

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA**  
**CAMPUS SÃO BORJA**  
**CURSO DE JORNALISMO**

**ADILSON HELENO DORNELLES RIBAS**

**RÁDIO E FUTEBOL: A EVOLUÇÃO DO COMENTÁRIO ESPORTIVO NO RÁDIO  
GAÚCHO**

**SÃO BORJA – RS**

**2021**

**ADILSON HELENO DORNELLES RIBAS**

**RÁDIO E FUTEBOL: A EVOLUÇÃO DO COMENTÁRIO ESPORTIVO NO RÁDIO  
GAÚCHO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para a obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Ramires Comassetto

SÃO BORJA – RS

2021

# ADILSON HELENO DORNELLES RIBAS

14/06/2021

SEI/UNIPAMPA - 0530672 - SISBI/Folha de Aprovação



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
Universidade Federal do Pampa

ADILSON HELENO DORNELLES RIBAS

## RÁDIO E FUTEBOL: A EVOLUÇÃO DO COMENTÁRIO ESPORTIVO NO RÁDIO GAÚCHO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 04/05/2021.

Banca examinadora:

---

Prof. Dr. Leandro Ramires Comassetto  
Orientador  
UNIPAMPA

---

Prof. Dr. Geder Luis Parzianello

# ADILSON HELENO DORNELLES RIBAS

14/06/2021

SEI/UNIPAMPA - 0530672 - SISBI/Folha de Aprovação  
UNIPAMPA

---

Jornalista Paulo Branchi



Assinado eletronicamente por **LEANDRO RAMIRES COMASSETTO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 24/05/2021, às 16:35, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **Paulo Branchi, Usuário Externo**, em 25/05/2021, às 08:40, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **GEDER LUIS PARZIANELLO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/06/2021, às 23:02, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0530672** e o código CRC **9CCDC5FB**.

## AGRADECIMENTOS

Muita gente merece meus agradecimentos. Poderia escrever páginas e páginas citando pessoas importantes na minha vida, tanto na vida pessoal, como na vida acadêmica e profissional. No entanto, para não cometer injustiças, selecionei apenas algumas.

Começo por quem me incentivou desde o pontapé inicial, minha mãe e principalmente meu pai. Infelizmente, ele partiu na metade de meu percurso na faculdade, um apaixonado por rádio e futebol. Sempre me recordo, eu e ele ouvindo transmissões esportivas no rádio na minha infância, ouvindo Lauro Quadros, Ruy Carlos Ostermann, Nando Gross e outros comentaristas, que depois se tornaram referências para mim no comentário esportivo, do qual meu pai era fã. Então dedico a Agenildo Peruzzi Ribas e a Iolanda Dornelles Ribas meu trabalho de conclusão de curso.

Ao meu orientador, Leandro Ramires Comassetto, por confiar e acreditar em meu potencial. O professor foi um grande suporte dentro da faculdade e uma pessoa que considero como um pai, o qual também foi um grande orientador para este trabalho que julgo desafiador, ainda pouco explorado pela academia.

Consideração especial também ao professor Geder Parzianello, pelo qual sinto um carinho enorme, uma pessoa de coração genuíno, que levarei também em minhas recordações como um paizão no período em que estive na universidade e um amigo querido.

Aos entrevistados que se pronunciaram naturalmente a ceder um pouco do seu tempo para conversar comigo: Luiz Arthur Ferraretto, Chico Garcia, Carlos Guimarães e Gustavo Fogaça.

Para finalizar os agradecimentos, meus amigos Enoc Guimarães e Renan Vilaverde, colegas de curso. Crescemos juntos no jornalismo esportivo, trabalhando lado a lado no Campeonato Gaúcho em 2019. Um fraterno abraço também ao João Batista, técnico de rádio da Unipampa, com o qual dividimos histórias do rádio, um amigo que, com sua longa história radiofônica, ajudou no meu crescimento profissional como locutor. Agradeço à Rádio Cultura AM e Fronteira FM, onde atualmente trabalho, e a meus colegas, por me ajudarem a crescer no jornalismo.

## RESUMO

Este trabalho discute a relação do rádio com o futebol no Brasil. Parte de um resgate histórico do esporte das multidões e aborda como o rádio, enquanto veículo de comunicação de massa, teve papel preponderante na popularização do futebol. Centra sua atenção nas transmissões esportivas, iniciadas na década de 1930, identificando os profissionais que se destacaram nessa função, sobretudo os comentaristas esportivos, sobre quem recai a investigação. Analisa-se como o comentário esportivo passou por transformações ao longo do tempo, impulsionadas pela evolução tecnológica e pelo processo de convergência midiática, tornando-se o comentarista um profissional absoluto na leitura das partidas.

**Palavras-chave:** Rádio; Futebol; Rio Grande do Sul; Transmissão de jogos; Comentário esportivo.

## **ABSTRACT**

This work discusses the relationship between radio and soccer in Brazil. It starts from an historical rescue of the sport of the crowds and approaches how the radio, as a mass communication vehicle, played a major role in the popularization of soccer. It centers its attention to sports broadcasts, which started in the 1930s, identifying the professionals who stood out in this role, especially sports commentators, on whom the investigation rests. It analyzes how the sports commentary went through transformations throughout time, driven by the technological evolution and the media convergence process, making the commentator an absolute professional in reading the matches.

**Key-words:** Radio; Soccer; Rio Grande do Sul; Streaming of games; Sports Commentary.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>O RÁDIO E O FUTEBOL NO CONTEXTO DA MODERNIDADE .....</b>	<b>9</b>
2.1	O Advento do rádio .....	10
2.2	Futebol: da elite à classe popular .....	12
2.3	A chegada do futebol ao Rio Grande do Sul .....	16
<b>3</b>	<b>RÁDIO E FUTEBOL: AS PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS DAS DÉCADAS DE 30, 40, 50 .....</b>	<b>19</b>
3.1	Nascimento do rádio esportivo .....	19
3.1.2	Década de 30: tudo se constrói com a narração esportiva .....	22
3.1.3	Década de 40: as transmissões de futebol no rádio ganham fronteiras .....	23
3.1.4	Década de 50: o início de uma estruturação.....	26
3.1.5	O rádio de 1957 à década de 80 .....	29
3.1.6	Rádio Guaíba na Copa do Mundo de 1958 .....	30
3.1.7	A Cobertura esportiva do rádio gaúcho nos mundiais de 1962 e 1966.....	32
3.1.8	A Copa de 1970 e os modernos circuitos Nacionais.....	35
3.1.9	O radiojornalismo esportivo .....	36
3.1.10	Década de 90, O Futebol Arte e o Rádio.....	39
3.2	O Futebol no Rádio na Atualidade .....	44
<b>4</b>	<b>O COMENTÁRIO ESPORTIVO .....</b>	<b>46</b>
4.1	Proposta de periodização .....	47
4.1.2	Primeiras irradiações .....	47
4.1.3	Fase da Crônica Esportiva.....	49
4.1.4	Fase do jornalismo esportivo .....	50
4.1.5	Fase do Jornalismo Esportivo Convergente.....	53
4.1.6	Audiência Criativa.....	59
4.1.7	Os dados como fonte de recurso para a opinião .....	62
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>77</b>
<b>1.</b>	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>79</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é fazer um resgate da importância do rádio para a consolidação do futebol no Brasil, discorrendo sobre a relação desse meio de comunicação com o esporte das multidões desde suas primeiras manifestações, no início do século XX, até os dias atuais, demonstrando as dificuldades das primeiras transmissões e as evoluções em termos de narração e comentário esportivo.

Neste trabalho de conclusão de curso, vamos partir de três pontos 1) Como o rádio esportivo surgiu no Brasil, as primeiras transmissões, as primeiras rádios que cobriram jogos em território nacional; 2) Como o rádio esportivo começou no Rio Grande do Sul, suas primeiras transmissões; e 3) O comentário esportivo no rádio, demonstrando a importância do profissional comentarista durante a transmissão das partidas de futebol e explicando como essa função teve que se reinventar ao longo dos anos.

Justificamos a escolha por essa temática levando em conta a popularidade do futebol e o interesse que o assunto desperta, ocupando lugar de destaque no rádio brasileiro e, particularmente, no rádio gaúcho. Optamos por fazer um resgate histórico tanto do rádio quanto do próprio futebol, destacando a importância do comentário esportivo, temática ainda pouco estudada mas de relevância tão significativa quanto a do narrador na transmissão das partidas.

Particularmente, cabe observar que, desde criança, sempre fui um apaixonado por rádio e futebol, aprendi ainda pequeno, ouvindo com meu pai, a cativar esse hábito. Já na faculdade, a relação de minha formação com o rádio e o futebol estiveram presentes ao longo do curso e, quando chegou o momento do TCC, não tive dúvida sobre a temática que gostaria de pesquisar.

O comentário esportivo, especificamente, sempre despertou minha atenção, e o interesse por pesquisar sobre isso acentuou-se quando comecei a trabalhar em emissoras de rádio, comentando futebol, principalmente no Campeonato Gaúcho em 2019. Considero importante mostrar a relevância do profissional comentarista, pois ainda é uma temática pouco explorada academicamente.

Esse tipo de jornalista especializado, ao longo do tempo, teve que se reinventar, devido à variedade de ferramentas e mecanismos que hoje contribuem para o aperfeiçoamento da transmissão esportiva, como *scouts* e redes sociais e dados que entram na fase do jornalismo convergente, que muda o estilo de comentário, cada vez mais ganhando embasamento por conta dos dados e melhorando a performance da transmissão dos jogos.

Por ser um assunto pouco estudado, além da escassa bibliografia existente, tivemos que pesquisar muito sobre o tema, recorrendo a entrevistas com profissionais do rádio e alguns

estudiosos com quem conversamos. Logo, esperamos que nosso estudo sirva de referência futura para os amantes do jornalismo esportivo e da análise esportiva.

## 2 O RÁDIO E O FUTEBOL NO CONTEXTO DA MODERNIDADE

Entender o desenvolvimento do esporte mais popular do Brasil em sua relação com o rádio, no contexto da modernidade e da pós-modernidade, requer uma análise que leve em consideração os aspectos socioeconômicos e culturais da atualidade.

O futebol começou a ganhar fama no Brasil no início do século XX; o rádio chegou um pouco depois, socializado a partir das décadas de 1920 e 30. Ponto importante a se observar é que tanto o rádio quanto o futebol começaram a se organizar efetivamente a partir dos anos 30, quando o Brasil passava por sua primeira experimentação do rádio como um projeto de governo.

É importante lembrar que, mundialmente, conforme Eric Hobsbawm (1995), os veículos de massa em escala moderna já tinham sido implementados nas sociedades ocidentais nas primeiras décadas do século XX.

Nos Estados Unidos, por exemplo, a difusão cresceu, entre os anos 20 e 50, muito mais rapidamente que a população americana. Nos países tidos como “desenvolvidos”, vendia-se de 300 a 350 jornais para cada cem homens, mulheres e crianças, sendo que australianos e escandinavos consumiam ainda mais. Os britânicos, com sua empresa mais nacional que local, adquiriam 600 jornais para cada 1000 habitantes.

O cinema, de modo diferente da imprensa, que interessava apenas a classe elitista, foi quase desde o início um veículo de massa no mundo inteiro. O abandono do filme mudo alavancou a internacionalização da língua inglesa, pois na era de ouro de Hollywood os filmes eram geralmente norte-americanos.

Nessa época surgiu também um terceiro veículo de comunicação inteiramente novo: o rádio. Baseava-se na propriedade privada, principalmente, e se restringia, em essência, aos países desenvolvidos. Hobsbawm aponta que, na Itália, o número de aparelhos não ultrapassou o de automóveis até 1931. Pouco antes da Segunda Guerra Mundial, os maiores centros de aparelhos de rádio eram os Estados Unidos, Escandinávia, Nova Zelândia e Grã-Bretanha.

Talvez não surpreenda o fato de que a audiência de rádio duplicou nos anos da Grande Depressão, quando sua taxa de crescimento foi mais rápida do que antes ou depois. Pois o rádio transformava a vida dos pobres, e sobretudo das mulheres pobres presas no lar, como nada fizera antes. Trazia o mundo à sua sala [...] E toda gama do que podia ser dito, cantado, tocado ou de outro modo expresso em som estava agora ao alcance deles. (HOBSBAWN, 1995, p. 194)

Para o autor, não é difícil reconhecer as inovações da cultura radiofônica, pois muito daquilo que o rádio iniciou tornou-se parte do cotidiano das pessoas: o comentário esportivo, o noticiário, o programa de entrevista, a novela. Porém, não há dúvidas de que a mudança mais profunda que trouxe foi simultaneamente privatizar e estruturar a vida de acordo com um horário rigoroso, que daí em diante governou não apenas a esfera do trabalho, mas também do lazer.

A parte mais afetada, conforme indica Hobsbawn, foi a música, pois, pela primeira vez, deixou-se que fosse ouvida à distância por mais de cinco minutos ininterruptos, por um número ilimitado de ouvintes. O rádio se tornou, sobretudo, um popularizador da música e o mais poderoso meio de venda de discos.

A partir dessa época, as forças que viriam a dominar as artes populares foram industriais e tecnológicas, a imprensa, a câmera, o cinema, o disco e o rádio. Porém, fora dos seus habitats locais, houve uma única exceção: o esporte. Neste setor cultural, a influência americana permaneceu limitada. E assim, o esporte que o mundo conheceu foi o do futebol de clubes, herança global britânica, conforme cita o autor

Esse jogo simples e elegante, não perturbado por regras e/ou equipamentos complexos, e que podia ser praticado em qualquer espaço aberto mais ou menos plano do tamanho exigido, abriu caminho no mundo inteiramente por seus próprios méritos, e, com o estabelecimento da Copa do Mundo 1930 (conquistada pelo Uruguai), tornou-se genuinamente universal. (1995, p. 197)

## **2.1 O Advento do rádio**

É importante salientar que a introdução do rádio no dia-a-dia do brasileiro deve-se ao contexto histórico do período. Logo após a Primeira Guerra Mundial, as principais empresas norte-americanas de eletroeletrônicos saíram atrás de novos mercados para garantir e ampliar seus negócios.

Um exemplo foi a primeira demonstração pública de radiodifusão feita pela Westinghouse, a pedido da Repartição Geral dos Telégrafos, em 7 de setembro de 1922, durante a exposição internacional do Rio de Janeiro, que estava comemorando o centenário da Independência. Nesse mesmo evento, outra empresa, a Western Electric, apresentou seus transmissores de 500 watts cada, que foram adquiridos pelo governo brasileiro. As pessoas presentes, por meio de alto-falantes, escutaram o discurso do então presidente da República Epitácio Pessoa.

Com a implantação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que começaria a trajetória da radiodifusão no Brasil, fundada por um grupo liderado por Edgard Roquette-Pinto e Henrique Morize, em 1º de maio de 1923, as transmissões iniciaram de maneira precária e sem uma programação estabelecida. Ferraretto (2001) salienta que a vontade de modificação da realidade talvez se explique pelo contexto cultural e político da época.

A própria exposição do Centenário da Independência inseria o País em uma ideia de modernização. Embora com atraso, o Brasil entrava nas ondas das feiras, comuns desde meados do século 19 nos Estados Unidos. Nelas, eram apresentadas novas tecnologias e um tipo de sociedade em que o lazer e o consumo aparecem como objetivos centrais, encobrindo o jogo de produção e busca incessante de lucro inerente ao capitalismo, em especial em sua fase industrial. [...] Pode-se dizer que o Brasil dos anos 30 está em gestação em 1922. O Rio de Janeiro como metrópole define-se pela urbanização [...]. O movimento operário impulsionado pela Revolução Russa, mas em meio a uma confusão ideológica entre comunistas e anarquistas, sonhava e lutava por uma república proletária. Os tenentes, a seu modo, queriam também um novo Brasil. (FERRARETTO, 2001, p. 97)

Ainda que inserida nesse viés, a ideia de Roquette-Pinto era utilizar o rádio como instrumento de transformação educativa; porém, a realidade no Brasil era outra, visto que, a partir de dados coletados por Maria Elvira Bonavita Federico, o rádio dos clubes e sociedades de difusão era um passatempo da classe considerada elitizada, que começava a se estruturar.

O estudo da autora mostra que havia não somente taxas a serem pagas para começar a receber as transmissões, que somavam 8\$600 na época, como também cada sócio tinha que pagar uma joia de 100\$000 (cem mil réis) de fundo de reserva, sendo que o custo da aparelhagem também era alto, se for considerado que o salário de um trabalhador na década dos anos 20 variava de 80\$000 a 120\$000 mensais.

Ferraretto (2001) observa que, em meados dos anos 1920, o país ainda não havia despertado para gerir lucro com o rádio a partir de uma programação organizada pela venda de publicidade, o que onerava o ouvinte.

Assim, até 1935 o rádio se organizava em termos não-comerciais, sendo que as emissoras se constituíam em sociedades ou clubes, cujas programações eram de cunho erudito ou lítero-musical. Havia pouca aparelhagem de recepção, que era sobretudo de galena, e para ouvir o rádio tinha, então, que se pagar uma taxa de contribuição para o estado pelo uso das ondas.

O rádio, nos anos 20, encontrava-se mais respaldado pelo talento e na personalidade de algumas pessoas do que propriamente pela organização empresarial, pois se tratava de uma época que se pode dizer de experimentação do veículo. As ondas sonoras sofrem muitas

oscilações e não havia programação definida que cobrisse inteiramente os horários do diurno e noturno.

Durante toda a década, surgiram 19 emissoras e seu raio de ação era reduzido aos limites dos municípios onde operam, devido à falta também de qualidade dos aparelhos receptores da época. Esta situação apenas começou a ser modificada com a chegada dos rádios de válvula na década de 30, o que baixaria o custo da produção dos aparelhos e melhoraria a recepção, com isso possibilitando a difusão junto a um público mais abrangente.

O segundo período demonstra o envolvimento das parcelas da elite da época, que veem na radiodifusão um campo de retorno financeiro com possibilidades econômicas e políticas e que logo vão se constituir em sociedades comerciais destinadas à autossustentação, com a veiculação de propaganda durante a programação.

Porém, é no terceiro período que as rádios comerciais se consolidam, construindo um mercado próprio dentro das possibilidades de então.

Esta transição ganha outros contornos com a inauguração de duas novas emissoras em meados dos anos 30: a Rádio Difusora porto-alegrense, ligada à Casa Coates, estabelecimento comercial que revendia, com exclusividade, os refrigerantes Fridaire e os receptores radiofônicos Philco; e a Rádio Sociedade Farroupilha, relacionada com os interesses político-econômicos da família Flores da Cunha, então proprietária da Empresa Jornalística Riograndense, que edita os diários Jornal da manhã e Jornal da noite [...]. Pela quantidade das atrações oferecidas ao público e por possuir, quando de sua instalação, o mais potente transmissor do país, com 25 KW, a Farroupilha é uma espécie de marco divisor entre associativismo inicial e o espetáculo radiofônico que começa a se consolidar na década de 40. (FERRARETTO, 2002, p. 18)

O que se denota, portanto, é que a aparição da radiodifusão sonora nos anos 20 ocorreu sob domínio de uma classe elitizada, capaz de manter o que era um hobby; conforme verificou Ferraretto (2002), os pioneiros do rádio faziam parte da burguesia local, uma elite voltada à música erudita e às palestras científicas. Não há distinção entre as primeiras emissoras - Rádio Sociedade Pelotense, Rádio Sociedade Gaúcha -, observa o autor, fora os aspectos locais de infraestrutura, ainda que fosse notória a relação entre as emissoras com o mundo político, cultural e econômico nesse período.

## **2.2 Futebol: da elite à classe popular**

Há acervos de diversas formas de jogos em que se chutava a bola, em diversos povos da antiguidade – Japão, China, Grécia, Roma, assim como povos nativos da América e em outras localidades da Europa durante a Idade Média.

Na Itália, na cidade de Florença, durante o renascimento, no século XVI, surgiu uma competição chamada de Cálcio. Realizada no dia de São João, ficou conhecida como a primeira versão do futebol moderno.

No entanto, o futebol praticado hoje, uma atividade recreativa, racionalmente organizada, com arbitragem e regras, associações e campeonatos, surgiu de fato na Inglaterra em meados do século XIX, difundindo-se para os outros países da Europa, popularizando-se pela influência cultural que exerceu nessa época. Sendo assim, cresceu com extrema velocidade, própria da nova civilização industrial, ganhando primeiro a elite e depois as classes menos favorecidas. Não há dúvidas de que, ao longo dos últimos duzentos anos, o alcance dessa modalidade esportiva cresceu muito e seu significado social foi ampliado.

