longa distância. **Site Oficial do Santos**. Santos, 12 mai. 2019. Disponível em: <https://www.santosfc.com.br/primeira-transmissao-de-radio-a-longa-distancia/>. Acesso em: 15 nov. 2019.

GUERRA, M. O. **Rádio x TV - O jogo da narração: A imaginação entra em campo e seduz o torcedor**. 2006. 246 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, Rio de Janeiro, 2006.

_____. Rádio e tv: o jogo da narração - A imaginação entra em campo e seduz o torcedor. **Lumina**. Juiz de Fora, v. 1, n. 1, p. 1-15, jun. 2007.

GUIMARÃES, C. G. S.; FERRARETTO, Luiz Artur. **O comentário esportivo no rádio de Porto Alegre: uma proposta de periodização histórica**. Revista Brasileira de História da Mídia, v. 7, n. 1, p. 178-194, jan/jun. 2018.

GUIOTTI, M. Willy Gonser. In: PRATA, N., SANTOS, C. **Enciclopédia do rádio esportivo mineiro**. Florianópolis: Insular, 2014.

HARRIS, R. FIFA's robust cash reserves soar to \$2.7B. **Associated Press**, Londres, 5 mar. 2019. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=Associated+Press+fifa+2018&oq=Associated+Press+fifa+2018&aqs=chrome..69i57.2981j0j1&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. Acesso em: 8 set. 2019.

HAUSSEN, D. F. Rádio, populismo e cultura: Brasil e Argentina (1930-1955). **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 3, n. 5, p. 50-56, nov. 1996.

_____. Rádio brasileiro: uma história de cultura, política e integração. In: BARBOSA FILHO, A. PIOVESAN-NETO, A. P.; BENETON, R. (orgs.). **Rádio: sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004. p. 51-62.

HAUSMAN, C. *et al.* **Rádio: produção, programação e performance**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

HERSCHMANN, M.; KISCHINHEVSKY, M. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 15, n. 37, p. 101-106, dez. 2008.

HELAL, R.; AMARO, F. Das ondas do rádio à tela da TV: notas sobre a evolução da narração esportiva. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza. **Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza: UNIFOR, 2012, p. 1-15.

HELLER, A. **Teoría de la historia**. México: Fontamara, 1997.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

JORDANA, B.; RIVERO, L.; LOURENÇO, M. Quando o narrador veste a camisa. **Medium**, Brasil, 15 jun. 2019. Disponível em: <https://medium.com/@brunajordana/quando-o-narrador-veste-a-camisa-4c5c933b9110>. Acesso em: 27 abr. 2021.

JÚNIOR, M. Serginho Leite. 3º **Tempo**, Brasil, 2011. Disponível em: <https://terceirotempo.uol.com.br/que-fim-levou-serginho-leite-4651>. Acesso em: 20 dez. 2021.

JÚNIOR, O. Coordenador de Esportes da Super Rádio Tupi, Odilon Júnior. Depoimento concedido a Ciro Götz, via WhatsApp, nov. 2021.

KAMPPFF, A. Só mudança na lei pode fazer rádios pagarem direitos de transmissão no país. **UOL**, Brasil, 21 out. 2019. Disponível em: <https://leiemcampo.blogosfera.uol.com.br/2019/10/21/so-mudanca-na-lei-pode-fazer-radios-pagarem-direitos-de-transmissao-no-pais/>. Acesso em: 8 nov. 2019.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad, 2016.

_____. Métodos de pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. *In*: MOURA, C. P. D.; LOPES, M. I. V. D. (org.). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016b.

_____. Notas para uma metodologia de pesquisa em rádio expandido. *In*: 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2021, Virtual. **Anais do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Virtual: 2021, p. 1-10.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Metodologia do trabalho científico: projetos de pesquisa. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LENZI, A. Entre discursos e práticas: rotina multimídia em empresas jornalísticas. **Animus**, Santa Maria, v. 18, n. 38, p. 213-228, 2019.