Segundo Proni (2000), existem características que justificam o fato de o futebol ter propiciado múltiplas leituras:

[...] por ser praticado tanto como modalidade escolar como de alto rendimento; por dar origem a clubes de elite e times de várzea; por ser dividido em prática amadora e profissional e por veicular ora a ideologia do Estado ora a do patrocinador, por ter sido terreno exclusivo dos homens e agora se abrir à participação feminina; por expressão da cultura de um povo e, recentemente, ter-se tornado um campo de investimentos. Mas, apesar da multiplicidade de conotações e formas que tem assumido, acreditamos ser possível identificar uma noção dominante, historicamente construída, que explicita na organização de competições oficiais supervisionadas e o que os meios de comunicação de massa ajudaram a disseminar. (PRONI, 2000, p. 19-20)

Pode-se afirmar, nesse contexto, que nenhuma outra modalidade esportiva foi mais dinâmica que o futebol desde sua origem. Sua história é dada como exemplo para a compreensão de como o futebol se configurou desde o seu começo não apenas como divertimento, mas um mecanismo de identidade e diferenciação cultural.

O futebol na Inglaterra, praticado por estudantes ou membros da classe média e classe de elite, transformou-se já no final do século XIX num esporte predileto da classe operária, quando foi adotada a linguagem popular de sua cultura. Pivato (1994) enumera alguns exemplos ilustrativos: O Manchester United foi fundado em 1885 por ferroviários; o Coventry, em 1883, por trabalhadores de uma fábrica de bicicletas. Há ainda o West Ham, Irish Club Distillery e o Arsenal, que foram criados por trabalhadores do setor industrial. No entanto, esse fato não foi tão comum no continente europeu, já que no começo do século XX, em muitos países, o futebol era uma prática esportiva utilizada pela classe elitizada.

Mesmo sendo praticada pelas classes mais elevadas, o futebol expandiu-se através dos portos marítimos, e foi nas margens do Mediterrâneo que se começou sua prática, imitando os

imigrantes ingleses que desembarcaram e ocuparam seu tempo livre com esse esporte. Na França, por exemplo, em uma cidade pequena chamada Le Havre, que começou a propagar o esporte em 1872; na Alemanha, o início do esporte começou no porto de Hamburgo entre 1870 e 1880.

O primeiro contato com o esporte no Brasil foi em 1894, através de Charles W Miller, brasileiro e filho de imigrantes ingleses, que passou uma temporada de estudos na capital da Inglaterra, Londres, e, ao retornar ao Brasil, além de trazer uma bola, trouxe também a técnica do jogo com a intenção de amplificar a prática do futebol entre os residentes ingleses que viviam em São Paulo.

Logo após, os ingleses dos mais altos cargos da Companhia de Gás, do banco de Londres e da São Paulo Railway ingressaram na prática do futebol. E assim, o São Paulo Athletic Club, fundado inicialmente para a prática de cricket, aderiu em seu espaço a essa modalidade nova que era o futebol. O ano de 1899 marca a realização do primeiro “grande” jogo em São Paulo, com presença de cerca de 60 torcedores acompanhando a partida.

A trajetória inicial do futebol tem características elitistas, o que se explica pelo fato dos praticantes oriundos ingleses fazerem parte da alta sociedade britânica. Dos brasileiros, somente os ricos tinham acesso à prática desse esporte. Os colégios mais elitizados do Rio de Janeiro e de São Paulo adotaram essa modalidade esportiva, a partir da primeira década do século passado, surgindo daí bons jogadores que passaram a integrar os times das tradicionais famílias, como o Clube Altletic Payssandu (RJ), o Germinia (atual Pinheiros), o São Paulo Athletic, entre outros times.

Em 1903, os aristocratas do café, da associação Atlética Ponte Preta, formam o que seria o primeiro time de futebol organizado no Brasil, segundo registros oficiais da Confederação Brasileira. Surgem também, na década de 1910, o The Bangu Athletic Club, o carioca Andaraí, o Mangueira, o Fluminense, o Vila Isabel e o Sport Club Corinthians Paulista. (CALDAS, 1990, p. 100)

Destaca-se o The Bangu Athletic, que, apesar da “nobreza” do nome, sempre teve tendências proletárias. Caldas observa que ainda tenha sido fundado por funcionários de altos cargos da Companhia Progresso, localizada na periferia e no meio de um bairro não elitizado; esta empresa incentivou a prática do futebol como atividade de lazer entre seus funcionários. A fim de terminar com um problema de formação de clubes de futebol, já que o número de funcionários não dava conta, foi optado pela alternativa de aceitar operários para completar duas quadras. O critério de seleção dos jogadores obedecia a algumas exigências da empresa,

conforme o autor, entre elas, o desempenho profissional, o tempo de serviço e a conduta profissional no trabalho.

O privilégio de ser escolhido criou uma nova categoria identificada por Caldas como “operário-jogador”, resultando na formação da elite operária do futebol, com direito a privilégios, como, por exemplo, serviços mais leves, para gastar as energias jogando futebol.

Contudo, tornam-se estes jogadores, aos poucos, protegidos pela diretoria e quase sempre providos em melhores cargos pelas empresas. Em pouco tempo, a formação do time ficou mais conhecida que a empresa Progresso, que, a partir de então, passou a ser um excelente veículo de publicidade da empresa, pois ficava conhecida por uma imagem simpática ao público.

O contexto do país na época mostrava traços não muito lineares, a industrialização durante a República Velha praticamente não existiu, mesmo com a abolição da escravatura, o que dificultava o desenvolvimento do capitalismo no Brasil. A produção industrial pouco mudou nessa época.

Vivia-se da monocultura cafeeira e de uma economia fraca, pois os mecanismos de industrialização só foram surgir, e de forma sistemática, na década de 30.

Neste aspecto, a Cia. Progresso tem caráter duplamente pioneiro. Foi uma das primeiras indústrias de manufatura têxtil do país, quando ainda não se pensava numa política industrial. Além disso, transformou a imagem da empresa numa instituição vitoriosa, graças às conquistas do Bangu nos campos de futebol. A população associava os tecidos de Bangu (era esse o nome da produção têxtil da Cia. Progresso) ao vitorioso time de futebol. (CALDAS 1990, p. 101-102)

Ao mesmo tempo em que os executivos da empresa cediam seus lugares para os operários para o time do Bangu ter um desempenho melhor, a equipe foi a primeira a aceitar negros, mas com restrições.

Com a rápida popularização do futebol, a partir da metade dos anos 20, surgiram alguns percalços que envolviam questões sociais e políticas. O autor relaciona alguns: havia clubes que relutam em aceitar a crescente popularização do futebol; considerando que tanto os jogadores como os torcedores pertenciam às classes mais pobres, não haveria motivos para o esporte ser profissional, já que poderia se estabelecer com a venda de ingressos; os clubes do subúrbio, não elitizados, começavam a “roubar” o protagonismo, apresentando bons jogadores. Porém, mais que tentar impedir que o futebol rumasse ao profissional, o máximo que conseguiram foi adiar isso.

O autor salienta que, entre os fatores históricos, a agremiação da antiga Confederação Brasileira de Desportos (CBD) sempre privilegiou os times considerados mais elitistas, pois os presidentes dos clubes eram, em sua maioria, políticos e, constantemente, viam-se em situação complicada: se apoiassem o profissionalismo, perderiam o apoio da elite; por outro lado, caso incentivassem, fariam sua imagem mais simpática aos eleitores. Tornou-se assim, necessário o surgimento da figura do “cartola”, que já naquela época trabalhava mais pelo próprio interesse pessoal do que para o futebol em si.

A imprensa via com bons olhos a profissionalização e contra o que chamava de “profissionalismo marrom”, ou seja, oficialmente o futebol ainda era amador, só que já havia pagamentos para os jogadores, caracterizando-o como semi-profissional, e isso só interessava aos clubes, pois a arrecadação nos estádios aumentava e os jogadores permaneciam na mesma situação de explorados e sem nenhum direito.

O declínio do elitismo foi presenciado a partir dos anos 30, com a ascensão do profissionalismo, embora não excluído ainda o preconceito de cor e de classe. A situação começa a ter um avanço no momento em que se inicia o êxodo de jogadores para países da Europa e alguns países da América.

### **2.3 A chegada do futebol ao Rio Grande do Sul**

Pode-se dizer que há uma relativa falta de estudos científicos que dêem conta, de forma mais ampla, da história do futebol no Rio Grande do Sul. Destacam-se, no entanto, dois trabalhos que abordam essa temática, cada qual com suas características.

O artigo de Cesar Augusto Barcellos Guazzelli (2000), por exemplo, mostra os 100 anos do futebol gaúcho a partir da construção de uma entidade regional sob a “ótica” de que o esporte não foge à regra, ou seja, reproduz em alta escala os problemas que atingem outros segmentos “gaúchos”. Conforme aponta o autor, os futebolistas rio-grandenses têm consciência de estar em segundo plano em relação a estados do centro do país como Rio de Janeiro e São Paulo durante quase toda a história do futebol brasileiro. O autor faz a construção do seu texto a partir de uma análise circunstancial, relatando como se deu a construção dessa identidade, que, segundo considera, é muito mais platina que brasileira.

Há, ainda, o trabalho de Arlei Sander Damo (1998), que buscou dar um enfoque maior, em sua pesquisa etnográfica sobre o Grêmio, mostrando aspectos da história deste esporte no estado do Rio Grande do Sul.

Conforme o autor, Porto Alegre, no início do século XX, contava com 73 mil habitantes e uma razoável infraestrutura para práticas esportivas. As “corridas de cavalos” eram a diversão mais prestigiada pelos gaúchos desde os tempos remotos, só perdendo espaço de atenção quando surgiram os primeiros hipódromos nas últimas décadas do século XIX. Já havia nessa época o remo, o ciclismo, a ginástica e outras modalidades menos praticadas, como o bolão e o tiro.

Porém, o futebol antes de 1903 era desconhecido dos moradores de Porto Alegre. Diferentemente da capital, havia na cidade de Rio Grande, no sul do estado, neste mesmo ano, pelo menos cinco clubes que praticavam o esporte:

O impulso inicial fora dado em 19 de julho de 1900 por um grupo liderado por ingleses e alemães, que, sob o pretexto de homenagear o aniversariante Johannes Moritz, fundaram o Sport Rio Grande, atualmente o mais antigo clube de futebol em atividade no Brasil. (DAMO, 1998, p. 86)

Em parte, a adaptação do futebol na capital deve-se a Oscar Carneiro, que veio para organizar as primeiras ligas de futebol na capital e começou a estruturar o esporte em Porto Alegre. Carneiro passou por Rio Grande, vindo da capital federal, e recebeu a designação dos diretores do clube daquela cidade para organizar um *meeting* em Porto Alegre. Entusiasmado com o “frenesi” do futebol carioca, tomou a providência de visitar o jornal Correio do Povo para divulgar o evento e colocar os presidentes dos clubes para formar uma comissão organizadora. Foi assim, então, no feriado de 7 de setembro de 1903, que os *players* de Rio Grande juntaram-se à banda de música e seguiram até a várzea da Redenção, realizando o primeiro *match* na capital gaúcha.

Fica evidente, a partir das festividades que marcaram a chegada de futebol na cidade, que Porto Alegre já dispunha de uma razoável organização e infraestrutura na esfera do lazer e do esporte. [...] O fato de constarem, entre os delegados locais, vários dirigentes que mais tarde teriam participação efetiva na vida pública da cidade, como é o caso de Alberto Bins - sócio fundador do Ruder-Club Porto Alegre, da Blitz, do Fuss-Ball e, mais tarde, prefeito da cidade -, revela o status das instituições que representavam. E estas, por seu turno, deixavam transparecer no próprio nome a forte influência germânica na inculcação do habitus esportivo entre os porto-alegrenses. A Rodforvier Verein Blitz, a Turnerbud e a Sociedade Germânica eram apenas algumas das muitas ‘sociedades’ forjadas pelos teuto-brasileiros que contribuíram para a incrementação dos esportes em geral e, a partir de 1903, do futebol em especial. (DAMO, 1998, p. 89)

O autor ainda salienta que, entre outros fatores, a comunicação com a pátria-mãe mantinha em constante atualização o que estava acontecendo na Europa.

Contudo, até o surgimento, em 9 de novembro de 1919, do campeonato estadual de futebol, além de jogos amistosos, eram disputados apenas torneios citadinos. E ficou destinado ao Brasil de Pelotas o privilégio de se sagrar campeão e ser o detentor do primeiro título da Federação Rio-Grandense de Desporto (FRGD), com a expressiva vitória de 5 a 1 sobre o Grêmio.

A década de 20 presencia o grande êxito do campeonato estadual depois da sua primeira edição. Como nos dias de hoje, o campeonato gaúcho naquele tempo também era feito fora de campo pelos “cartolas” ligados aos clubes, muitas vezes ligados à política. Cita-se, como exemplo, Oswaldo Aranha, que foi chefe da delegação do Sport Club Uruguaiana.

Da mesma forma que os clubes do eixo Rio-São Paulo, o futebol dos anos 20 no Rio Grande do Sul ainda evidenciava uma flagrante discriminação racial. Os principais clubes do estado não usavam jogadores negros em sua formação; contudo, eram obrigados a jogar suas próprias competições, como, por exemplo, as organizadas pela “Liga do Patrocínio” de Pelotas ou pela “Liga da Canela Preta” de Porto Alegre.

No entanto, nesse cenário de preconceito com a cor negra, o time do Guarany, do município de Bagé, campeão gaúcho em 1920, foi uma divisória de paradigma na discriminação e integrou seu time com três jogadores negros, e aos poucos outros clubes do Rio Grande do Sul passaram a adotar o mesmo. Entre os times mais resistentes a terminar com o preconceito, esteve o Grêmio, que só passou a aceitar jogadores de cor em 1952, quando o presidente Saturnino Vanzelotti contratou o jogador Tesourinha.

Cabe aqui salientar que as equipes que disputavam o Campeonato Gaúcho nos anos 20 seguiam a tendência tática da época, cujas escalações respeitavam o 2-3-5 (dois jogadores na defesa, 3 jogadores no setor de meio campo e 5 no setor de ataque). A figura do treinador surgiu nos anos 30, o que demonstra o amadorismo da época, pois, geralmente, quem comandava os treinamentos táticos da equipe era o capitão do time. Era constante a utilização da língua inglesa nos termos “futebolísticos” e nas regras desse esporte, aspectos também registrados pela imprensa, que descrevia o goleiro como *goalkeeper*; o zagueiro chamado de *back*; o meio-campista era chamado de *half*; o atacante de lado chamado de *winger*, e o centroavante, *forward*.

### **3 RÁDIO E FUTEBOL: AS PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS DAS DÉCADAS DE 30, 40, 50**

É interessante observar que o rádio e o futebol são frutos de um processo de construção de uma identidade nacional, na medida para um reconhecimento da primeira vivência de “nação” verificada nos anos 30.

Nessa fase inaugural da indústria gaúcha, ocorreram os primeiros experimentos de transmissão de futebol no rádio. São essas três décadas (30, 40 e 50) que abarcam o desenvolvimento do jornalismo esportivo no rádio, que alguns de seus protagonistas chamavam de “rádio heroico” devido à falta de tecnologia disponível nesse período. A partir da adaptação dos narradores, foi se formando o surgimento de outros profissionais e, ao longo do tempo, a valorização da voz do locutor foi cedendo espaço ao espetáculo do futebol.

Os narradores, os repórteres e os plantonistas de estúdio observavam as emissoras de rádio da Argentina e do Uruguai atrás de resultados, e os comentaristas davam um pouco de fôlego aos narradores na partida, formavam a estrutura pré-fordista dessa primeira fase do rádio esportivo.

A pré-estruturação do futebol no rádio contribuiu para um ambiente de produção cultural brasileiro e gaúcho, que, a partir dos anos 30, plantou a semente para o que, em período posterior, convencionou-se chamar de indústria cultural.

#### **3.1 Nascimento do rádio esportivo**

O desenvolvimento do futebol, primeiro mundialmente e depois no Brasil, ocorreu antes da consolidação das sociedades de consumo. Proni (2000) analisa que o futebol profissional se estabeleceu em cidades europeias e sul-americanas antes mesmo que uma cultura de consumo se ampliasse e atingisse uma dimensão que tomasse conta a partir dos anos 50 e 60. O autor verifica que o regime profissional no futebol foi melhor aceito nas regiões onde a mercantilização da cultura já havia iniciado e onde os meios de comunicação de alcance popular - jornal, cinema, rádio - ajudavam a espalhar os valores da modernidade, ainda que isso tenha chegado de forma parcial.

O declínio da classe elitizada do futebol brasileiro foi presenciado a partir dos anos 30, com a ascensão do profissionalismo nesse esporte. É necessário ir mais longe para se entender o que ocorria com o futebol no país.

No plano político, o Brasil vivia uma grande crise. A revolução de 30 obriga o presidente da época, Washington Luís, a renunciar; Getúlio Vargas toma a presidência, encerrando o período da República Velha. Ao assumir o posto, Vargas apresenta seu plano de governo, destacando medidas imediatas a serem feitas através do programa de reconstrução nacional. Esse período acabou beneficiando os atletas e o futebol brasileiro, pois havia um item destinado a criar o Ministério do Trabalho, para equilibrar a questão social e o amparo ao trabalhador da área rural e urbana. Desta maneira, a legislação trabalhista foi implantada entre 1930 e 1936, regulamentando profissões até então nunca pensadas no Brasil, e o futebol era uma delas.

Desse período a seguir, o futebol tornou-se um espetáculo das multidões, pois cerca de 50 mil pessoas já frequentavam os grandes jogos nos estádios. Além do número significativo de torcedores nos estádios, crescia o público para jornais, rádios e, em menor quantidade, para livros. Santos (1981) analisa que o rádio, importante meio de comunicação de massa, ligava duas atividades: o samba e o futebol, enquanto a legislação trabalhista, ao mesmo tempo que fazia proteção ao trabalhador, organizava o mercado de trabalho para acompanhar o desenvolvimento do capitalismo.

Sem o rádio, não se pode conceber a popularização do futebol, a idolatria que ele gerou — por Domingos, por Hércules, por Valdemar de Brito, mas sobretudo por Leônidas. Estes, e mais artistas de rádio, como Noel Rosa e Carmem Miranda, foram os primeiros ídolos do nosso país, reverenciados onde quer que suas ondas chegassem. Ora, o rádio, o cinema, o automóvel, o avião difundiram-se aqui graças à revolução de Trinta; foram, por assim dizer, o seu fator tecnológico (Santos, 1981, p. 54).

A primeira transmissão direta de futebol no início do radiojornalismo esportivo no Brasil foi em 19 de julho de 1931, na qual Nicolau Tuma narrou, de forma integral e ininterrupta, pela Rádio Educadora de São Paulo, partida entre as equipes de São Paulo e Paraná, válida pelo VIII Campeonato Brasileiro de Futebol.

Em relação à primeira transmissão desse esporte, vale salientar que Tuma, pouco antes do início da partida, esteve nos vestiários dos times, com o intuito de memorizar a fisionomia dos jogadores, porque, até então, não havia numeração nas camisas dos atletas.

Nos anos 30, o locutor atuava sozinho, sem a presença de comentarista e repórter. Por esse motivo, Tuma improvisou e narrou das arquibancadas, próximo aos torcedores. Como a publicidade oficialmente só foi oficializada em 1932, o espaço não preenchido pelos anúncios era substituído pelo narrador, que tinha que falar sozinho por todo o primeiro e segundo tempos.

Sendo assim, Nicolau Tuma precisou criar um estilo de narração, pois ninguém havia realizado uma narração na qual ele pudesse ter se inspirado. Soares (1994) salienta que ele optou por uma descrição fotográfica, com o intuito de dar ao ouvinte a exata dimensão do campo e da partida.

Embora a narração de Tuma tenha um significado histórico para a época, não foi transmitida para todo o Brasil. A primeira narração esportiva feita nacionalmente ocorreu em 1938, pelo narrador Gagliano Neto, num jogo pela Copa do Mundo daquele ano ocorrido na França. Essa narração para todo o país aconteceu com duas emissoras, uma de São Paulo e outra do Rio de Janeiro, entrando na cadeia.

### **3.1.1 O futebol chega à capital gaúcha**

Ao mesmo tempo em que o futebol começa a se tornar profissional no Rio Grande do Sul durante os anos 30, o esporte ganha o rádio. Nas décadas de 30, 40 e 50, em muitos aspectos, o futebol se organizou no território gaúcho. Nos anos 30, as taxas cobradas pelas federações para organizar seus campeonatos já eram um mecanismo nesse esporte. Na decisão do Campeonato Estadual de 1937, por exemplo, entre Santanense e Rio-Grandense, a maior parte da bilheteria arrecadada foi para a Federação Gaúcha. Na final realizada no estádio Guarany, na cidade de Bagé, assistida por cerca de 3 mil pessoas, a renda foi de oito contos de réis; 30% do valor ficou com o vencedor e 20 % com o vice, o restante foi para a FRGF.

A próxima década foi marcada pela supremacia do Sport Club Internacional, que, ao vencer oito dos 11 campeonatos estaduais disputados, ficou conhecido como rolo compressor. O time era formado taticamente a partir de uma variante do esquema WM, criado na segunda metade dos anos 20 na Inglaterra. O esquema tático WM é formado por três defensores, dois meio-campistas recuados, dois meio-campistas avançados e três atacantes, fazendo o desenho de um "W" no ataque e de um "M" na defesa.

Uma vez implementada pelo Internacional, essa variação ficou conhecida como diagonal. Nos anos 50, mais precisamente em 1956, coube aos gaúchos formarem a base do time da Seleção Brasileira que representou o Brasil no Pan-americano, no México. A equipe comandada pelo técnico Teté, com quatro vitórias e um empate, conquistou o título continental, feito registrado pela imprensa e emissoras do Rio Grande do Sul.

Ainda com poucos documentos e pesquisas sobre o rádio esportivo gaúcho, há registros, pelo menos, das grandes façanhas dos narradores esportivos, isto é, locutores que, com suas

vozes potentes, conseguiram recriar o espetáculo do futebol no imaginário do ouvinte. Foram, sem dúvida, os narradores que fizeram um elo entre o rádio e os torcedores.

A seguir, surgiram outros profissionais, os comentaristas, os repórteres e os plantonistas de estúdio. Os repórteres, inicialmente, não produziam material ao vivo, colhiam informações que eram redigidas e logo divulgadas com as vozes dos locutores.

O comentarista não tinha tanto “domínio” de tática e da leitura do jogo em si, mas auxiliava na medida em que sua intervenção era solicitada, principalmente para os narradores terem um momento de pausa. Os plantonistas de estúdio eram radioescutas, que buscavam nas emissoras da Argentina e do Uruguai, e do centro do país, resultados paralelos de outros campeonatos para informar durante a transmissão.

Na década de 30, veio o nascimento do lance a lance, que, de fato, foi um marco de avanço na narração esportiva, pois, antes disso, as transmissões limitavam-se a indicar o nome do jogador que chutava a bola. Já, na década seguinte, as transmissões esportivas ganharam distância, saindo primeiro do Rio Grande do Sul e, em seguida, já houve transmissões feitas em outros países. A partir dos anos 50, já era possível contar com gravadores e uma narração mais completa, mas somente na metade para o fim da década que se estabeleceu um padrão nas transmissões esportivas no rádio gaúcho. Ainda que as jornadas esportivas já estivessem, de certo modo, esboçadas nos moldes de como ocorrem hoje, verifica-se uma grande perda de tempo em produção por causa das dificuldades técnicas e preparo das transmissões.

As ligações telefônicas, por exemplo, eram caras e escassas, os salários dos profissionais de imprensa eram reduzidos e ainda não se tinha um grau considerável de tarefas definidas numa transmissão, algumas vezes o próprio narrador era técnico de áudio, motorista e também comentarista. Além de não haver uma delimitação especial para esportes, muitos narradores eram radio-atores, oriundos da locução comercial, com isso não desempenhando apenas uma atividade na emissora.

### **3.1.2 Década de 30: tudo se constrói com a narração esportiva**

A inserção do futebol na grade de programação do rádio gaúcho aparece em paralelo a sua implantação. Na capital gaúcha, as primeiras emissoras já realizavam transmissões esportivas, porém, o feito histórico dessa trajetória ocorreu em 1931, precisamente no dia 19 de novembro, com a primeira transmissão radiofônica esportiva entre o Grêmio e a Seleção do Paraná, com a narração de Ernani Ruschel, pela Rádio Sociedade Gaúcha.

Nesse momento, a cidade mobilizou-se para o enfrentamento, marcado para as 18h, com direito a partida preliminar, a partir das 15h30. Conforme registrou o jornal *Correio do Povo*, fez-se ponto facultativo do meio dia em diante daquela quinta-feira. Esse jogo teve repercussões até fora da cidade. O jogo foi realizado no antigo Estádio da Baixada, inaugurado em 1904, onde o Grêmio permaneceu até a inauguração do Estádio Olímpico, em 1954. Os ingressos custavam 5\$000 para as gerais e 3\$000 para as mulheres e menores de idade; o placar foi 3 x 1 a favor do Grêmio.

Em 1934, a Rádio Sociedade Gaúcha tinha na sua programação básica o Boletim Desportivo, das 22h45 às 23h, que difundia informações com placares dos *matches* de futebol. Nessa época, segundo Ferrareto (2002), Breno Caldas - sócio proprietário da Rádio Sociedade Gaúcha - contratou Oduvaldo Cozzi, profissional que alternava entre a narração esportiva e o comando da direção artística da Rádio Nacional do Rio Janeiro, para trabalhar na emissora. Ele revolucionou a narração esportiva no estado, tendo em vista que as transmissões de jogos até então eram muito básicas, sem detalhamentos, ficavam apenas limitadas a dizer o nome do atleta que conduzia a bola. Nos intervalos preenchidos com música, Cozzi inaugurou a narração lance a lance, na qual descrevia as jogadas que aconteciam no campo, além de suprir o espaço entre um tempo e outro com comentários.

A década de 30, portanto, acompanhou não apenas a introdução do futebol no rádio de Porto Alegre, mas também o nascimento da narração esportiva lance a lance, que ao longo da trajetória do esporte jamais fora abandonada.

### **3.1.3 Década de 40: as transmissões de futebol no rádio ganham fronteiras**

Na década de 40, o mercado radiofônico da capital gaúcha permanecia o mesmo – Rádio Sociedade Gaúcha, Rádio Farroupilha e Rádio Difusora Porto-Alegrense. Todas tinham programação esportiva em suas grades e, de certa forma, já se organizavam em departamentos. A Rádio Gaúcha tentava crescer com sua audiência, para tomar espaço da Farroupilha, nisso inovando nas suas transmissões, pois essa era a emissora mais popular daquela época, em função de sua programação artística, destacada, principalmente, pelas suas radionovelas.

Importante fazer um parêntese, observando que não era apenas o futebol que tinha transmissão no cenário esportivo no rádio. Corridas de automobilismo, regatas no Rio Guaíba e corridas de turfe também faziam parte da programação esportiva.

Ainda que as transmissões de futebol fossem esporádicas, isto é, não se transmitiam todos os jogos, nessa época já havia um esboço do que, posteriormente, foi chamado de plantão de estúdio. E sobre esse aspecto, o nome de Rui Vergara Corrêa, então chefe do departamento de esportes da Rádio Farroupilha, foi referência. Além de inúmeros aparelhos de rádio espalhados pelo estúdio e sintonizados em emissoras do Rio de Janeiro, São Paulo, de Bueno Aires e Montevideú, o radialista inovou por passar os resultados de jogos do interior do estado. Ele mantinha um bom relacionamento com as telefonistas que passavam os resultados das partidas fora de Porto Alegre. Naquele período, além do sistema telefônico deficitário, havia poucas linhas, o que dificultava a realização de ligações.

Mas quando a emissora fazia transmissões de futebol pelo interior, segundo Corrêa, nesse período, já se vendia cota de esportes a anunciantes. Primeiro, recorria-se à telefônica para saber o custo da ligação, depois se vendia o espaço. Conforme revelou, uma hora de transmissão ficava em torno de Cr\$ 5 mil (cinco mil cruzeiros).

A rádio, já sob o comando dos Diários Associados, teve uma transformação na sua grade de programação em 1944, dedicando-se mais ao jornalismo. “A onda alegre da cidade”, como era reconhecida, mantinha-se no ar nos seguintes horários: das 7h30 às 8h30, das 11 às 14h e das 16 às 23h30. Faziam parte da programação o Consultório Desportivo, no qual o diretor do Departamento de Regras e Arbitragem da Federação Rio-Grandense de Futebol, Milton Soares, esclarecia aspectos legais do esporte, e também o Jornal dos Esportes.

No entanto, não só de resultados vivia o rádio esportivo na capital nos anos 40, um fato marcante foi a primeira transmissão de uma partida de futebol fora do Rio Grande do Sul, narrada em Curitiba, em meados de 1944, por Farid Germano, entre as seleções do estado do Rio Grande do Sul e Paraná. Segundo o narrador, a equipe da Rádio Gaúcha manteve o fôlego e se deslocou também para São Paulo e, logo depois, para o Rio de Janeiro, onde os gaúchos foram derrotados pela Seleção Paulista por 5 a 4, jogo ocorrido no estádio São Januário, pertencente ao Vasco da Gama.

As dificuldades de transmissão eram muitas. Não se tinha retorno em algumas imediações da época, paradoxalmente, o narrador da partida era o último a saber se a transmissão teve muito êxito ou tinha sido um fracasso. A partir do final dos anos 40, começou a haver alguns avanços técnicos, muito parecidos com os moldes que vivemos hoje no rádio, o uso do gravador magnético surgiu no final dessa década e começo dos anos 50. Esses novos mecanismos de produção e difusão cultural demandam dos profissionais imaginação e improvisação para suprir supostas falhas. No caso do rádio, foi necessária uma transformação na linguística radiofônica. Até meados dos anos 30, apoiava-se numa forma marcada pela

dimensão lítero-musical das empresas. Com o rádio espetáculo, os radialistas tiveram que inventar um novo estilo, diferente das formas educadoras.

Nesse contexto, na segunda metade da década de 40 é que a publicidade começa a ganhar terreno no rádio gaúcho. Um vantajoso acordo publicitário com a Cervejaria Brahma alavancou o desenvolvimento da Rádio Sociedade Gaúcha nos anos 40. Após ter comprado a Cervejaria Continental, a Brahma adquiriu todo o espaço publicitário no esporte da emissora.

E assim, a Rádio Gaúcha acabou inovando mais uma vez, ao realizar, em 14 de maio de 1949, a primeira transmissão internacional esportiva do Rio Grande do Sul: jogo entre o Grêmio e Nacional, no Estádio Centenário, em Montevidéu, partida narrada por Cândido Norberto dos Santos. Triunfo gaúcho nesse jogo, o Grêmio venceu a equipe uruguaia por 3 x 1.

A vitória do Grêmio resultou em um convite para excursionar pela América Central nos meses de novembro e dezembro de 1949. Cândido Norberto acompanhou a equipe com o microfone da Rádio Gaúcha, dando detalhes para os ouvintes das nove partidas invictas do Grêmio. Foram 5 partidas na Guatemala, duas em El Salvador, uma em Honduras e, fechando a excursão, uma na Costa Rica.

Outro fato marcante sobre as transmissões de futebol nesse período foi protagonizado por Eduvaldo Cozzi. Impedido de transmitir do estádio uma partida entre Brasil e Argentina, o narrador desaparece por alguns dias para que se pensasse que havia viajado. Na verdade, tinha se escondido, e, através de uma captação precária de áudio de uma emissora de rádio, fez a dublagem da partida. O ouvinte, que desconhecia o fato, poderia jurar que ele estava vendo o que narrava. A prática da dublagem foi utilizada muitas vezes no rádio esportivo, principalmente quando começou a concorrência entre as emissoras que cobriam futebol.

Cabe destacar também que, até 1950, o trabalho do comentarista era semelhante ao do repórter de campo de hoje: visitava os vestiários, conversava com os atletas e reunia informações para auxiliar o narrador durante a transmissão da partida. O mesmo ocorria com o trabalho de reportagem, que inicialmente servia para trazer informações dos treinos das equipes aos redatores, que as incluíam no noticiário esportivo.

O período que vai até o final dos anos 40 e 50 é marcado pela consolidação da radiodifusão sonora como negócio. Embora as décadas de 30 e 40 tenham sido esboço para a estruturação de uma indústria cultural do país, é somente a partir da década de 50 que o rádio espetáculo atinge o seu apogeu, sem ainda sofrer o impacto da chegada da televisão. A distribuição de comissões publicitárias fechou o ano de 1950, ou seja, o primeiro ano de existência da televisão no país, com uma liderança do rádio, como registra a evolução das verbas publicitárias entre os anos de 1950 e 60. O rádio tinha 40% das verbas de anúncios

publicitários nos anos 50, enquanto a televisão apenas 1%; já nos anos 60, o rádio tinha 26% e a TV teve uma crescente significativa, alcançando 24%.

Se, por um lado, a época foi marcada pelo domínio do narrador, pela participação discreta do repórter e do comentarista, por outro, é interessante observar que a narração de futebol termina a década desenvolvida, pois, para dar mais detalhes, os jogos eram irradiados por dois narradores, o que se convencionou chamar de narração dupla ou diagonal, prática utilizada nas transmissões ainda na primeira metade da década de 50. Ao longo desse período, duas duplas ficaram famosas com suas narrações, pela Rádio Gaúcha, Cândido Norberto e Guilherme Sibemberg, e na Farroupilha, Rafael Merolillo e Lionel Silveira.

A narração dupla ou diagonal era feita conforme a divisória do campo; sempre que a bola cruzava a linha que divide o gramado, mudava-se o narrador.

### **3.1.4 Década de 50: o início de uma estruturação**

Os anos 50 constituem um importante momento do desenvolvimento mundial: mudanças tecnológicas, crescimento dos municípios, meios de comunicação de massa explorados ao máximo. É nessa década que se prenunciam mudanças de comportamento e valores que irão marcar de forma definitiva os anos 60. O crescimento do consumo, incentivado pela publicidade e o sistema de crediário, os eletroeletrônicos, o carro e o rádio-vitrolas possibilitaram não só uma certa facilidade nos afazeres do dia-a-dia, como também, com a televisão e o rádio, a promoção do entretenimento doméstico às pessoas.

O Brasil viveu, durante esse período, um clima de esperança presente na movimentação política e nos debates. Ainda que o período de 1945 a 1964 seja comumente denominado como de “experiência democrática”, é marcado também por dois golpes políticos: o primeiro depôs Getúlio Vargas em 1945, e o segundo voltou-se contra João Goulart em 1964, ambos presidentes que haviam se destacado pelos seus governos populistas.

Rodrigues (1996) identifica quem em vários momentos, como no segundo governo do presidente Getúlio Vargas entre 1950 até 1954, o populismo sofria perdas decorrentes de uma definição mais precisa de interesse de classes. A classe elitista, considerada nacionalista, mostrou seu comprometimento com o capital internacional, ocasionando reivindicações da classe trabalhadora.

No entanto, o populismo era mais complexo e sua complexidade política não fazia mais que ressaltar a difícil condição histórica em que o país se encontrava. Salienta Weffort (1980 p.

62) que, se por um lado, foi um modo determinado e preciso de manipulação das classes populares, por outro, foi também uma maneira de expressão de suas insatisfações.

Foi, ao mesmo tempo, uma forma de estruturação do poder para os grupos dominantes e principal forma de expressão política de emergência popular no processo de desenvolvimento industrial e urbano. Foi um dos mecanismos através dos quais esse domínio se encontrava potencialmente ameaçado. Esse estilo de governo e de comportamento político é essencialmente ambíguo e, por certo, deve muito à ambiguidade pessoal desses políticos divididos entre o amor ao povo e amor ao poder. (WEFFORT, 1980, p. 62)

Essa observação vem corroborar com a conclusão de Ortiz (1999), que mostra ser impossível compreendermos a década de 50 e parte da de 60 sem levarmos em consideração este sentimento de esperanças e a profunda convicção de seus participantes de estarem vivendo um momento particular da história brasileira:

A recorrente utilização do adjetivo “novo” trai todo o espírito de uma época: bossa nova, sem falarmos na análise isebiana calcada na oposição entre a velha sociedade. A movimentação política, mesmo quando identificada como populista, impregnava o ar, impedindo, por um lado, aos atores sociais perceberem que sob seus pés se construía uma tradição moderna, mas, por outro, lhes abria oportunidades até então desconhecidas. (ORTIZ, 1999, p.110)

Ortiz observa, neste sentido, que a cultura e política caminhavam de mãos dadas nas suas realizações e nos seus erros. De certa forma, foi, para muitos brasileiros, um período significativo. Através do rádio, puderam acompanhar o bom desempenho da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de Futebol, realizada no Brasil em 1950, que, por sinal, foi derrotada pelo Uruguai, no estádio do Maracanã.

Neste contexto é que Porto Alegre entra nos anos 50 com 349.141 habitantes, marcada por um crescente processo de urbanização, causada pela industrialização iniciada nos anos 40, decorrente da falência de um modelo agro-exportador e do forte incentivo do Estado para o fortalecimento de uma indústria nacional.

Os jornais evidenciam essas mudanças, que culminaram com a Copa do Mundo realizada, simultaneamente, em diversas capitais brasileiras - São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. Nota-se, nas edições de jornais desse período, que a própria publicidade fazia parte do estímulo ao consumo. Os anúncios veiculados mostram a mobilização em volta dos meios de comunicação, da comercialização dos produtos, do turismo e da popularização do futebol. E com esse entusiasmo, permeado pelo patriotismo, é que se acredita que nesses anos o Brasil já vivia, definitivamente, sua experiência como nação.

Em torno dos preparativos para o Mundial verifica-se, através do jornal Correio do Povo, a presença não apenas em matérias que davam conta da cobertura da Copa, mas de uma indústria que se mobilizou em torno desse acontecimento.

Se, por um lado, a publicidade identificava o futebol como negócio, por outro, a mídia impressa também fazia parte na cobertura da Copa do Mundo. No início do mês de junho já se publicaram notícias que davam conta da mobilização em torno do campeonato. E neste sentido vale o exemplo do registro de que o Estádio dos Eucaliptos, do Internacional, sediaria as três partidas do Mundial realizadas em Porto Alegre. Os jogos foram: Uruguai x França, México x Iugoslávia e México x Suíça. Verifica-se, em uma delas, que a cidade se organiza para receber, inclusive, os jornalistas estrangeiros, pois informava que o gerente regional da Western empresa de turismo, Mister Wander, havia comunicado a FRGF que estaria instalando pontos de transmissão no local dos jogos, para facilitar o desempenho dos profissionais de imprensa.

Durante os anos 50, o número de emissoras instaladas no Rio Grande do Sul aumentou de 28 para 50. Na capital gaúcha, foram as rádios Gaúcha e Farroupilha que, na maioria das vezes, estabeleceram um certo embate na concorrência no campo do entretenimento.

No entanto, Vampré registra que o panorama radiofônico no Rio Grande do Sul foi, nos anos 50, marcado pela supremacia da Rádio Farroupilha na preferência popular, ao competir com a Rádio Gaúcha e a Rádio Itaí. A Difusora não possuía muito destaque, pois encontrava-se em segundo plano pela própria empresa, os Diários e Emissoras Associadas.

Em 1953, por exemplo, não bastasse o privilégio já lhe imposto, a Rádio Farroupilha contratou um novo diretor artístico, Jesuíno Antônio D'Ávila, que com sua experiência no rádio paulista lançou, ao meio-dia, um programa histórico e musical, do qual despontaram como ídolos Walter Broda e Pinguinho, interpretando, respectivamente, o alemão colorado e gremista, no famoso quadro Drama da Bola.

Mesmo assim, é interessante notar que outra emissora passa a participar do mercado radiofônico esportivo na capital, a Rádio Itaí, que cobriu o futebol de 1952 a 1958. A Imparcial dos Esportes era o slogan nesse período. A emissora ingressou na cobertura esportiva pelo pontapé de Rui Valandro, então chefe de jornalismo; porém, a estrutura de organização para o departamento de esportes ficou por conta de Manoel Augusto de Godoy Bezerra, antes comentarista esportivo da Rádio Difusora.

A Rádio Itaí, que, com apenas um quilowatt, sendo ouvida na capital e em volta da região metropolitana, destacou-se pelo grande sucesso de transmissão em 1956, através de uma parceria com a Rádio Bandeirantes de São Paulo, do Pan-americano de Futebol realizado no

México, pois nessa competição havia jogadores gaúchos, o que acentua a importância da transmissão.