LUÍS Roberto pede desculpas após gafe da Globo em Vasco e Cruzeiro: ‘Não sabia que tinha sido anulado’. **Lance!**, Rio de Janeiro, 19 set. 2021. Disponível em: <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/luis-roberto-pede-desculpas-apos-gafe-globo-vasco-cruzeiro-nao-sabia-que-tinha-sido-anulado.html>. Acesso em: 22 dez. 2021.

MADUREIRA, P.; KISCHINHEVSKY, M. Show do esporte: Considerações sobre programas de relatos desportivos como gênero fundador da radiofonia. *In*: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015, p. 1-14.

MADUREIRA, P. **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 Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, PPGCom/Uerj, Rio de Janeiro, 2016.

MADUREIRA, T. Alberto Rodrigues comenta futuro na Itatiaia e detona time do Cruzeiro. **Super Esportes**, Brasil, 04 ago. 2021. Disponível em: <https://www.msn.com/pt-br/esportes/futebol/alberto-rodrigues-comenta-futuro-na-itatiaia-e-detona-time-do-cruzeiro/ar-AAMTKPJ>. Acesso em: 22 dez. 2021.

MARTINS, D. Operador de áudio da Rádio Grenal, Dickson Ricardo. Depoimento concedido a Ciro Götz, via WhatsApp, out. 2021.

MARX, C. **O capital**: Livro 1. São Paulo: Boitempo, 2013.

MATTOS, R. CBF tem três presidentes afastados por corrupção em 7 anos e não muda nada. **UOL**, Brasil, 11 mar. 2018. Disponível em: <https://rodrigomattos.blogosfera.uol.com.br/2018/03/11/cbf-tem-tres-presidentes-afastados-por-corrupcao-em-7-anos-e-nao-muda-nada/>. Acesso em: 8 set. 2019.

MEDITSCH, E. **O rádio na era da informação**. Florianópolis: Insular, 2001.

MEDITSCH, E. A informação sonora na webemergência: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia. In: MAGNONI, A. F.; CARVALHO, J. F. D. (Orgs.). **O novo rádio: cenário da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Senac, 2010. p. 203-238.

MOREIRA, S. V. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

MOSCO, V. **The political economy of communications: rethinking and renewal**. Londres: Sage, 1996.

MOSTARO, F. F. R.; KISCHINHEVSKY, M. Narrativas sobre as primeiras transmissões de jogos internacionais da seleção brasileira. **LIS**. Buenos Aires, n. 15, p. 147-165, 2016.

MURCE, R. **Bastidores do Rádio**: Fragmentos do Rádio de Ontem e de Hoje. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

NARRAÇÃO é destaque em 'Futebol 2000'. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 29 set. 1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr2909199908.htm>. Acesso em: 17 dez. 2021.

NASCIMENTO, A. R. D. **Futebol e relação de consumo**. Barueri: Minha Editora, 2013.

OLIVEIRA, D. D.; PIMENTA, C. C. C. A Espetacularização Midiática Na Cobertura Do Futebol. In: XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2018, Belo Horizonte. **Anais do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Belo Horizonte: UFES, 2018. p. 1-11.

ORTRIWANO, G. S. **Informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Sumnus, 1985.

OSELAME, M. C. **Fim da notícia: o "engraçadismo" no campo do jornalismo esportivo de televisão**. 2012. 153 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2012.

PANORAMA: Continental FM retorna para o top 3 em Porto Alegre. Rádio Gaúcha segue líder. **Tudorádio**, Brasil, 30 nov. 2021. Disponível em: <https://tudoradio.com/noticias/ver/26490-panorama-continental-fm-retorna-para-o-top-3-em-porto-alegre-radio-gaucha-segue-lider>. Acesso em 12 dez. 2021.

PARRY, R. **A ascensão da mídia**: a história dos meios de comunicação de Gilgamesh ao Google. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

PARRON, M. Locutor do “gol inconfundível”. **UOL BAND**, Brasil, 25 out. 2016. Disponível em: <https://miltonparron.band.uol.com.br/locutor-do-gol-inconfundivel/>. Acesso em: 29 nov. 2019.