Para dar mais ênfase, a Seleção Brasileira conquistou o título, empatando apenas uma partida contra a Argentina. O retorno dos atletas a Porto Alegre foi registrado pelo Jornal Correio do Povo, com muita festa. A recepção contou com a presença do então governador do Estado, Leonel Brizola.

Pode-se dizer que, por volta da metade da década de 50, o futebol e o rádio de Porto Alegre começaram a ter uma certa estruturação significativa no âmbito das emissoras, observando-se a formação de departamentos de esportes, bem como sua relação com a publicidade que se firmava nos anos 50.

### **3.1.5 O rádio de 1957 à década de 80**

É notória, já no final da década de 50, a consolidação do futebol enquanto produto da programação das emissoras de Porto Alegre. No entanto, esta terceira fase aponta justamente para uma organização fordista nas transmissões esportivas. Observa-se, ao longo dessa época, que a tecnologia não apenas avançava, como também permitia uma melhor organização e estruturação do futebol dentro das emissoras. Novos profissionais surgem na medida em que se passa a organizar um mercado mais competitivo nas transmissões esportivas.

Se, no período anterior, o narrador foi protagonista, a partir desse momento outras figuras passam, também, a ganhar força nas transmissões, deste modo, necessárias nas programações e nos eventos esportivos oferecidos aos ouvintes. O comentário ganha maior importância, e os repórteres tornam-se mais atuantes, conquistando seu posto no gramado dos estádios.

Pode-se dizer que o grande marco dessa fase foi a transmissão da Copa do Mundo de 1958, com a ousadia da Rádio Guaíba, que se sobressaía de forma até então não experimentada por nenhuma outra emissora gaúcha. De fato, o feito consolidou uma nova fase para o rádio esportivo no Rio Grande do Sul.

Daí pra frente, as coberturas esportivas em Porto Alegre atravessaram as fronteiras e não se resumiam mais a campeonatos citadinos, locais e regionais, pois o período assistiu à valorização das disputas nacionais com a introdução do Campeonato Brasileiro, e disputas internacionais, com a criação da Libertadores da América.

Sem dúvida, o uso da tecnologia, sobretudo a evolução dos transmissores, os gravadores portáteis, o desenvolvimento da telefonia, entre outros avanços tecnológicos, tornaram as transmissões cada vez mais profissionais.

O processo de produção foi ficando mais ágil, diminuindo-se a perda de tempo no preparo da transmissão. O radiojornalismo esportivo passou por uma reestruturação, com a especialização das tarefas. No início do processo, um único profissional realizava diversas funções, essa nova estrutura passou a exigir especialidade e, assim, foram se formando equipes, com uma divisão específica, mais definida dentro das emissoras.

O narrador deixa de ser aquele que era também o locutor comercial e passa a ser o narrador principal, e assim os postos de trabalho se segmentam, conforme a própria estrutura de mercado. Os profissionais ganharam mais espaço e valorização dentro da programação, cada vez mais elaborada, o mesmo ocorrendo no setor comercial.

Na sequência, trataremos da consolidação do futebol gaúcho, época que selou a união do esporte com o rádio.

### **3.1.6 Rádio Guaíba na Copa do Mundo de 1958**

Foi nessa época que começaram a se estruturar, de forma concreta, os departamentos esportivos nas emissoras gaúchas. No entanto, é importante notar que esta organização interna só foi possível porque havia um mercado cultural também se definindo. E, deste modo, pode-se afirmar que o próprio futebol acompanhou essa direção evolutiva.

Acontecimentos importantes no ano de 1957 redefiniram o mercado da radiodifusão gaúcha: de um lado, Caldas Júnior lançou a Rádio Guaíba, de outro lado, Arnaldo Ballvé, em conjunto com Nestor Rizzo e Maurício Sirotsky Sobrinho, adquiriram a Rádio Gaúcha.

O surgimento da Rádio Guaíba no quadro radiofônico do Rio Grande do Sul é viabilizado por dois importantes panoramas: primeiro, por uma indústria cultural que se estruturava no Brasil e no Rio Grande do Sul; segundo, nascia com uma proposta bem decidida em termos de programação, noticiosa, musical e esportiva, em meio a um nicho de quatro emissoras: Rádio Gaúcha, Rádio Farroupilha, Rádio Difusora e Rádio Itaí.

Esta nova emissora, desde sua inauguração, em 30 de abril de 1957, mantinha uma locução sóbria, em que até os comerciais eram feitos ao vivo, com um padrão musical orquestrado, que no conjunto agregam para reforçar a imagem de credibilidade associada às transmissões e à cobertura esportiva. O antigo correspondente Renner, uma síntese noticiosa,

que se consolida atualmente no informativo mais antigo ainda em transmissão no rádio no Brasil, esteve presente na programação da emissora desde sua inauguração.

A rádio Guaíba iniciou suas transmissões com Jorge Alberto Beck Mendes Ribeiro na direção artística, e Flávio Alcaraz Gomes na comercial, que ficaram responsáveis pela estruturação inicial da programação da rádio, sob o comando de Arlindo Pasquilini, então diretor do jornal vespertino Folha da Tarde. Para o acompanhamento técnico e de estruturação da nova emissora, foi chamado o engenheiro Homero Simon e seus auxiliares Hélio Custódio, Alcides Krebs e José Krebs.

Mas não foi somente o jornalismo e a programação musical que alavancaram a emissora, fazendo-a conquistar seu espaço no mercado radiofônico. A vitória da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 1958 e o bicampeonato quatro anos depois, no mundial do Chile, estimularam a cobertura e as jornadas esportivas.

Nesses primeiros anos não havia um departamento de esportes estruturado, mas narradores e comentaristas. Inicialmente, Mendes Ribeiro utilizava locutores comerciais para trabalhar nas transmissões, fazendo o que se chamava de posto de campo, aquele que ficava atrás da goleira fornecendo informações sobre a partida. Mendes Ribeiro foi definindo a equipe esportiva, dando oportunidade aos profissionais de narrarem jogos do Campeonato Gaúcho realizados pelo interior.

As transmissões esportivas na emissora sempre foram presente, embora em escala menor, pois não havia tantos campeonatos como nos tempos atuais.

Mesmo assim, foram as coberturas, como a Copa do Mundo de 1958, possíveis não apenas pelos esforços e qualidade sonora da emissora, que marcaram sua posição entre as principais rádios do Brasil. Este feito pioneiro deu o pontapé a outras coberturas esportivas internacionais que se seguiram.

Outro feito que merece destaque é a atitude de Flávio Alcaraz Gomes, que foi pessoalmente à Europa para estudar a implantação de uma rede de transmissão, deste modo capitaneando uma cadeia de emissoras do interior do estado e de Santa Catarina, com excelentes condições de transmissão do campeonato mundial de 1958. A equipe que a emissora levou à Suécia foi composta por Mendes Ribeiro, os narradores Flávio Alcaraz Gomes e Francisco Antonio Caldas. Os comentários ficaram com Otávio Muniz.

Outras rádios gaúchas que compunham o mercado radiofônico em transmissões esportivas também marcaram presença, só que integradas em cadeia com emissoras do centro do país. A difusora, comandada por São Paulo, pela Rede de emissoras de Assis Chateaubrind, e a Rádio Gaúcha, através da Rádio Nacional, do Rio, cuja publicidade era a mesma.

### 3.1.7 A Cobertura esportiva do rádio gaúcho nos mundiais de 1962 e 1966

A cobertura da Copa do Mundo de 1962, do Chile, marca o início das disputas entre as emissoras radiofônicas, acirradas pelo radiojornalismo ao vivo e a grande busca de qualidade e aperfeiçoamento técnico nas coberturas esportivas.

Muitas emissoras do Brasil se fizeram presentes no mundial, além da Gaúcha e da Guaíba de Porto Alegre.

A grande competição nacional radiofônica- nacional e também regional- transferiu-se para os campos em razão de mais uma Copa do Mundo e suas preliminares. Antecedendo ao Campeonato Mundial de Futebol que iria se decidir no Chile, aconteceu uma partida semifinal entre Brasil x Paraguai, na capital do país vizinho, Assunção.

Mais tarde, já que nos estádios de Santiago e Viña del Mar, tanto as rádios Guaíba e Gaúcha, como Record, de São Paulo, tiveram surpresa de não encontrarem mais circuitos de comunicação, todos eles já estavam reservados a outras emissoras. Conseguiram, então, a duras penas, um SSB 109 multiplex que serviu às três, fornecendo som individual a cada uma delas. (VAMPRÉ, 1979, p. 141)

Gomes (1995) identifica como aconteceram as negociações que concretizaram a transmissão; em princípio, tanto a Rádio Gaúcha como a Guaíba não tinham autorização do Comitê Organizador do Mundial do Chile para as transmissões das partidas, pois todas as linhas e canais haviam sido contratados pelas emissoras de São Paulo e Rio de Janeiro.

Foi, então, que as duas emissoras gaúchas tiveram de ir atrás não apenas de transmissores, mas também do aval para estarem habilitadas a transmitir os jogos do mundial, o que de fato acabaram conseguindo. A primeira dificuldade foi superada negociando-se com Jayme Schatz Prilutsky, chefe do Serviço de Eletricidade e Gás, que respondia pelo Ministério das Comunicações do Chile. O segundo problema foi resolvido com o técnico eletrônico chamado Don Pedro Del Campo Benevente, que possuía um transmissor SSB, que transmitia em três ondas, ou seja, superior, neutra e inferior. A banda de cima já estava cedida à Rádio Record, de São Paulo; as outras emissoras duas foram, então, utilizadas pelas emissoras gaúchas.

Nosso som foi paralelo até as quartas-de-final, quando então nos salientamos com vantagens, pois comprei um moderno transmissor Collins, livrando-me das bandas do SSB de Del Campo. Em Porto Alegre, a exemplo do que acontecera nas transmissões de 1958, a recepção era feita de minha casa, no morro Santa Tereza, em cujo quintal foi construída uma antena rômica em direção ao Chile. Duas horas antes de cada jogo, os técnicos da Guaíba percorriam as casas das vizinhanças, implorando para que não usassem liquidificadores e aparelhos assemelhados, a fim de não interferir em

nossa transmissão, e que, no jogo final e com o Brasil bicampeão, consagrou mais uma vez o som local. (GOMES, 1995, p. 112-113)

A equipe da Rádio Guaíba viajou para o Chile sob o comando de Mendes Ribeiro, contando com Pedro Carneiro Pereira, Lauro Quadros, Adroaldo Streck, Amir Domingues e Ataíde Ferreira. Inclusive o patrocinador foi o mesmo do Mundial da Suécia: a Ipiranga, cujo slogan era ‘a gasolina 10 pontos melhor’. A Rádio Gaúcha, por sua vez, mandou para o Chile os narradores Willy e Antônio Carlos Resende, além do comentarista Samuel Madureira Coelho.

Por ocasião da Copa do Mundo de 1966, realizada na Inglaterra, as coberturas radiofônicas sofreram adaptações, pois a FIFA negociou, antecipadamente, a exclusividade das transmissões dos jogos com a Rádio Record de São Paulo.

Alheias a esse momento, as demais emissoras brasileiras, representadas pela ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão) escolheram Flávio Alcaraz Gomes como porta-voz da instituição, para ir pessoalmente à Suíça desfazer as negociações. Este, no entanto, ao explicar a situação, conseguiu que o secretário-geral da FIFA, Henri Kaiser, se sensibilizasse e concordasse em receber as taxas oferecidas. Porém, o consentimento veio junto da ressalva de que dependia também do aval da BBC (British Broadcasting Corporation). Como de fato aconteceu, a BBC disponibilizou a transmissão para apenas dez emissoras brasileiras.

Em reunião com a ABERT, os representantes das difusoras decidiram que os canais obtidos seriam ocupados pelas dez emissoras inscritas por ordem de antiguidade na Radional e na Radiobrás e, desta forma, a Rádio Gaúcha e Guaíba, que eram a 11ª e a 12ª, respectivamente, estariam fora.

A alternativa encontrada pela Rádio Guaíba foi utilizar o novo sistema de transmissão, chamado off tube. Ou seja, através de receptores de televisão postados numa sala especial na sede da BBC, os narradores poderiam desempenhar seu trabalho livremente, sem atropelos e tarifas. Desse modo, a equipe da Rádio Guaíba transmitiu todos os jogos da Copa do Mundo, fazendo transparecer aos ouvintes que estava irradiando do estádio, através de uma incrível e perfeita simulação dos narradores e seus “repórteres de campo”.

De modo diferente, a Rádio Gaúcha juntou-se à Rádio Itatiaia, de Belo Horizonte, que se encontrava inscrita entre as dez, dando o direito de transmitir do estádio, dividindo a equipe. E assim o fez, até o Brasil ser eliminado pela Seleção de Portugal por 3 a 1, no estádio de Liverpool, quando passou, também, a transmitir dos estúdios da BBC, pois de lá não eram cobradas tarifas.

Para o autor, trata-se da consagração definitiva do tubo e sua entrada triunfal nas transmissões das coberturas esportivas no Brasil, destacando-se, assim, dois importantes aspectos. O primeiro deles, a relação com a publicidade, há muito introduzida no rádio e necessária para a concretização das transmissões esportivas, porque dos contratos publicitários tiveram seu sustento. A agência de publicidade MPM, que tinha a conta da Ipiranga, patrocinadora exclusiva da Rádio Guaíba nas copas de 58 e 62, informou à emissora, cerca de meio ano antes da Copa do Mundo, que mudaria de prefixo, passando a patrocinar sua principal concorrente, a Rádio Gaúcha.

Apesar de haver perdido para a Rádio Gaúcha também o engenheiro técnico, Homero Simon, e o principal narrador, Mendes Ribeiro, a Guaíba conseguiu o patrocínio da Philips e seu barbeador Philishave, para custear a transmissão de mais uma Copa do Mundo.

O segundo aspecto detectado, ainda que não existissem transmissões diretas de futebol pela televisão no Brasil, evidencia-se, em 1966, com esse novo meio já difundido nas coberturas esportivas na Europa.

Neste sentido, destaca-se a iniciativa pioneira da TV Piratini, Canal 5, que, em caráter experimental, transmitiu pela primeira vez, em 20 de novembro de 1959, imagens do jogo entre Internacional e Cruzeiro, do estádio colorado, com a narração de Guilherme Sibemberg e comentários de Ênio Melo. Essas imagens chegaram aos poucos aos aparelhos receptores espalhados na capital gaúcha através de uma antena instalada no morro Santa Tereza.

No princípio, o rádio demonstra ser imune ao poder da imagem introduzida pela televisão. No entanto, na década de 60, já é possível notar indícios de transformações, nesse caso, influenciadas pela tecnologia e pelo contexto da indústria cultural.

Porém, a época demonstra que são muito recentes as ‘perdas’ sofridas pelo rádio com a chegada da televisão. O que o novo meio de comunicação possibilita nesse período era reproduzir tapes de jogos. A TV Gaúcha, por exemplo, começou em 1962, pois antes disso havia apenas a TV Piratini, em Porto Alegre. Esta, no entanto, apresentava apenas tapes de partidas decisivas do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Ainda assim, o rádio mantinha-se por vários fatores. A seguir, abordaremos as principais mudanças que o meio enfrentou para concorrer com a televisão e se moldar a um novo panorama.

### 3.1.8 A Copa de 1970 e os modernos circuitos Nacionais

Algumas ações do governo militar na década de 1960 trouxeram mudanças para as comunicações brasileiras, que irão modificar definitivamente as transmissões esportivas, tanto no rádio quanto na televisão.

Em 1965, por exemplo, foi criada a EMBRATEL, que deu o início a uma política modernizada para as comunicações no Brasil. Nesse mesmo ano, o país se associou ao sistema internacional de satélites, o INTELSAT. Em 1967, foi então criado o Ministério das Comunicações. Deste modo, é importante salientar que o sistema de redes, condição essencial para o funcionamento da indústria cultural, foi resultado de um investimento do Estado.

Assim, o Mundial realizado no México em 1970 estabeleceu avanços fundamentais nas irradiações esportivas pelo mundo, pois as transmissões passaram a ser realizadas através de modernos circuitos nacionais. O governo Médici havia derrotado o monopólio da Radiobrás e Telebrás. Findava-se, assim, o problema de se seguir uma ligação telefônica entre as capitais brasileiras, pois fora instituído o sistema de discagem direta.

Eram 13 as emissoras brasileiras que estavam no Mundial de 70; no entanto, o governo, alegando economizar divisas, estabeleceu apenas cinco canais para enviar o som do México para o Brasil. Foi, então, necessário as rádios se dividirem em grupos, mediante um sorteio. A Rádio Guaíba ficou com a Rádio Continental, do Rio de Janeiro e, a Gaúcha, com a Nacional. Flávio Gomes, eleito coordenador de Rádio do Brasil pela diretoria da ABERT, comandou as transmissões radiofônicas. Sobre essa transição,

A mais difícil das medidas foi a de estabelecer a hora do começo da narração dos jogos. Com a tola crença de que, abrindo uma transmissão antes das concorrentes, capturariam a sintonia, muitos queriam começar seu papagaiar com até quatro horas de antecedência. Fixei o prazo em uma hora, tempo que, pela minha experiência, era mais do que suficiente e, em muitos casos, até enfadonho para ser acompanhado pelos ouvintes, [...] alguns foram desleais e, antes do momento estabelecido, flagrei-os agachados, debaixo do palanque, transmitindo em voz alta. [...] já no jogo seguinte, apliquei-lhes o sistema militar. Fiquei de costas para as arquibancadas, de apito na mão, mirando-os fixamente e, com o rabo do olho, controlando o relógio. “Atenção! Faltam 30 segundos! Faltam 20! Faltam 10! E atenção...” trilava o apito e a papagaiada começava. A partir de então, ninguém brigou mais, e o Brasil economizou um balaio de dólares de divisas em circuitos. (GOMES, 1995, p. 184)

Quando o autor usa o termo “sistema militar”, traça um paralelo com a própria situação no Brasil naquela época. Santos (1984), ao tratar deste mesmo tema, considera que a partir dos anos 60 experimenta-se um “novo período histórico”, tanto para a democracia quanto para a música popular, a literatura e o futebol. Se vivenciava um período de obscurantismo e crise.

Logo após a conquista do tricampeonato mundial, a imagem de êxito da Seleção Brasileira foi amplamente difundida pelos meios de comunicação de massa, passando a restaurar o orgulho nacional em tempos de conturbação, no qual o regime militar implantado recebia críticas pelo estilo ditatorial de governo. O futebol brasileiro, nos anos 60, apresentava muitos problemas e uma noção de profissionalismo imaturo. Com a eliminação na Copa do Mundo de 1966, cresceram os debates em torno disso, estando o dia-a-dia dos clubes mais expostos aos meios de comunicação e, conseqüentemente, ao público.

Proni (2000) verifica que o regime militar vinha seguindo a herança do governo Getúlio Vargas, que procurou disciplinar e ordenar o funcionamento do futebol no país. Aponta-se que, em 1968, já havia sido regulamentada a venda do passe, passando a ser exigido consentimento do atleta nas transferências em alguma negociação e garantido ao jogador 15% do valor da venda. Em 1969, foi instalada a Loteria Esportiva, destinada a gerar fundos para fins sociais e para o desporto. Em 1971, criou-se o Campeonato Brasileiro, que, segundo Proni (2000), pode ser considerado um marco esportivo na história do futebol nacional.

O Estado brasileiro exerceu um papel decisivo nos principais momentos de reestruturação do futebol brasileiro. Tanto a indução ao profissionalismo e a criação do CND (Conselho Nacional de Desportos), durante a primeira era Vargas, quanto a implantação do campeonato nacional, a regulamentação do jogador de futebol e a criação da CBF, durante o período da ditadura militar, podem ser interpretadas como passos importantes na direção da atualização do futebol brasileiro em relação ao futebol europeu, de um lado, e da busca da vida civil disciplinada e da integração nacional por meio do esporte, de outro. [...] durante mais de cinquenta anos, o futebol precisou da tutela estatal para se estruturar e crescer. (PRONI, 2000, p.147)

Enfim, esta nova realidade nas telecomunicações vai ocasionar modificações definitivas não apenas na relação do esporte em si com o rádio, mas, principalmente, com a televisão. Antes disso, ainda que os jornais e as emissoras radiofônicas ajudassem a promover partidas e campeonatos, pouco influenciavam na organização e comercialização dos espetáculos esportivos. A televisão vinha filmando jogos e exibindo vídeo tapes (pois havia ainda um certo medo de que as transmissões diretas diminuíssem o público e a arrecadação dos clubes de futebol).