PAULO Edson. **3º Tempo**, Brasil, 2020. Disponível em: <https://terceirotempo.uol.com.br/que-fim-levou/paulo-edson-3720>. Acesso em: 11 dez. 2021.

PHAELANTE, R. **Fragmentos da história do Rádio Clube de Pernambuco**. Recife: CEPE, 1998.

PRATA, N. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Tese. Doutorado em Linguística Aplicada. Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Belo Horizonte, 2008.

PRATA, N., SANTOS, C. **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2012.

_____. **Enciclopédia do rádio esportivo mineiro**. Florianópolis: Insular, 2014.

QUESADA, L. José Silvério: 50 anos de narração esportiva. **UOL Esporte**, Brasil, 20 jul. 2013. Disponível em: <https://blogdoquesada.blogosfera.uol.com.br/2013/07/20/jose-silverio-50-anos-de-narracao-esportiva/>. Acesso em: 17 dez. 2021.

RÁDIO alcança 83% dos brasileiros e é mais popular entre os jovens. **Kantar IBOPE Media**, 26 set. 2019. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/radio-alcanca-83-dos-brasileiros-e-e-mais-popular-entre-os-jovens/>. Acesso em: 9 nov. 2019.

RÁDIO Itatiaia é comprada pelo empresário Rubens Menin: ‘Patrimônio de Minas Gerais’. **Rádio Itatiaia**, Belo Horizonte, 14 mai. 2021. Disponível em: <https://www.itatiaia.com.br/noticia/radio-itatiaia-e-comprada-pelo-empresario-rubens-menin>. Acesso em 23 dez. 2021.

RANKING de receitas 2019: estudo revela faturamento dos clubes brasileiros. **Gazeta do Povo**, Brasil, 17 jul. 2019. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/ranking-receitas-2019-faturamento-dos-clubes-brasileiros/>. Acesso em: 12 set. 2019.

RECUERO, R. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2012.

REIS, N. Morre o ex-deputado José Rosa da Silva. **Alesp**, São Paulo, 9 mai. 2012. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=327767>. Acesso em: 18 nov. 2019.

RICCO, F. Rádio Bandeirantes rescinde contrato do narrador José Silvério. **UOL**, Brasil, 26 abr. 2020. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/columnas/flavio->

[ricco/2020/04/26/radio-bandeirantes-rescinde-contrato-de-jose-silverio.htm](https://www.uol.com.br/ricco/2020/04/26/radio-bandeirantes-rescinde-contrato-de-jose-silverio.htm). Acesso em: 18 dez. 2021.

_____. Rescisão de José Silvério evidenciou falta de habilidade da Band. **UOL**, Brasil, 28 abr. 2020. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2020/04/28/rescisao-de-jose-silverio-evidenciou-falta-de-habilidade-da-band.htm>. Acesso em 18 dez. 2021.

REIS, C. **Propaganda no rádio**: os formatos do anúncio. Blumenau: Editora da Universidade Regional de Blumenau, 2008.

RODRIGUES, N. **À sombra das chuteiras imortais**: crônicas de futebol. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

_____. **A pátria de chuteiras**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013.

RODRIGUES, R. Média de público da Copa 2018 é menor que a do Brasil em 2014. **R7**, Brasil, 16 jul. 2018. Disponível em: <https://esportes.r7.com/prisma/copa-2018/futebol-em-numeros/media-de-publico-da-copa-2018-e-menor-que-a-do-brasil-em-2014-16072018>. Acesso em: 9 set. 2019.

ROSA, J. **Manual do Locutor**: Guia para os profissionais e para os aspirantes à carreira de locutor. São Paulo: Pelúdio, ([195-]).

ROZENBERG, M. Washington Rodrigues. **3º Tempo**, Brasil, [201-]. Disponível em: <https://terceirotempo.uol.com.br/que-fim-levou/washington-rodrigues-84>. Acesso em: 14 out. 2021.