### **3.1.9 O radiojornalismo esportivo**

Na medida em que o futebol passa a ser transferido para a televisão, o lazer no rádio se restringe à transmissão de músicas e à difusão de fatos e entrevistas envolvendo astros e estrelas. Durante os anos 50, segundo Ferraretto (2001), uma nova rota passou a se estruturar

no rádio. Dando foco ao jornalismo, esporte e serviço à população, a nova configuração se consolida nos anos 60 e 70.

[...] não só de jornalismo vive o rádio na tentativa de recuperar o espaço perdido para a televisão. A vitória do Brasil na Copa do Mundo de Futebol, em 1958, na Suécia, e a repetição do feito quatro anos depois, no Chile, impulsionaram a cobertura e as transmissões esportivas. Pelos radinhos transistorizados, em casa ou nos estádios, o brasileiro vai ouvir, lance a lance, as competições do esporte nacional do país. O abalo da desclassificação frente a Portugal em 1966, na Inglaterra, é recuperado com o tricampeonato mundial em 1970, no México. No dia-a-dia, a reportagem ainda se aproxima da crônica, em um relato permeado de opiniões. (FERRARETTO, 2001, p. 144)

Neste sentido, Ruy Carlos Ostermann ofereceu seu relato destacando a contribuição do jornalista Antônio Britto na organização do radiojornalismo esportivo da Rádio Guaíba:

O Britto era jornalista de formação, mas gostava muito de rádio. Ele participou de experiências muito exitosas dentro da Caldas Júnior, na redação dos jornais e, por isso, a exemplo do que aconteceu comigo - que trabalhava na redação da Folha da Tarde e fui buscado pelo Mendes Ribeiro para trabalhar na rádio - levado para a Rádio Gaúcha a fim de organizar o radiojornalismo esportivo, que na época não tinha sequer os rudimentos. Tinha bons homens em microfone, pessoas ágeis, mas não tinha equipamentos necessários para isso e muito menos tinha uma retaguarda capaz de produzir pautas que estabelecessem uma cobertura um pouco mais sistematizada.

A contribuição de Britto na organização e criação dessa suíte fez com que a rádio desse salto de excelência, fato que aconteceu na década de 70. Entre as principais características desse novo paradigma de estruturação, Ruy Carlos Ostermann destaca a figura do pauteiro, que fica organizando as informações que chegam. Para ele, a Rádio Guaíba passou a trabalhar em termos mais consequentes e lógicos que anteriormente.

Em contrapartida, a Gaúcha viveu momentos turbulentos, acabando com as transmissões esportivas durante um período. Nessa época, existia a CGE (Central Gaúcha de Esportes), que logo foi dissolvida. Segundo Périco (1999), a última jornada foi ao ar em 30 de maio de 1971, com a transmissão de um clássico Gre-Nal. A direção da rádio preferiu o fechamento do departamento de esportes para não ter mais prejuízos financeiros, pois não havia anunciantes dispostos a pagar os 500 mil cruzeiros necessários para as coberturas esportivas.

Havia uma diferença muito grande da Guaíba, ou seja, a Gaúcha não conseguia manter o mesmo nível que vinha sendo mantido pela emissora de Caldas Junior e acabou fechando. Segundo o jornalista Cláudio Brito, a emissora procurava um caminho, pois era semelhante à Rádio Farroupilha de atualmente e foi, então, que decidiu voltar a programação para um público mais elevado. Foi nesse momento que Cândido Norberto apresentou à emissora a proposta de

adaptar seu programa de TV, chamado Sala de Redação, para o rádio. Por isso, Brito atribuiu a esse programa a volta do esporte na Rádio Gaúcha:

Para Cândido, a rádio, na referida época, sofria ainda as consequências da chegada da televisão. Por razões diversas, ou seja, um vínculo novo e, portanto, mais caro; sem desconsiderar, também, que os donos das rádios eram os mesmos das televisões. O rádio perdeu espaço para a TV, pois muitos dos profissionais e programas rumaram para o novo veículo de comunicação.

Porém, a Rádio Gaúcha não conseguiu por muito tempo abrir mão das transmissões esportivas, pois, amparada no sucesso e na repercussão junto aos ouvintes do Sala de Redação, criado por Cândido Norberto, o departamento de esportes da Rádio Gaúcha voltou a funcionar depois de algum tempo. Celestino Valenzuela assumiu o cargo de chefiar o departamento, as narrações ficaram com a responsabilidade de Samuel Souza Santos, Luís Carlos Prates e Carlos Moacir, e a reportagem contava com Cláudio Brito, Valtair dos Santos e Ramiro Morais.

Em 1973, a Rádio Guaíba perdeu Pedro Carneiro Pereira num acidente automobilístico no Autódromo de Tarumã, que foi substituído por Armino Antônio Ranzolin, na coordenação do departamento de esportes. Assim, a Copa do Mundo de 1974, realizada na Alemanha, foi transmitida na íntegra, não apenas os jogos da Seleção Brasileira, como era praticado anteriormente. Neste mundial, as emissoras tiveram à disposição um canal 24 horas, que possibilitava, inclusive, a transmissão de boletins durante a programação. A Rádio Gaúcha foi representada na Copa do Mundo por Willy Gonzer, Ibsen Pinheiro e Valdomiro Morais; a Guaíba, por seu turno, contou, pela primeira vez, com Ranzolin nas transmissões dos jogos.

A contratação do comentarista Ruy Carlos Ostermann, em março de 1978, marca uma nova fase para a Rádio Gaúcha, que, após a Copa do Mundo, começa a ganhar espaço da Rádio Guaíba. Na chefia do departamento de esportes, ele passou a dar uma representatividade ao trabalho de retaguarda, com planejamento de jornadas e coberturas de treinos dos clubes, melhorando o produto final da programação esportiva. Outro fator que culminou para o crescimento da Rádio Gaúcha foi a instalação de um transmissor com mais potência, precisamente de 100 kilowatts, dando maior alcance às ondas sonoras da emissora.

Conforme Périco (1999), a década de 80 marca um período de consolidação da Gaúcha e declínio da Guaíba:

Após a cobertura da Copa do Mundo da Espanha em 1982, uma forte crise financeira na Companhia Jornalística Caldas Júnior, proprietária da Rádio Gaúcha e dos jornais Folha da Tarde e Correio do Povo, fez com que inúmeros profissionais mudassem de lado na concorrência bipolarizada Gaúcha-Guaíba. Nomes como Armino Antônio

Ranzolin, Antônio Augusto, João Carlos Belmonte, Lauro Quadros e Lasier Martins mudam de prefixo. (PÉRICO, 1999, p. 55)

Porém, na segunda metade da década de 80, o mercado radiofônico da capital gaúcha sofreu outra estruturação. A Rádio Guaíba participa da crise, em 1985, da Empresa Jornalística Caldas Júnior, da qual fazia parte, sendo vendida ao empresário Renato Bastos Ribeiro, no ano seguinte. Mesmo perdendo a liderança, a rádio seguiu no mercado com uma programação esportiva e jornalística.

É neste contexto que a Rádio Gaúcha começa a investir em equipamentos mais avançados, oferecendo melhores condições de transmissão, e inovando no planejamento de grandes coberturas, tanto esportivas quanto jornalísticas. De modo que 1986 passa a ser o ano da consolidação da Rádio Gaúcha como líder do mercado. A grande oportunidade é a cobertura da Copa do Mundo de 86 no México, que marcava o início da ampla liderança radiofônica, inaugurando uma outra etapa no jornalismo esportivo no Rio Grande do Sul. Não só profissionais são contratados, como também a empresa constrói uma planta transmissora em que a torre do sistema irradiante constitui-se como a mais alta do Brasil, com seus 230 metros.

Nesse momento, o futebol brasileiro já havia se consolidado como produto da indústria cultural. Porém, o contexto do futebol nacional, conforme Proni (2000), não era dos melhores. Durante a década de 80, os clubes foram arrastados pela recessão financeira, forçando a se desfazerem de parte de seu patrimônio líquido, ou seja, o “passe” dos jogadores. Isso demonstra que as formas tradicionais de gerenciar os times estavam sendo em colapso com a queda do público e da renda nas partidas.

A grave recessão econômica de 1981/83 e o descontrole da inflação afetaram profundamente a rentabilidade da atividade futebolística, agravando os problemas e dando início ao que pode ser considerado como a crise mais séria do futebol brasileiro, desde a consolidação do profissionalismo. (PRONI, 2000, p. 149)

### **3.1.10 Década de 90, O Futebol Arte e o Rádio**

Nessa época, é necessário destacar as principais mudanças no futebol brasileiro para proceder a uma análise do rádio esportivo gaúcho. Relacionar algumas das razões que o tornaram produto de entretenimento e também um dos mais consumidos permitirá identificar as influências que exercem os meios de comunicação sobre o esporte. A relação entre tradição e modernidade no futebol no país, abordada por Proni (2000), é tomada como referência, pois vem ao encontro do pensamento de Ortiz (1999) sobre a cultura brasileira. O primeiro, ao

analisar o desenvolvimento do esporte no Brasil, considera que o “moderno” pode se modificar, num momento posterior, constituindo-se em “emblema do tradicionalismo”. Sua perspectiva aponta que, quando o futebol foi trazido ao Brasil como um signo de modernidade, o modelo amador elitista, da década de 20, tornou-se a “bandeira” do conservadorismo. Da mesma forma em que a “ética dual” foi entendida como modelo perfeito para a democratização do futebol durante muito tempo e, nos anos 90, tornou-se um modelo antiquado. Neste caso, a presença dos interesses comerciais na organização do futebol, vista como prejudicial na década de 60, foi eleita a saída redentora da atualidade.

Para Proni (2000, p. 169), a dificuldade está em notar que o “ideal modernizante vai sendo redefinido com o passar do tempo, do mesmo modo que a tradição pode ser recorrentemente reinventada”. Partindo dos valores de modernidade, que inspiravam um molde de nação, o autor faz uma ligação com o futebol no país:

[...] quando o futebol estava sendo introduzido, os valores da modernidade europeia não se manifestaram em sua plenitude no Brasil, porque as raízes da nossa sociedade não eram as mesmas e porque a nossa sociabilidade tinha sido muito marcada pelo estigma da escravidão e da exclusão social. Ou seja, ainda que em algumas atividades lúdicas estivessem inscritos certos valores e ideias considerados ‘modernos’, estes entravam em choque com os costumes e as ideias ‘retrógrados’ que permeavam a maioria das práticas sociais e a própria intimidade do cotidiano das pessoas. E essa tensão permaneceu, mais tarde, na época da transição para o profissionalismo - isto é, mesmo depois da Semana de Arte Moderna em 1922 e da Revolução de 1930, porque a sociedade brasileira continuava muito heterogênea e patrimonialista. Assim, não é de se estranhar que as relações de trabalho no futebol profissional refletissem esta tensão. (PRONI, 2000, p. 169)

Proni (2000) vai mais além ao considerar que após a Segunda Guerra Mundial o eixo hegemônico internacional deslocou-se para os Estados Unidos, havendo uma grande identificação de nossas elites com os valores liberais daquela nação. Porém, observa um cenário paradoxal referente a esses valores e o futebol. Ao mesmo tempo em que se implementavam um parque industrial produtivo e moderno no país, ampliava-se a divulgação de filmes, discos e publicações norte-americanas - o *american way of life*, primeiro nos anos 50; depois, com o “milagre econômico”, assistido de 1968 a 1973, o qual deixou marcado os valores de consumo e o estilo de vida norte-americano. No entanto, a administração do futebol, que começou a se moldar a partir dos anos 70, foi baseada no modelo europeu e não norte-americano. Sobre esse novo panorama,

a administração do futebol em negócio gerido de modo empresarial, inserido na dinâmica do entretenimento, é uma novidade que acarreta mudanças profundas com o passado. Mas, ainda agora, a modernização encontra obstáculos na própria natureza

da sociedade brasileira, assim como a constituição de novos mercados. Pois há resistência a essa ‘nova modernidade’, o que se expressa muito claramente na forma como são produzidos e desfrutados os principais eventos de lazer da cultura popular: o carnaval e o futebol. (PRONI, 2000, p. 171)

De alguma forma, deve-se considerar que o discurso de um panorama moderno introduzido nos anos 90 é distinto do pós-1930. O atual cenário de modernização não se reporta mais a um “projeto nacional”. Conforme o autor, a estratégia de inserir o país no quadro de nações civilizadas, praticada no período entre 1930 e 1980, baseada em favoráveis condições externas na capacidade de gasto do Estado, foi suspensa na década de 80 com a crise da dívida externa e fiscal.

Pode-se dizer que a transformação do espetáculo esportivo em ativo da indústria cultural e em veículo de marketing é um fato abalizado. No entanto, foi justamente a conversão do futebol num negócio que colocou em “xeque” a sua organização anterior, ou seja, a progressão chegada por interesses comerciais, a valorização dos passes dos jogadores, a elevação dos salários, que, em outros aspectos, passaram a exigir uma gestão empresarial.

Ortiz (1999), por seu turno, considera que o modernismo no Brasil possui uma história. Se, no início do século XX, era “uma ideia fora do lugar”, ao longo do tempo, moldou-se ao desenvolvimento da sociedade, pois a dimensão da vida econômica implica na cultural. A “autêntica” cultura brasileira, capitalista e moderna, que se configurou com emergência da indústria cultural, é consequência da etapa mais avançada do capitalismo brasileiro.

Em outra pesquisa, o autor retorna a esse trabalho, exibindo que nos anos 20, com os modernistas, 30 e 40, com o veículo entre *intelligentzia* e Estado Novo, nas décadas de 50 e 60, com os desenvolvimentistas, a modernidade se apresentava como inexistente e um projeto a ser exibido num futuro incerto. Porém, salienta que, nos anos 80, passa a introduzir as coisas em bases distintas, ou seja, já se podia interrogar a natureza autoritária da modernização brasileira, mas sua materialidade se impunha inegável, expressando-se através da reorganização do parque industrial, da urbanização metropolitana, da chegada de um mercado nacional ajustado e da consolidação da sociedade consumista, conforme aponta:

Essa modernidade, desigual e regionalmente assimétrica, com seu dinamismo envolvente e muitas vezes perverso, minava o idealismo com que o ‘moderno’ tinha sido pensado pelas gerações anteriores. Isso tinha implicações diretas no mundo da cultura, pois neste momento os meios de comunicação se transformam em indústrias culturais e em agências produtoras de bens culturais articuladas diretamente com o mercado consumidor (ORTIZ, 2000, p. 9).

Para esse estudo, é importante levar em conta a apresentação que faz Ortiz (2000) sobre o entendimento do que seria padronização e massificação. Ele identifica que os termos são usados equivocadamente como equivalentes. Mostra que a padronização é uma exigência de mercado, no entanto não está articulada em nada em estratégia de massa, pois significa um formato certo à multiplicação industrial.

Neste sentido, o mercado nunca foi de ‘massa’, nem mesmo nos tempos pretéritos das ‘velhas’ tecnologias ou do ‘fordismo’. É bem verdade que atualmente ele é mais diversificado, mas não devemos reduzi-lo a uma dimensão quantitativa. A presença de um maior número de produtos não elimina suas características anteriores (ORTIZ, 2000, p. 123).

Dessa maneira, Ortiz disponibiliza exemplos como radionovela, que desde o início foram dirigidas às donas de casa a partir dos interesses das empresas patrocinadoras, ou seja, o melodrama radiofônico como estratégia de exploração de um “certo gosto feminino”. O autor segue com outros exemplos, como as histórias em quadrinhos e o rock-and-roll, que surge nos anos 50, voltado para o público jovem. Tudo isso para afirmar que a segmentação não é uma conquista da pós-modernidade.

E é nesse panorama que se inclui a produção radiofônica do futebol. É inegável que, durante a fase anterior, aconteceu uma padronização não apenas em seu conteúdo e mensagens, mas em sua estrutura em si. A programação de futebol no rádio gaúcho foi, efetivamente, organizada nesse período. Porém, o foco desse debate deve ser levado na direção do mercado:

Nele, a diferença e padronização convivem sincronicamente. A rigor, o que há de novo no século XX é que o mercado se mundializou. Atravessando países, se consolidou como uma instância fundamental de produção de sentido (ORTIZ, 2000, p. 124).

Contudo, cabe aqui destacar mais uma vez a contribuição de Proni, ao detectar que as tendências atuais de reconfiguração do futebol no Brasil foram produzidas pela alteração esportiva e pela expansão dos mercados associados à comercialização do espetáculo e dos símbolos futebolísticos. Com esse viés, há, pelo menos, seis maneiras diferentes pelas quais a lógica do mercado vem influenciado a sua reestruturação.

Em primeiro lugar, sinaliza para quem dirige o futebol no país: a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), que vem se aproveitando da imagem construída pela tradição do Brasil neste esporte, ao firmar parceria com empresas patrocinadoras. No ano de 1997, iniciou parceria com a Nike, que na época pagou US\$ 160 milhões por dez anos de exclusividade no fornecimento do material esportivo e ter o poder de organizar 50 partidas amistosas da Seleção

Brasileira; a Coca Cola, parceira de longa data da Seleção, teve seu contrato rescindido no ano de 2001, deixando o caminho aberto para a Ambev, que pagaria US\$ 10 milhões anuais até 2018, o que denota que a CBF vem sendo gerida, na prática, como empresa.

Em segundo lugar, as empresas de comunicação vêm crescendo seus investimentos no futebol. Houve uma valorização expressiva nas cotas de publicidade, elevando a concorrência para a compra dos direitos de transmissão. A Rede Globo, por exemplo, é detentora dos direitos de transmissão dos principais campeonatos nacionais de futebol (Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil, e os campeonatos estaduais), além da Copa do Mundo. Em resposta a este cenário, a Rede Bandeirantes foi obrigada a negociar o controle do seu departamento de esportes. Devido aos altos custos com a programação, assumiu o comando do esporte na TV Bandeirantes a maior empresa esportiva do Brasil, a Traffic.

Em terceiro lugar, o autor aborda o desenvolvimento do marketing esportivo, que, a partir do sucesso da parceria do clube Palmeiras com a empresa Parmalat, vem ocasionando o interesse de muitas empresas em procurar a projeção que o futebol pode conceder a uma marca. No começo da década de 90, os salários de um grande clube não ultrapassavam US\$ 40mil mensais; atualmente, um cenário bem diferente, com um grande aumento da folha salarial das equipes. Já no começo dos anos 2000, os clubes tinham como média uma folha de 800 mil mensais, ao passo que outras são bem modestas, pois têm portes distintos, dependendo do tamanho da torcida do time, da tradição e da região onde estão localizadas.

Em quarto lugar, está a chegada de instituições financeiras no mundo do futebol. O retorno para o banco pode ser analisado pela sua exposição na mídia, pela valorização da imagem e patrimônio, sendo que os exemplos são o Banco Excel Econômico, com o Corinthians e o Vitória da Bahia, o Vasco da Gama com a National/Liberal, também o Banco Banrisul patrocinando Grêmio e Internacional. No caso dos gaúchos, essa parceria foi firmada em julho de 2001, com um contrato que implica, por um lado, o uso do nome Banrisul nos uniformes dos times (categoria oficial e amadora) e, de outro, na diminuição e/ou pagamentos das dívidas dos times junto à instituição, aumentando as relações comerciais entre as partes. Através disso, o banco está habilitado a desenvolver produtos e serviços com as marcas dos clubes. A parceria foi originada a partir de tratativas para a quitação dos débitos dos times com o banco.

Em quinto lugar, pressionados pela Lei Pelé, os times de futebol vêm buscando caminhos distintos para adotar a gestão empresarial, através de parcerias com o setor privado. Algumas parcerias foram implementadas com destino encaminhado; houve times que “terceirizaram” o departamento de marketing, como é o caso do Vasco da Gama; equipes como a Bahia cederam o controle das ações do clube; outras foram compradas ou arrendadas, e assim

por diante. Porém, muitos times preferiram esperar para escolher o melhor modelo; a exceção foi o Grêmio, que firmou uma parceria em janeiro de 2000 com a empresa Suíça ISL-Internacional Sports and Leisure, no período, líder mundial no ramo de mídia e marketing esportivo, e não obteve bons frutos, pois a mesma abriu falência em 2001.