SEBRELI, J. J. Fútbol y alienación. *In*: **El Fútbol**. Buenos Aires: Jorge Álvarez, 1967. p. 99-144.

SCHINNER, C. F. **Manual dos locutores esportivos**: como narrar futebol e outros esportes no rádio e na televisão. São Paulo: Panda, 2004.

SILVA Júnior é confirmado para equipe de narradores do SBT para Libertadores. **Lance!**, Rio de Janeiro, 21 abr. 2021. Disponível em: <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/silva-junior-confirmado-para-equipe-narradores-sbt-para-libertadores.html>. Acesso em: 10 out. 2021.

SILVA, J. L. O. A. **Rádio**: oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica. São Paulo: Annablume, 1999.

SILVA, O. A. C. **A narração esportiva de Fiori Gigliotti: emoção e sedução na oralidade mediatizada**. 2010. 126 f. Dissertação (Programa de Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2010.

SOARES, E. **A bola no ar**: O rádio Esportivo em São Paulo. São Paulo: Summus, 1994.

SOARES, A. J. Futebol brasileiro e sociedade: a interpretação culturalista de Gilberto Freyre. *In*: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. **Futbologias: Futbol, identidad y violencia en America Latina**. Buenos Aires: CLACSO, 2003. p. 145-162. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100920010258/9PII-Soares.pdf>.

STEIN, L. Como Gilberto Freyre via a importância do futebol na ascensão do negro na sociedade brasileira. **Trivela**, Brasil, 20 nov. 2018. Disponível em <https://trivela.com.br/como-gilberto-freyre-via-a-importancia-do-futebol-na-insercao-do-negro-na-sociedade-brasileira/>. Acesso em: 15 jul. 2019.

STERNE, J. **The audible past: Cultural origins of sound reproduction**. Duke University Press, 2003.

SUPER Rádio Tupi é líder de audiência pela sexta vez no Rio, diz Ibope. **Super Tupi**, Rio de Janeiro, 11 jun. 2021. Disponível em: <https://www.tupi.fm/sentinelas/super-radio-tupi-e-lider-de-audiencia-pela-sexta-vez-no-rio-diz-ibope/>. Acesso em: 12 out. 2021.

TAVARES, R. C. **Histórias que o rádio não contou: do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo**. São Paulo: Paulus, 2014.

TOTA, A. P. **A locomotiva no ar: Rádio e Modernidade em São Paulo**. São Paulo: PW Gráficos, 1990.

TRIBUNAL confirma público em Flamengo x Grêmio pela Copa do Brasil. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 13 set. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2021/09/tribunal-confirma-publico-em-flamengo-x-gremio-pela-copa-do-brasil.shtml>. Acesso em: 03 out. 2021.

VAMPRÉ, O. A. **Raízes e evolução do rádio e da televisão**. Porto Alegre: FEPLAM – RBS, 1979.

VIANA, L. Locutores esportivos no Twitter: Relações entre linguagem Radiofônica e digital. **Cenários**. Porto Alegre, v. 1, n. 17, p. 45-61, 2019.

VIBRANTE Alberto Rodrigues permanece na Itatiaia em 2022, confirma presidente da rádio. **Rádio Itatiaia**, Belo Horizonte, 25 nov. 2021. Disponível em: <https://www.itatiaia.com.br/noticia/vibrante-alberto-rodrigues-permanece-na-itatiaia-em-2022-confirma-presidente-da-radio>. Acesso em: 22 dez. 2021.

VAZ, A. F. Esporte e mitologia em três expressões de nossa “identidade nacional”. **Verso e Reverso**. São Leopoldo, v. 1, n. 34, p. 19-35, jan/jun. 2002.

XAVIER, R. Rádio Tupi promove o repórter Cyro Neves ao time de narradores esportivos. **Esporte e Mídia, Brasil**, 13 ago. 2021. Disponível em: <https://esporteemidia.com/2021/08/radio-tupi-promove-o-reporter-cyro-neves-ao-time-de-narradores-esportivos.html>. Acesso em: 15 out. 2021.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2015.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br