Em sexto e último quesito, destacam-se as mudanças na forma como os campeonatos vêm sendo organizados e o papel das federações estaduais. Há uma discussão inacabada sobre a reformulação do calendário do futebol no Brasil e o destino dos campeonatos. Proni (2000) encerra suas observações afirmando que

por intermédio da ação de distintos agentes, a lógica do mercado tem dado o tom da modernização em curso do futebol brasileiro. Contudo, como não foram definidos limites ou parâmetros a esse processo de metamorfose, as rupturas se tornam mais profundas e imprevisíveis. As contradições geradas por essas mudanças sem freios colocam em xeque a continuidade das tradições criadas ao longo do século. (PRONI, 2000, p. 215)

### **3.2 O Futebol no Rádio na Atualidade**

A programação no rádio esportivo da atualidade é formada pela abertura diária e transmissão de eventos. Na cobertura do dia-a-dia, a figura do repórter esportivo é importante, pois, além da reportagem em eventos esportivos, estes profissionais são, na maioria dos casos, setoristas de clubes. Este cargo, na estrutura da rádio, faz a cobertura diária dos times e das instituições esportivas.

Ferrareto (2001) define as mudanças quanto à movimentação desse profissional:

O trabalho do repórter esportivo até meados dos anos 70 caracterizou-se por uma mistura, nem sempre bem-dosada, de informação e opinião. Desta realidade, surgiu a expressão crônica esportiva, identificando um profissional que calculava o seu trabalho na impressão pessoal. Gradativamente, a este setor da atividade radiofônica foram se estendendo os princípios básicos do jornalismo. A busca pela notícia se impôs e, no dia-a-dia do repórter, a opinião deu lugar à interpretação. (FERRARETO, 2001, p. 321)

Na transmissão de jogos, alternam-se planejamento e improviso. O que pode ser preparado com antecedência fica a cargo da coordenação e dos demais profissionais do setor. Ao narrador fica a apresentação do fato no momento em que está acontecendo, trabalho que tem a interferência dos repórteres, dos comentaristas e do plantonista, durante as chamadas da transmissão esportiva.

Os departamentos de esportes das rádios são, nos dias de hoje, compostos pelo coordenador de esportes, o plantão esportivo, o narrador, o comentarista, o repórter, o apresentador, o produtor e o radioescuta. Pode-se salientar que cada uma dessas atividades foi sendo estabelecida na medida em que foram surgindo, ao longo do desenvolvimento, as transmissões esportivas no rádio. Porém, nota-se que no modelo atual, em algumas emissoras, um único profissional desempenha mais de uma função, retomando-se, de certa forma, a estrutura inicial, que é denominada de período pré-fordista do futebol no rádio.

Se, por um lado, a programação radiofônica no futebol está cada vez mais voltada ao consumismo individualizado e ao futebol arte, por outro viés, a estrutura das principais rádios dá conta de cobrir esse esporte no Rio Grande do Sul. Vale observar que se privilegia também a produção flexível, visando à redução do tempo de trabalho, que é sempre adequada à demanda. Além dos profissionais, que realizam várias tarefas, há uma variação de características na produção do rádio esportivo.

#### 4 O COMENTÁRIO ESPORTIVO

Peça essencial numa transmissão esportiva, o comentarista é o responsável pela análise dos acontecimentos da partida. Cabe a esse profissional identificar os problemas, apontar possíveis soluções, dados relevantes, deduzir projeções necessárias a se fazer dentro do jogo e opinar acerca de temas que permeiam o confronto entre dois times.

Através dos tempos, esses profissionais desenvolveram novos procedimentos e incorporaram elementos na forma de apreensão dos fatos da partida e da sua transmissão para os ouvintes. Tais transformações envolvem modificações significativas na estruturação desse tipo de conteúdo, gerando variações em torno dos gêneros jornalísticos e resultando em adaptações de forma e conteúdo de acordo com as condições que os processos tecnológicos oferecem ao longo do tempo.

Ferraretto (2007, p. 22), em sua proposta de “analisar o rádio do Rio Grande do Sul como empresa em busca de lucro, cuja programação interfere culturalmente na sociedade gaúcha”, parte da idéia de vigência de uma fase da multiplicidade da oferta, ou seja, de novos mecanismos lógicos de produção, comercialização, distribuição e uso de conteúdos radiofônicos em tempos de convergência, na qual, para efeitos de pesquisa, ganha força a passagem da lógica de oferta para a demanda, presente, por exemplo, na oferta, via internet, de acervos de áudios já veiculados, ou a frequente participação dos ouvintes por redes sociais.

Ressalte-se, ainda, a multiplicação de ações empresariais para disponibilizar o conteúdo radiofônico nas mais diferentes plataformas tecnológicas e na sinergia da rádio com outros veículos dentro de um mesmo grupo empresarial (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2007).

É importante analisar os gêneros jornalísticos, primordiais para o entendimento do que vai ser proposto, uma vez que cada fase tem como característica crucial a inflexão para um ou outro deles. Adota-se a categorização apresentada por Melo e Assis (2010), que parte de uma iniciativa de idéia de gênero jornalístico com um conjunto de parâmetros textuais identificados com uma base nos seus propósitos de comunicação. Têm-se: (1) o informativo, que se limita à narração do assunto a ser noticiado com o mínimo de detalhes necessários à sua compreensão, sendo dominante no noticiário do rádio em geral; (2) o interpretativo, representando uma ampliação qualitativa do tratamento dos assuntos a serem transmitidos ao público e procurando, dessa maneira, orientar o ouvinte, ao contextualizar a narrativa, aparecendo na formação de notas e reportagens ou em participações de âncoras e de comentaristas, além de programas de mesa redondas e entrevistas; (3) opinativo, englobando um julgamento próprio (pessoal ou da empresa radiofônica) a respeito de um determinado assunto, presente em comentários, editoriais

e, não raro, em intervenções de apresentadores e dos próprios ouvintes; (4) o utilitário, no qual se englobam informações sobre aeroportos, indicadores do mercado financeiro, pagamento de impostos, previsão meteorológica, recebimento de aposentadorias e pensões, roteiro cultural; (5) o diversional, correspondendo à incorporação de técnicas narrativas ficcionais de fatos verídicos, se manifestando, de forma assistemática, na abordagem em crônicas e alguns documentários.

#### **4.1 Proposta de periodização**

A comunicação radiofônica é influenciada por vários fatores, por exemplo, por aspectos políticos, culturais, sociais e econômicas, que regem a sociedade. Ao analisar a história do rádio no Rio Grande do Sul, Ferraretto (2012) propõe a seguinte periodização: (1) fase de implantação, no final da década de 1910 até a segunda metade dos anos 30, que corresponde à instalação das estações pioneiras, organizando-as sob uma forma de entidades associativas; na sua sequência, sob a hegemonia do rádio comercial, (2) fase de difusão, de um início da década de 30 até a segunda metade da década de 1960; (3) fase de segmentação, do final da década de 50 até o início do século 21; e (4) fase de convergência, meados da década de 1990 até os tempos atuais. Algumas fases possuem períodos sobrepostos, uma vez que o autor considera que o processo que denomina um ponto de corte é dinâmico e que não há uma ruptura total da fase anterior até a nova fase se tornar hegemônica.

No que se refere ao comentário esportivo, importante observar que, desde 1931, ano em que foi realizada a primeira transmissão esportiva na cidade de Porto Alegre, feita por Ernani Ruschel, até o fim dos anos 1940, não havia ainda a figura do comentarista. Com a chegada, porém, dos receptores transistorizados e, em seguida, o televisionamento dos jogos, as transmissões foram sendo incrementadas, primeiro, com a crônica esportiva, a partir dos anos 50 e, em seguida, do comentário esportivo ao longo da narração das partidas.

##### **4.1.2 Primeiras irradiações**

O modelo atual de transmissão esportiva no rádio gaúcho apresenta a seguinte estruturação: narrador, responsável pela descrição dos lances; o comentarista, aquele que tem a função principal de analisar os acontecimentos; repórter, municiar informações a partir da observação direta e de entrevistas; e o plantão esportivo, que se encarrega de abastecer a jornada esportiva com dados sobre a partida em si e informar sobre outros acontecimentos esportivos.

Tal padrão é facilmente notado em quatro emissoras da capital gaúcha, que fazem transmissões esportivas: Band, Guaíba, Grenal e Gaúcha.

Como dissemos, durante as décadas de 30 e 40, não existia especificamente a função de comentarista como nos moldes atuais. A própria transmissão inaugural realizada por Ernani Ruschel foi marcada pela falta de informação, improvisado como narrador. O radialista descreve lance a lance, graças ao auxílio do desportista Ary Lund, que vai “soprando” os nomes dos jogadores no seu ouvido (MARTINS, 1991, p. 9).

Até meados da década de 50, Ferraretto (2007, p. 478) afirma que o “narrador constituiu-se em uma figura não só predominante, como praticamente exclusiva na transmissão dos jogos de futebol”. De acordo com Dalpiaz (2002, p. 65), até aquele período, “o trabalho do comentarista era semelhante ao do repórter de campo, visitava o vestiário, conversava com os jogadores e reunia informações para auxiliar o locutor durante a narração”. Não havia cabines de rádio nos estádios da capital que possibilitassem uma visão com perfeição da partida; a transmissão esportiva em si se adaptou às condições existentes nesses locais, dominando a chamada narração em diagonal.

Na ocasião, a irradiação era feita a partir da beira do campo, geralmente com dois narradores, sendo que se posicionavam um de cada lado do gramado, cabendo a cada um descrever os lances da metade que lhe competia. A alternância ocorria no momento em que a bola atravessava a linha divisória do campo (FERRARETTO, 2007). Quanto ao comentarista, este, segundo Martins (1991), tinha uma função que não era prioritariamente a de fazer uma análise os procedimentos táticos e o desenvolvimento técnico dos times. Diz o autor que a inserção do comentarista era quase insignificante, pois fazia apenas uma análise emocional, não existia um comentário mais criterioso e técnico. O comentarista falava como se fosse um torcedor da partida (MARTINS, 1991).

O mundial de futebol de 1950, realizado no Brasil, estimulou a cobertura esportiva por emissoras radiofônicas, embora, como observa Ferraretto (2002), o jornalismo, inclusive o esportivo, ocupasse uma posição em escala menor de interesse até a década de 60, sobrepujados pelas novelas, programas de auditório e humorísticos. Mas, na medida em que o futebol se desenvolvia, a cobertura dos jogos também iria mudar. Ênio Melo (apud DALPIAZ, 2002, p.72), um dos pioneiros na função de comentarista no rádio gaúcho, observa que

O fracasso do futebol brasileiro em 1950 gerou uma ânsia de reabilitação. E é neste ponto que eu não sei dizer se foi o rádio que fez a grandeza do futebol ou o futebol fez a grandeza do rádio. À medida que o rádio divulgava, o futebol tomava conta do povo e estimulava políticos, empresários e as emissoras de rádio. O futebol começou

a receber dinheiro e apoio de pessoas desejosas de fazer carreira sobre a alavanca de popularidade de um esporte que surgia.

Alavancada pela construção do Maracanã no final dos anos 40, a estruturação dos estádios também começou a se modificar. No Rio Grande do Sul, como frisa Dalpiaz (2002), o rádio esportivo passou a contar com cabines de transmissão a partir de 1954, com a inauguração do antigo estádio do Grêmio, o Estádio Olímpico. A novidade permitiu aos profissionais uma vista mais nítida, cobrindo todos os setores do gramado e proporcionando uma análise mais precisa dos lances da partida. Pode-se afirmar, ainda, que o interesse pelas irradiações esportivas ganhou novo ânimo com o triunfo da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 1958, realizada na Suécia. A partir de então, a necessidade de um especialista, aquele que protagoniza a análise na transmissão, passa a ser uma realidade, voltada para a audiência interessada em ter cada vez mais elementos para o entendimento do ocorrido dentro do estádio.

#### **4.1.3 Fase da Crônica Esportiva**

No início da década de 60, popularizaram-se os rádios portáteis transistorizados, a maioria deles contrabandeada do Japão para o Brasil, de onde vêm os da marca Spica, durante algum tempo, sinônimo de desejo e consumo (FERRARETTO, 2007). No mundial de 1962, realizado no Chile, as transmissões já chegavam majoritariamente por meio desse suporte, levado também para dentro dos estádios, visto que, a partir daí, passou a ser possível acompanhar o jogo da arquibancada ouvindo a transmissão realizada por narradores, repórteres e uma figura que se incorpora, em definitivo, à transmissão esportiva, o comentarista, responsável pela opinião dentro da chamada jornada esportiva.

Vale observar, porém, que desde pelo menos dez anos antes já apareciam profissionais identificados como comentaristas, destacando-se, na capital gaúcha, “Aurélio Reis, um dos pioneiros nos comentários, Manuel de Bezerra, Samuel Madureira Coelho e Ênio Melo” (FERRARETTO, 2007, p. 479). Este último, em sua atuação primeiro na Rádio Gaúcha e, depois, na Rádio Farroupilha, vai se constituir como primeira grande referência da época como comentarista esportivo.

Nas edições de 1955 e 1956 do concurso Melhores do Rádio, organizado pela Revista TV, principal premiação existente na época no estado, Enio Melo aparece como o principal comentarista esportivo. Não se limitando a isto, quando se refere para a [...] Rádio Farroupilha, contribuiu, também, para a introdução do repórter na transmissão dos jogos de futebol. Esta prática vai tornar absoluta a chamada narração em diagonal.

Para tal, auxilia também o aprimoramento da estrutura física dos estádios, cujo fator principal é a introdução das cabinas de transmissão. (FERRARETTO, 2007, p. 479).

Os indícios existentes permitem supor que, nesse período, o comentário no rádio ainda não possuía uma linguagem autônoma, aproximando-se do que era realizado em jornais e revistas. Há, assim, um relato romantizado, de construção das palavras, fingindo flertar com aspectos da literatura. Ao analisar os gêneros jornalísticos no rádio, Lucht (2010) se refere à crônica esportiva da seguinte forma:

[...] situa-se na fronteira entre a informação da atualidade e a narração literária. Embora mais corriqueira nos meios impressos, no rádio, a crônica ganha espaço especialmente durante as transmissões de futebol, quando experientes apresentadores/narradores são convidados a falar (muitas vezes de improviso) sobre fatos marcantes ocorridos durante a partida. (LUCHT, 2010, p. 273)

Pode-se supor que o comentário esportivo gaúcho na década de 50 inclina-se para a crônica, procurando, sem o rigor formal do texto jornalístico mais contemporâneo, explicar as questões técnicas e táticas dentro da partida, predominando uma análise totalmente pessoal.

É importante, porém, como salienta Dalpiaz (2002), reconhecer que, até meados da década seguinte, não há, de modo geral, uma cobertura sistematizada, com pautas e preocupação com fatos entre si. Ruy Carlos Ostermann (apud Dalpiaz, 2002, p. 103), comentarista que iniciou sua trajetória na década de 60, observa que, no período, havia tradição de um rádio retórico, “com um palavreado rebuscado, usando expressões cheias, redondas, que davam um colorido especial à frase, sem uma real preocupação com o fato jornalístico em si”. Como vai se verificar na sequência, será interferência do próprio comentarista que a situação começa a se modificar, em meados da década de 1960.

### **3.1.4 Fase do jornalismo esportivo**

Convidado por Jorge Alberto Mendes Ribeiro para ser o comentarista esportivo da Rádio Guaíba, Ruy Carlos Ostermann trabalhava no jornal Folha da Tarde, um periódico de grande circulação, que pertencia a Breno Caldas. Ostermann era professor de Filosofia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul e jogador de basquete. Começou na emissora em 1962 como comentarista e passou a ganhar notoriedade a partir de 1963, quando Pedro Carneiro Pereira assumiu a capitania do departamento de esportes da Rádio Guaíba (MARTINS, 1991). A principal contribuição de Ostermann para essa época foi a de dar um tratamento jornalístico

ao espaço de opinião na transmissão, com coleta de dados em uma planilha da partida para organizar a análise:

É na Inglaterra que Ruy Carlos Ostermann, ponderando prós e contras, sem deixar de reconhecer o mérito dos adversários, consolida-se como o principal comentarista do Rio Grande do Sul, apresentando explicações para a péssima campanha da Seleção Brasileira [...]. No trabalho que realiza desde então, embasa seus argumentos, analisando a partida pelo número de arremates a gol, de chutes [...], de jogadas bem ou mal finalizadas, escanteios cobrados ou cedidos, de faltas etc. Enfim, uma série de detalhes cuidadosamente planilhados que podem ser resumidos em uma única palavra: informação (FERRARETTO, 2007).

A planilha modificou os comentários esportivos a partir da década de 60. Nessa estrutura criada por Ostermann, as informações da partida eram repassadas para o papel e tomadas como base para transmitir ao ouvinte os números importantes para a interpretação dos fatos:

Testei um pouquinho e depois anotei mecanicamente. Com base nisto que está à minha frente, e que vou preenchendo, tenho todas as informações do jogo em duas folhas. Então meu comentário, por força disso, ficou completamente diferente dos outros, eu não tinha que fazer uma frase de efeito. Eu partia do seguinte: O Grêmio chutou 22 vezes e o Internacional, quatro.

Vocês querem uma comprovação mais clara de uma diferença entre um e outro, que essa? [...] Tinha que dizer: o Grêmio domina, é insistente, tem mais volume. Tudo isso é verdade, só que faltava dizer como era isso. Então o comentário ficou revestido de veracidade. [...] Acrescento os números para a comprovação material de tudo. (OSTERMANN, apud DALPIAZ, 2002, p. 107)

Com a chegada de Ostermann, nota-se, pela primeira vez, a partir da captura de dados para embasar as análises esportivas, um profissional relacionar a informação com a opinião no comentário esportivo no rádio da capital gaúcha. O sistema foi imediatamente incorporado à prática dos analistas desse período. Lauro Quadros, que passou a atuar na função no final dos anos 60, destaca o papel do colega de rádio: “foi uma revolução no comentário, que se divide entre antes e depois de Ruy Carlos Ostermann”. (QUADROS, informação verbal, apud, 27 de junho, 2016).

Diante desse panorama, o comentarista, que na fase da crônica esportiva trabalha predominantemente com o gênero opinativo, passou a dar também informação e, por vezes, a se inclinar, sem deixar a opinião em si, para o interpretativo.

A transmissão radiofônica, a partir de 1950, vai ganhar a “concorrência” da televisão, mas que se restringe às partidas decisivas dos principais campeonatos e só vai ganhar força a partir do Mundial do México, em 1970. A partir daí, o que antes passava apenas pela imaginação do torcedor - muitas vezes, como uma mera corroboração da opinião do

comentarista por uma ausência de quesitos que pudessem dar ao público a sua visão do acontecido - dá lugar à imagem em si na tela do aparelho de TV, fato este que obrigou os comentaristas do rádio a serem ainda mais explicativos.

Cabe notar que, mesmo adotando a prática de planilha de dados, há diferenças de estilo entre os principais comentaristas desse período no Rio Grande do Sul. Se Ruy Carlos Ostermann tem um tom quase acadêmico, ora contextualizado e perdendo para o interpretativo, fazendo crônica e tendendo ao diversional, Lauro Quadros acrescenta “descontração a uma atividade em que o ouvinte ainda é chamado, com cerimônia, de senhor”, e “consagra expressões como “esse conhece o rengo sentando e o cego dormindo” ou “ele sabe a cabeça que tem piolho”, para adjetivar profissionais ou elogiar lances de tamanho brilhantismo; “ali é o caminho da roça”, mostrando uma área de marcação sem eficácia do adversário, por onde um time pode chegar ao gol; ou “é isto aí mais meio quilo de farofa”, forma de encerrar um raciocínio” (FERRARETTO, 2007, p. 493). Lauro Quadros, porém, não se resumia a essas práticas mais conotativas:

A transição de repórter para comentarista foi natural na medida em que eu passei minha linguagem de repórter, em que era uma linguagem descontraída, para uma linguagem de vanguarda, avançada para a época. Eu comunicava como o povo e transferi isso para o comentário. O pessoal se fixava muito nos meus bordões, mas não descuidava das questões táticas do jogo. (QUADROS, informação verbal, apud, 27 de jun. 2016).

Ostermann e Quadros protagonizaram o comentário esportivo no rádio de Porto Alegre nas décadas de 70 e 80. Nesse período, também ganharam notoriedade comentaristas com perfis identificados com os times da dupla Gre-Nal, caso de Paulo Sant'ana, identificado com o Grêmio, e Kenny Braga, identificado com o Internacional. Também tem os casos dos ex-dirigentes Ibsen Pinheiro, Cid Pinheiro Cabral e Cláudio Cabral, ou do ex-treinador Osvaldo Rolla. A maioria desses profissionais passaria pelo microfone da Rádio Gaúcha, que, a partir de 1986, passa a liderar o segmento de jornalismo, ocupando, guardadas as diferenças da época, a posição de protagonismo que sempre foi da Rádio Guaíba.

Quando chega aos anos 90, conforme observa Dalpiaz (2002), o futebol no rádio se modifica em ativo importante da indústria cultural, além de se consolidar como veículo de publicidade para patrocinadores. Outras emissoras radiofônicas, além de Gaúcha e Guaíba, montam equipes esportivas, nas quais predominam comentaristas, cuja prática oscila entre gêneros opinativo e interpretativos. Gradativamente, vai começar a existir um novo estilo de comentário, motivado pela presença da internet na segunda metade da década.

### 3.1.5 Fase do Jornalismo Esportivo Convergente

A popularização da internet redesenhou, de certa forma, as práticas profissionais dos jornalistas. Ferrareto e Kischinhevsky (2010) demonstram que há uma mudança gerada pelas possibilidades de integração do rádio com as plataformas digitais, em um cenário de crescimento convergente, que, como diz Jenkins (2006, p. 28) “ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais em suas relações sociais com os outros”. No âmbito da convergência aplicada no meio radiofônico, os autores relacionam as transformações tecnológicas, empresariais, profissionais e nos conteúdos com novas experiências proporcionadas pela audiência, de acordo com Ferrareto e Kischinhevsky (2010, p. 3) com “ouvintes que emulam serviços de reportagem ao se comunicarem com as emissoras para informar”.

Nesse contexto, a possibilidade que o ouvinte tem de interação altera, de modo significativo, as suas conexões com os produtos do conteúdo na rádio. Os comentaristas também precisaram compor novos mecanismos para suas práticas, justamente pela demanda do público, agora constituído, como define Castells (2015, p. 186), como audiência criativa, “uma audiência ativa que molda seu significado ao contratar sua experiência com os fluxos unilaterais de informação que ela recebe”, proporcionando o “surgimento da produção interativa de significados” e se constituindo na “fonte de cultura da remixagem que caracteriza o mundo de autocomunicação de massa”.

Castells (2015) define como autocomunicação de massa a ativação de sujeitos comunicativos que determinam tanto o conteúdo quanto o destino da mensagem e simultaneamente seus emissores e receptores nos fluxos multidirecionais. Se, em fases passadas, as análises dos comentaristas esportivos no rádio serviam como espécie de decreto a respeito de uma partida, sob o jornalismo esportivo convergente, a lógica multidirecional passa a dominar, via redes sociais, e o público tem subsídios para expressar sua própria análise do jogo.

Nesse novo contexto, o dado técnico, mesmo podendo ser de difícil assimilação pelos ouvintes em geral, ganha relevo. A consequência direta na prática desse profissional é buscar a especialização e o aprimoramento técnico para explicar os detalhes do jogo. Trata-se de um processo que aproxima o seu resultado do que, décadas atrás, o jornalista Alberto Dines (apud RABAÇA; BARBOSA, 1987, p. 346) reivindicava como gênero interpretativo: “a possibilidade de ampliação da informação, ao serem incluídos elementos como a dimensão

comparada, a remissão do passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a sua projeção a longo prazo.”

Um dos principais comentaristas de rádio do Rio Grande do Sul, Nando Gross, com passagens pela Bandeirantes, Gaúcha e Guaíba, onde também trabalhou com gestão de conteúdo, explica que foi necessária uma readaptação ao novo estilo de comentário, por força da audiência mais participativa:

Foi uma evolução natural das coisas. É uma exigência das pessoas. Elas discutem mais o jogo que antes, estão mais informadas. O público quer saber mais sobre os detalhes do jogo. É como um vendedor que antigamente enrolava. Hoje, as pessoas pesquisam mais na internet sobre os produtos que elas querem comprar. É preciso que esse vendedor acrescente algo que o público não saiba [...]. Antigamente, não havia este aprofundamento e, justamente em função dessa demanda, o comentarista passou a estudar mais para explicar questões do jogo que são mais técnicas e especializadas. (GROSS, apud, 20 jun. 2016)

A grande mudança diz respeito à importância das questões táticas para o entendimento do jogo, algo que, de acordo com Lauro Quadros (informação verbal apud, 27 de jun 2016), era tratado com superficialidade, com mais ênfase nos aspectos individuais e técnicos, ao contrário da atualidade, quando convivem abordagens mais coletivas e táticas sobre a partida. Neste ponto, são necessários alguns esclarecimentos, com um conceito original da abordagem mais científica do esporte. A análise tática consiste, entre outros mecanismos, em identificar a distribuição da equipe em campo e avaliar os comportamentos individuais dos atletas e de seu coletivo, atribuindo resultados às chamadas fases de jogo e verificando qual o sistema tático empregado. A sua aplicação ao jornalismo esportivo, feita aqui, é baseada em Cecconi (2013), que faz a definição da técnica como forma de “compreensão dos movimentos do jogo”. Já a análise de desempenho é utilizada pelos treinadores para “auxiliar o planejamento de dados” e, em sua aplicação, os comentários esportivos, para, segundo Fogaça (apud informação verbal, 20 jun. 2016) “organizar os conteúdos individuais e coletivos detalhados para auxiliar na compreensão do jogo”.

Alguns comentaristas, porém, em um processo que pode crescer, passam a alicerçar suas posições nas análises táticas e de desempenho. A Rádio Gaúcha, por exemplo, contratou Gustavo Fogaça para se dedicar a esse novo processo. Para o comentarista, a análise de desempenho fornece, de acordo com Fogaça (apud informação pessoal, 20 jun. 2016) “ao público dados analíticos que entregam ao público situações de jogo específicas baseadas em dados, no rádio e nas plataformas digitais”. Na atualidade, profissionais de outras rádios também utilizam aplicativos e plataformas online para descrever os números da partida e

desenhar o panorama tático do jogo. Termos como amplitude, profundidade e a avaliação do mapa de calor dos jogadores pertencem a esse novo campo a ser explorado, em um cenário aproximativo ao da educação física.

Fogaça analisa que esse cenário se fortaleceu bastante após o episódio da derrota da Seleção Brasileira para a Seleção Alemã, em 8 de julho de 2014, na semifinal da Copa do Mundo, pelo placar de 7 a 1:

O rádio esportivo brasileiro está mudando, não só em Porto Alegre. O fato positivo dos 7 a 1 foi que aquele resultado levou o público a querer se aprofundar sobre o jogo. O mundo mudou nos últimos 15 anos. As estruturas organizacionais passaram a ser horizontais. O jeito de trabalhar o conhecimento mudou. O compartilhamento do conhecimento mudou graças ao que as redes sociais ofereceram ao mundo inteiro. [...] Esse acesso tão rápido a todo tipo de informação faz com que o espectador saiba tanto ou mais do que você. A audiência exige ferramentas que lhe dão a possibilidade de expansão do próprio conhecimento que ela já têm. (FOGAÇA, apud, informação verbal, 20 jun. 2016).

Desse modo, quando opta pelas análises tática e de desempenho, o comentarista coloca um pé no jornalismo interpretativo e, ao usar as informações para encorpar seus pensamentos a respeito de um atleta, técnico ou mesmo de uma equipe, põe o outro pé no gênero opinativo. Também ocorre uma resposta da parcela da audiência mais informada, que reflete sobre a mensagem ao comentarista, tudo levando a reafirmar a cultura da convergência.

Gustavo Fogaça foi um dos primeiros comentaristas a mudar essa nova linguagem de comentário esportivo. Ele trouxe para o rádio a análise de desempenho muito usada pelos clubes de futebol para avaliar o desempenho dos atletas, ou para futuras contratações. Fogaça trabalhou na Espanha como analista de desempenho, no Deportivo La Coruña. Ao voltar para o Brasil, fez um canal no Youtube chamado o “Esquemão”, um canal exclusivo sobre análises táticas no futebol, aliás, outro ponto a ser debatido neste trabalho, como as redes sociais influenciaram na interação, em projetar comentaristas, e também balizar a performance desse profissional. O comentarista conta como as redes sociais ajudaram-no a ganhar projeção:

As redes sociais tiveram um impacto na minha carreira, uma projeção no jornalismo esportivo, eu comecei fazendo conteúdos por conta própria no *youtube*, de análise tática, em 2013, e isso chamou a atenção do Esporte Interativo, que na época não era da Turner, era um canal independente, e que me contratou para fazer conteúdos para a Copa do Nordeste, na época um campeonato exclusivo do Esporte Interativo, e foi muito bom, o conteúdo ia pro site, para os espaços comerciais, valeu muito a pena, tanto que eles me contrataram para fazer freelance em alguns jogos da Copa do Nordeste como comentarista, aí pensei: gosto muito de fazer desse jeito, estou fazendo certo, e as pessoas estão reconhecendo meu trabalho. (FOGAÇA, entrevista verbal ao autor, 20 dez. 2020)

Em 2014, Fogaça ingressou na Rádio Pampa como comentarista, a primeira emissora de rádio em que trabalhou nessa função. O comentarista sabia que seria um processo lento de adaptação, não só para ele, mas também para os colegas de comentário, e também para os ouvintes, pois o comentário sempre era algo tradicional. Fogaça veio para inovar nesse sentido:

Em 2014, no Grupo Pampa como comentarista, tive bastante rejeição de colegas e pessoas mais velhas, aí pensei, vou fazer comentários de um jeito diferente, de um jeito que ninguém fez, eu vou levar a análise de desempenho para o comentário esportivo, e vou falar como as pessoas nos clubes falam, uma linguagem totalmente diferente. Claro que isso começou a incomodar algumas pessoas, mas o que respaldou o meu trabalho foi como o “povo do futebol”, treinadores, os auxiliares, jogadores, respaldou. Sempre quando iam num programa, o pessoal via que o que eu falava realmente era relevante, aí eu comecei a crescer dentro da empresa. No segundo ano de Pampa, eu comecei como o principal comentarista da emissora, fazendo grenais, fazendo final de Libertadores, jogos da Seleção Brasileira, jogos importantes, e isso chamou a atenção da Rádio Gaúcha. (FOGAÇA, entrevista verbal ao autor, 20 dez, 2020)

Na Rádio Gaúcha, a projeção do comentarista foi ainda maior, pelo alcance da emissora. Além das ondas sonoras, as redes sociais da empresa tem muitos seguidores, com o trabalho sendo muito mais divulgado

A Rádio Gaúcha é um canhão, o maior veículo de comunicação do Estado. Ali, as coisas foram diferentes. Tive que fazer várias coisas para vários meios, para várias plataformas, na Pampa era só rádio mesmo, não tinha que escrever, por exemplo. Então eu comecei a ampliar o meu trabalho nas redes sociais, tinha um canhão do meu lado. Eu escrevia para a Zero Hora, escrevia para o GaúchaZH, e aí as coisas que eu escrevia eram retwitadas pelo perfil da Gaúcha no *twitter*, na época o ClickRBS; o meu blog no ClickRBS tinha muitos vídeos, então comecei a escrever nas redes sociais quando eu fui para a Gaúcha. Eu fui valorizado pelos meios da rede da emissora. Sei que meus conteúdos foram sempre diferenciados, pois eu tentava olhar uma coisa com um olhar diferente que a maioria vinha fazendo, sabia que tinha que conseguir o meu espaço, mesmo que às vezes não tivesse audiência. O meu diferencial sempre foi o ouvinte que tinha a percepção que eu fazia algo diferente, eu sempre optei por isso. E esse trabalho chamou a atenção do DAZN. Depois de quase 4 anos no Grupo RBS, fui para o DAZN, plataforma streaming mais inovadora de transmissão do mundo, e isso me deu uma vantagem de projeção nacional, de ter acesso a muitas coisas diferentes, e também um crescimento nas redes, vem tudo junto, as coisas não andam separadas. (FOGAÇA, entrevista verbal ao autor, 20 dez. 2020)

Chico Garcia, comentarista da Rádio Bandeirantes, é outro analista que soube usar muito bem o poder das redes sociais e alavancar sua carreira como comentarista usando o *Youtube* para ter maior alcance de público.

Os comentários são um termômetro do nosso trabalho, não significa que representam o pensamento da maioria, mas algum indicativo de que estamos num caminho certo ou não, utilizo as redes sociais pra ter uma ideia se meus comentários estão alinhados, se atingi meu objetivo. Nem sempre vou agradar, mas até os *feedbacks* negativos

servem de balizamento para seguir na construção da análise. (GARCIA, entrevista verbal ao autor; 27 mar. 2021).

Chico ressalta também a evolução da tecnologia como auxiliar no comentário esportivo, como softwares que ajudam o comentarista em sua análise.

Sobre as estatísticas, auxilia especialmente no comentário do jogo que acontece em tempo real, pois traduzem aquilo que estamos vendo no campo, por exemplo: por qual lado do campo tal time ataca mais, quantas finalizações, mas é importante traduzir os números, às vezes posse de bola, conclusões a gol representam uma parte do jogo, pois nem sempre quem tem mais está vencendo. Não dá para se prender apenas a isso (GARCIA, entrevista verbal ao autor; 27 mar. 2021)

O pesquisador Luiz Arthur Ferraretto, também em entrevista concedida para este trabalho, analisa como os dados balizam o comentário esportivo, enfatizando que novos elementos são essenciais na transmissão esportiva no rádio.

Antes era algo muito na base da impressão, e agora passou a ser algo mais na base informação jornalística. Eu vou embasar o que eu digo com base num senso mais científico, num sentido que eu vou construindo na base de dados, de informações, jogador fulano foi bem por causa disso, disso e disso; o jogador fulano foi mal por causa daquilo, não é simplesmente o resultado da partida, é saber por que o resultado da partida foi aquele a partir de que elementos, eu acho que evoluiu, ou pelos menos alguns profissionais e emissoras evoluíram nesse sentido. (FERRARETTO, entrevista verbal ao autor; 25 mar, 2021).

Carlos Guimarães, comentarista esportivo da Rádio Guaíba, atualmente uma das referências do estado em comentário esportivo, é também pesquisador em análise do esporte, autor de uma dissertação de mestrado publicada em livro chamado “O Comentarista Esportivo Contemporâneo”. De acordo com o autor, no que se refere à transição do comentário esportivo,

[...] houve uma passagem no tempo em que o comentarista era mais ou menos uma voz que reafirmava e dizia a verdade do jogo, e simplesmente passava isso para os outros, uma realidade onde existe um aparato, um processamento de informações e interpretações que fazem com que o jogo seja analisado muito mais num caráter informativo do que opinativo. Na verdade, eu peguei duas gerações de comentaristas, existe uma modernização de cada geração. Depois de ter pesquisado para minha dissertação, hoje eu vejo essa evolução como um processo natural, não vejo como algo impactante ou revolucionário, eu vejo como natural. A vida é assim, com os processos tecnológicos, redes sociais, econômicos, de comportamentos, tudo muda com o tempo. A utilização da tecnologia está presente em todas as nossas práticas cotidianas, a gente usa a tecnologia para tudo, por que a gente não vai usar pro comentário esportivo no rádio? Por que foi aprendido que faziam de outro jeito, ora se aprendia tanta coisa, o modo de transmitir, o modo de falar, é óbvio que o comentário teria uma alteração, eu vejo como um processo natural (GUIMARÃES, entrevista ao autor; 29 mar. 2021).

Sobre sua experiência com os aplicativos, softwares e redes sociais, o autor observa que

As ferramentas auxiliam bastante até porque elas têm a capacidade de ilustrar, elas são uma base de consulta; quanto mais fontes de consulta, melhor, é isso que tem que ser colocado. Elas não dizem como está acontecendo o jogo, elas não traduzem de forma 100% fidedigna o que é um jogo, elas são dispositivos de auxílio a quem vai interpretar o jogo. São um recurso, enfim, para a gente interpretar e mastigar o jogo, eu vejo isso de forma positiva, pois melhora a performance, a gente tem mais dados; quanto mais informação, melhor para o comentarista transmitir seu ponto de vista. Hoje, pra mim, eu só vejo as redes sociais quando eu percebo que me auxiliam no comentário; já os aplicativos, os softwares, os dispositivos me auxiliam muito mais. As redes sociais são mais para uma consulta mais esporádica, o *twitter* me auxilia um pouco, para saber a opinião de algum especialista, mas eu prefiro muito mais os softwares ou aplicativos, eles impactam no sentido de dar ao torcedor a possibilidade interpretarem, enxergarem aquilo que antes pertencia só ao comentarista, dar ao torcedor uma prerrogativa, uma nova modalidade de interpretação que antes pertencia apenas a quem analisava (GUIMARÃES, entrevista ao autor; 29 mar. 2021).

Segundo Guimarães (2018), no começo dos anos 90, com o surgimento de novos veículos de comunicação para a cobertura de jornadas esportivas, proliferaram-se os estilos e os nomes que desempenhavam o papel de comentarista esportivo. Também nesse período, a popularização da internet modificou de certa forma as práticas profissionais dos jornalistas esportivos. Apareceram os analistas, que passaram a mostrar outras questões da partida, com análise tática e análise de desempenho, alicerçados por novas demandas exigidas por uma audiência que às vezes dispõe dos mesmos mecanismos para acompanhar o jogo. É o chamado ambiente da convergência, que, resumidamente, segundo Guimarães e Ferraretto (2016), apresenta as seguintes características:

**Características:** Influência, via redes sociais, de uma parcela da audiência mas informada; questões técnicas não são as únicas a pesar nos comentários; questões técnicas e de desempenho ganham espaço.

**Audiência:** É permitida a esta emitir opinião embasada ou não pelas redes sociais. Múltiplas possibilidades: ouvir o jogo e ver ao vivo no campo, na televisão ou em suportes móveis; acompanhar dados; interagir e influenciar. É, em tese, mais colaborativa, exigente e informada.

**Gênero:** Opinativo com interpretativo, tendendo a ganhar mais força.

### **O Comentarista contemporâneo no rádio**

A fase do jornalismo esportivo convergente, de acordo com a proposta de periodização de Guimarães e Ferraretto (2016), leva em consideração o momento de convergência do rádio brasileiro, conforme Ferraretto aborda em estudo anterior, de 2012, em que são levados em

conta os seguintes fatores: tecnológico (transmissões para ondas hertzianas; rádio como linguagem específica e não mais de acordo com a tecnologia envolvida); empresarial (perfil de gestor sobre a acumulação flexível, empreendimentos regionais e tendência à globalização; comercial (busca por novas formas de comercialização; repensar modelos de rádios não comerciais, e indefinição sobre possibilidades de comercialização da plataforma online).

Os fatores elencados acima influenciaram fortemente sobre a atuação dos profissionais. Os autores destacam, por exemplo:

- a. Modo de emissão - segue modelo tradicional de opinião, mas há novas bases de dados para respaldá-la, como aplicativos, ilustrações e redes sociais, além dos múltiplos meios.
- b. Modo de recepção - múltiplas possibilidades: ouvir o jogo e ver ao vivo no campo, na televisão ou em suportes móveis; acompanhar dados; interagir e influenciar.
- c. A atuação da audiência (audiência criativa) - Parcela do público, em tese, é mais participativa, colaborativa e influente.
- d. Alteração no conteúdo (novos elementos para capturar a audiência) - analisa a partida levando em consideração não apenas as questões técnicas do jogo, mas também questões táticas, de desempenho e de índices, fornecidos por aplicativos especializados.
- e. Gênero dominante - opinativo com interpretativo tendendo a ganhar mais força.

### **3.1.6 Audiência Criativa**

Uma característica relevante, relativa aos novos modos de recepção, é a de uma audiência surgida por decorrência das redes sociais. Sintomas deste novo processo são as ações de fatores globais sobre os locais. Determinadas situações são postas em uma partida a partir de conteúdos absorvidos naturalmente pela distribuição dos mesmos em nível mundial, via internet.

Com isso, cria-se um fluxo de distribuição, enfoque, transmissão e realização dos acontecimentos, em que as redes sociais aparecem como fator preponderante para o diagnóstico dos modos de produção midiática, caracterizada pela comunicação multidimensional entre emissores e receptores.

Castells (2015) chama isso de autocomunicação de massa, com o surgimento de uma nova audiência, chamada de audiência criativa:

O potencial para que a audiência controle suas práticas comunicativas aumentou substancialmente com os desenvolvimentos da cultura e da autonomia e o surgimento da autocomunicação de massa [...] as redes horizontais de comunicação baseadas na

internet são ativadas por sujeitos comunicativos que determinam tanto o conteúdo quanto o destino da mensagem; são simultaneamente emissores e receptores dos fluxos multidirecionais da mensagem. (CASTELLS, 2015, p. 183)

Para o autor espanhol, audiência criativa é a fonte da cultura da remixagem que caracteriza o mundo da autocomunicação de massa. Por meio de novos hábitos, gerados pela convergência de modos, tem-se audiência criativa e participativa, empática e ativa, em uma estrutura que é multicanal e multimodal, numa nítida influência do global sobre o local, com o receptor ressignificando e redistribuindo a mensagem. Jenkins (2008) detalha melhor o que é convergência de modos:

O processo chamado ‘convergência de modos’ está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico - sejam fios, cabos ou ondas - pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço no passado era oferecido por um único meio, seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia - Agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre o meio de comunicação e seu uso está se corroendo. (JENKINS, 2008, p. 37)

O cenário da convergência, portanto, reconfigura a lógica dos meios. Trata-se de uma demanda que acontece de fora para dentro, advinda das redes sociais e das exigências do público. Como exemplo, no rádio, Ferraretto e Kischinhevsky (2010, p. 3-4) relacionam as novas experiências proporcionadas pela audiência, como, por exemplo, “ouvintes que emulam serviços de reportagem ao se comunicarem com emissoras para informar, por exemplo, sobre o trânsito”.

Não apenas no trânsito, é possível também relacionar a sua interação com a jornada esportiva e, conseqüentemente, com o comentário, um exemplo disso é o aumento da participação do torcedor nas mesas redondas, via *WhatsApp*, ou mesmo nas transmissões, com microfone captando o sentimento do torcedor durante as partidas. Hoje as quatro maiores rádios do Estado (Gaúcha, Grenal, Guaíba e Band) possuem um repórter especializado em ouvir a torcida com via de regra, patrocínios específicos para essa função. Os canais são disponibilizados para opiniões, perguntas aos comentaristas, sugestões e até mesmo informações úteis para a jornada, como trânsito nas imediações dos estádios, dificuldades em acessar a praça desportiva ou sinalizações de lances que passaram despercebidos pelos jornalistas.

Barros et al (2010, p. 1) nomeia esse público como novo consumidor de notícias, sendo aquele que “filtra, acessa, reage, divulga e até participa do processo produtivo da notícia através das redes sócio virtuais”.

O consumidor, com isso, muda sua forma de absorver informação, uma vez que ele já não esperava mais passivamente que a notícia chegasse até ele. Com a popularização da internet, os ouvintes vêm contribuindo na construção da informação, com participação explícita. No que diz respeito ao comentário esportivo, o que se busca é uma manifestação dos torcedores com o objetivo de que seu pensamento seja transmitido ao vivo na transmissão, com sua opinião confrontando, corroborando ou completando aquela que foi repassada pelo analista.

Nesse sentido, observam-se dois tipos de interação: a do ouvinte com os perfis oficiais da emissora e a do ouvinte com os pertences pessoais dos analistas. No caso das redes sociais, os perfis pessoais dos comentaristas esportivos se relacionam com os ouvintes nos aspectos da interatividade, da instantaneidade e personalização; pode-se dizer que, ao interagir com o profissional e não com a empresa, o ouvinte está obtendo, naquele instante, uma conversação com alguém real, com o profissional a quem o recado deseja ser repassado. A mensagem é direcionada, orientada, geralmente embasada sobre algo dito pelo comentarista no microfone da emissora, por sua arquitetura que prioriza o dinamismo e instantaneidade, o *Twitter* é a plataforma preferida pelos ouvintes.

A limitação de caracteres, associada à disposição em ordem cronológica inversa das atualizações, faz com que a ferramenta se torne interessante de ser empregada para a cobertura de estilo minuto-a-minuto de eventos e acontecimentos (no caso, frase a frase), o que inclusive pode se dar a partir de dispositivos móveis. Já a eventual superficialidade das atualizações em uma ferramenta com limitações de caracteres pode ser compensada pelo fato de que se pode aprofundar as informações através de hipertextos, a partir da aposição de links que apontem para espaços que complementam a informação (ZAGO, 2008, p. 9).

Esse ambiente é novo, provocado pela fase de convergência e pela multimodalidade de emissões e recepções. O profissional, por sua vez, com seu perfil pessoal, pode reagir a situações de formas distintas: estabelecer uma conversação, manifestar nas ondas do rádio interação ou simplesmente utilizá-la como fonte de consulta. Porém, em todos os casos em que a busca por diálogo nas redes sociais se estabelece, há o risco de haver uma interferência do ouvinte no conteúdo programado pelo analista. Em alguns aspectos, os ouvintes são capazes de fazer análise das partidas e fornecer material aos comentaristas, gerando um fluxo inverso. Os dados, coletados por fãs de futebol ou por estudiosos do ramo, são repassados nas redes sociais,

os profissionais são marcados pelos ouvintes, gerando um novo movimento, apreendido de fora para dentro e transmitido pelo rádio.

### 3.1.7 Os dados como fonte de recurso para a opinião

O uso de dados para embasar o comentarista na análise sobre a partida remonta a meados dos anos 60. A criação de uma planilha de informações a respeito dos acontecimentos de um jogo deu ao elemento de opinião uma série de noções sobre a ocorrência da partida, que ajudava o comentarista na construção do juízo de valor sobre o jogo. Com isso, o que antes era um mero sentido intuitivo ou um parecer pessoal, passou a ser um componente primordial para a emissão de opinião do comentarista. É, também, neste sentido, um recurso de informação para o ouvinte, já que a planilha tem um indicativo de número de faltas, escanteios, cartões, impedimentos. Dalpiaz (2002) mostra como era o método de Ruy Carlos Ostermann para a elaboração da planilha:

Trata-se de compor, em uma folha simples, uma série de informações sobre a partida de futebol que se desenvolve. De um lado, o comentarista reúne as informações básicas: quando se realiza o jogo, nome do estádio, horário, nome dos dois times e suas escalasções, o nome do juiz e seus auxiliares, dos jogadores reservas deixando o espaço para o score da partida (primeiro e segundo tempos e final) e, outro, para os cartões amarelos. O lado oposto da folha é sempre dividido em duas partes, ou seja, uma parte para cada time. Diante dessa separação, discorre detalhando, primeiramente, os arremates do jogo, descrevendo o nome do jogador que chutou em gol ou cabeceou em gol, ou ainda, fez o gol. Para fornecer o resultado de uma soma de chutes e sua natureza, por exemplo, o jornalista criou uma espécie de legenda descrita da seguinte forma:

Traço: chute fraco sem importância; Círculo: chute com certa pretensão, que exige do goleiro; Círculo quase preenchido: chute forte, que exige grande defesa e situação de gol; Círculo com uma risca transversal: gol; retângulo: cabeçada sem importância; Retângulo meio preenchido: cabeçada importante; Retângulo com risca lateral: cabeçada que bateu na trave.

Para as defesas ocorridas durante a partida, pelos goleiros dos dois times: Retângulo: intervenções simples; Círculo: defesas mais importantes; Traço: defesas bem simples; Círculo meio preenchido: defesas realmente importantes. Além disso, reservar um espaço para o número de escanteios que um time ou outro cederam. As faltas cometidas são indicadas com um triângulo. O gol de pênalti sinaliza com poliedro; em casos de pênaltis desperdiçados, utiliza-se do mesmo sinal gráfico, nestecaso, menor. Todos estes acontecimentos de jogo são, de certa forma, submetidos ao mesmo tratamento.

Os gols, no entanto, ficam abaixo destes, e são identificados com o círculo e, no seu interior, fixa-se o minuto em que aconteceu, trazendo ao lado, ainda, uma descrição mínima de como se deu de fato. (DALPIAZ, p. 106-107)

Cada comentarista possui seu método. No presente caso, há uma certa diferenciação do que é uma jogada relevante e do que é uma jogada comum. É aplicado sobre os dados um relativo conhecimento sobre o que é o esporte em si, cabendo ao comentarista uma

diferenciação do que é relevante ou não. Resumindo, o esquema da planilha obedece a uma certa lógica, apresentada em ordem cronológica ou de importância, com incidências extraordinárias ou incidências naturais, com a marcação do tempo da partida situando o narrador e ouvinte sobre quando os fatos ocorreram no andamento do jogo.

A planilha é utilizada ainda nos tempos atuais, evidentemente atualizadas de acordo com os padrões modernizados. Os comentaristas produzem, por exemplo, tabelas que são preenchidas previamente, conforme cada partida. Trata-se de um desdobramento da ideia de Ostermann adaptada aos moldes atuais.

Essa atualização da planilha prevê determinados procedimentos que fogem ao olho humano. A posse de bola, por exemplo, é um dado fundamental que indica quem dominou o jogo, porém é impossível para o comentarista cronometrar precisamente o quanto de tempo cada time cortou a bola nos 90 minutos de jogo. É um índice que não era comum ser revelado em outros momentos da trajetória do comentário esportivo no rádio, trata-se de uma informação possível apenas com ajuda eletrônica.

A tecnologia auxiliou os comentaristas para incorporar ao comentário instrumentos que outrora não eram transmitidos. Programas desenvolvidos por computador são ferramentas constantes na composição da análise; eles podem ser divididos em aplicativos que contêm estatística de dados superficiais e panoramas mais abrangentes e entre programas específicos que desenham praticamente um time, mostrando o posicionamento de cada jogador. Essas plataformas ligam dois campos diferentes na busca por uma performance mais precisa de quem analisa o jogo: no primeiro plano, pode-se entender como uma derivação do jornalismo guiado por dados; em um segundo momento, é a aproximação ao campo do esporte, com termos, nomenclaturas e propostas inerentes à análise mais específica da partida em si.

A análise tática é um conceito oriundo da abordagem científica do esporte, ou seja, proveniente dos estudos da educação física. Consiste em, entre os procedimentos, analisar a distribuição das equipes em campo e avaliar as performances individuais e coletivas das equipes, atribuir resultados às chamadas fases de jogo e verificar qual o sistema tático empregado. Cecconi (2013) define essa técnica como forma de compreensão dos movimentos do jogo; já a análise de desempenho se estende para informações extremamente detalhadas, como mapa de calor (por onde o atleta circula em campo), posse de bola, velocidade média de cada jogador, funcionamento das fases defensivas e ofensivas na partida, comportamentos individuais, táticos, físicos e até psicológicos dos atletas. Associações da reprodução de padrões dos times com os treinamentos da semana são utilizadas pelos técnicos de futebol para “auxiliar no planejamento de dados”.

Com o tempo, novas nomenclaturas surgem a partir do que dizem os comentaristas, a partir da utilização desses aplicativos e plataformas online que descrevem os números da partida e de plataformas na internet que desenham o panorama tático do jogo. Termos como amplitude, profundidade e a avaliação do mapa de calor dos jogadores pertencem a este novo campo a ser explorado. A seguir, é explicado o significado desses novos termos no comentário esportivo no rádio:

**Amplitude:** Durante o ataque, jogadores se distanciam horizontalmente de forma a aumentar a largura do campo e impedir que a defesa se feche, sem dar espaços, o que se traduz por abrir o jogo.

**Balanço:** Quando o time fica atento para uma possível mudança na posse de bola, o balanço defensivo, e como alguns jogadores se posicionam caso o time perca a bola quando ataca; alguns chamam de “basculação”; já o balanço ofensivo consiste num posicionamento prévio caso haja recuperação da posse.

**Bloco:** Quando uma equipe mantém suas linhas próximas de si.

**Carrilheiro:** Lateral que, ao invés de buscar o movimento para a linha de fundo, investe em diagonal para o meio.

**Construção:** Saída de bola.

**Compactação defensiva:** Capacidade de uma equipe agrupar jogadores de forma a ocupar os espaços por onde o adversário ataca.

**Compactação ofensiva:** Capacidade de agrupar jogadores em um curto espaço no momento em que o time ataca.

**Direcionamento:** Induzir o adversário a se movimentar para regiões que oferecem menos perigo.

**Encaixe:** Marcação.

**Extremos:** Ponteiros.

**Fases do jogo:** São cinco: fase ofensiva (quando o time tem a bola e parte para o ataque); fase defensiva (quando o time não tem a bola e se organiza defensivamente); fase de transição defensiva (quando o time recupera a bola e começa uma organização em busca de atacar); fase de transição ofensiva (quando o time perde a bola e se reorganiza defensivamente), e a fase da bola parada (faltas próximas da área e escanteios, principalmente).

**Jogo apoiado:** esquema em que o portador sempre conta com, pelo menos, dois companheiros oferecendo opções de passe.

**Mapa de calor:** O mapa de calor monitora as regiões do campo nas quais os jogadores mais tocaram na bola. E, assim, apresenta um diagrama colorido de cada atleta.

**Marcação alta/baixa:** Sem a bola, as linhas de marcação se movimentam coletivamente em direção ao campo do adversário (alta) ou se postam mais próximas do campo defensivo (baixa).

**Penetração:** Sinônimo de infiltração, quando o jogador avança, pelo corredor central, em direção ao gol.

**Pivote:** Termo espanhol para designar o volante.

**Profundidade:** Oferta de jogadores próximos ao gol do rival, empurrando a linha defensiva para o próprio gol; quanto mais próximo do gol, mais profundidade.

**Saída de três:** Quando um terceiro elemento (normalmente um volante) se junta à zaga para iniciar a construção da jogada.

**Temporização:** Capacidade de fechar espaços para obrigar o adversário com a bola percorrer um trajeto maior até chegar ao gol. Com isso, retardar o ataque do rival.

Além dos termos, os comentaristas também dão importância maior para os princípios táticos de um time. Garganta e Pinto (1994) definem os princípios táticos como um conjunto de normas sobre o jogo que proporcionam aos atletas a possibilidade de atingirem rapidamente soluções táticas para os problemas advindos da situação que defrontam. Eles decorrem da construção teórica a propósito da lógica da partida, operacionando-se nos comportamentos táticos e técnicos dos jogadores.

A própria tática é um assunto relativamente novo se houver uma comparação com o início desse esporte. Wilson (2016, p. 25) afirma que o início do futebol era caótico e que a tática só passou a ser discutida antes do final da década de 1920.

Algo que gera bastante atenção dos comentaristas é quanto ao desenho tático de uma equipe. O sistema tático e a distribuição espacial dos atletas em campo é um ponto importante que determina como cada jogador está situado no plano de jogo; esse sistema é ilustrado por números. Silva (2015, p. 15) ilustra alguns dos principais sistemas que existem no futebol atual.

a. 3-4-3: Possui zagueiros (central, esquerdo e direito), volantes (esquerdo e direito), meias (esquerda e direita), atacantes (esquerdo, direito) e centroavante; também pode utilizar dois pontas no lugar dos atacantes.

b. 3-5-2: possui zagueiros (central, esquerdo e direito), volantes (esquerdo e direito), laterais (esquerdo e direito), meia-armador e atacantes (esquerdo e direito), como variação, no setor de meio-campo, pode-se utilizar três volantes; uma variação como no setor ofensivo é utilizar um atacante, um centroavante, ao invés de dois atacantes;

c. 4-3-3- possui zagueiros (esquerdo e direito), laterais (esquerdo e direito), volante central, meias (esquerda e direita), atacantes (esquerdo, direito) e centroavante; como variação,

pode-se utilizar dois volantes e um armador, os laterais podem jogar mais recuados, para tornar o jogo mais defensivo ou mais avançado, quando da posse de bola da equipe, para tornar o jogo mais ofensivo;

d. 4-4-2- possui zagueiros (esquerdo e direito), laterais (esquerdo e direito), volante (esquerdo e direito), meias (esquerda e direita), atacantes (esquerdo e direito); no meio-campo, pode-se usar três volantes e um meio-campista ou ainda um volante e três meias; uma variação no setor ofensivo é utilizar um atacante e um centroavante ao invés de dois atacantes;

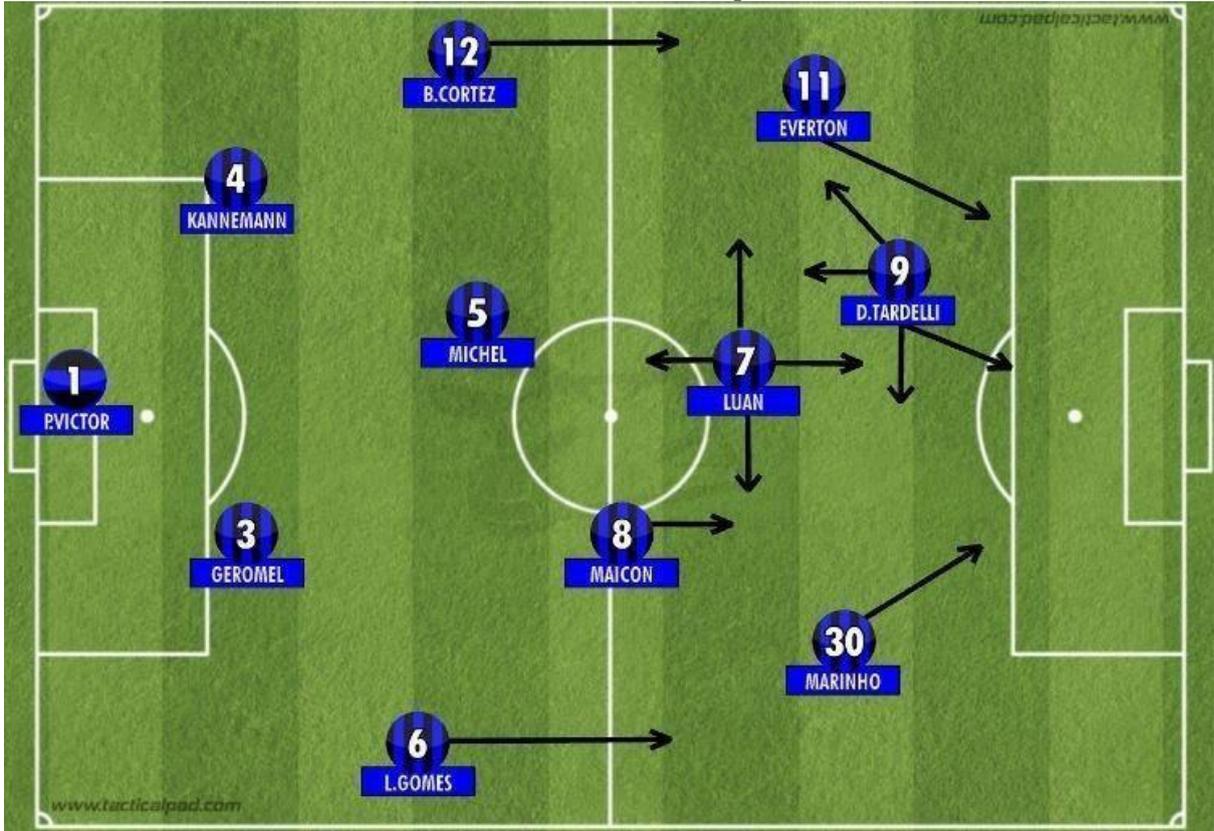
e. 4-5-1- é um sistema tático mais defensivo e com a maioria dos jogadores distribuídos no meio campo; permite maior eficiência na marcação dos jogadores adversários; a sua variação mais comum é com zagueiros (esquerdo e direito), laterais (esquerdo e direito), volantes (esquerdo e direito), meia armador, pontas (esquerda e direita) e centroavante;

f. 5-4-1: este esquema é extremamente defensivo e pode ser usado quando há necessidade de segurar o resultado atual de um jogo difícil; esta formação geralmente possui zagueiros (central, esquerdo e direito), laterais (esquerdo e direito), volantes (esquerdo e direito), meia armador e atacante.

Atualmente, aplicativos, softwares, blogs e programas de computador conseguem fazer uma ilustração, por exemplo, dos desenhos táticos dos times. Além disso, há uma sofisticação que promove o detalhamento de diversas ocorrências do jogo. Essa linguagem é sincronizada com os termos que modernamente são utilizados para fazer análise de futebol; os dados são apreendidos de alguns sites e aplicativos especializados, dos quais se destacam:

a. tacticalpad: Utilizado para montar taticamente os desenhos das equipes em campo.

Figura 1 - Disposição em campo na equipe do Grêmio conforme modelo apresentado pelo software tacticalpad



FONTE: tacticalpad (2019)

b. Footstats: Indica estatísticas detalhadas da partida, especialmente relativas ao que foge da percepção do comentarista, como dados e ranqueamentos de um time e detalhes individuais dos atletas, conforme indica a figura 2.

**Figura 2 - Estatísticas detalhadas das campanhas de Grêmio e Club Atlético Lanús na Copa Libertadores da América de 2017**



FONTE: footstats

O Footstats também traz uma ferramenta que é bastante utilizada pelos comentaristas, que é o mapa de calor que consiste em acompanhar por onde cada jogador percorreu em campo assinalando marcas mais avermelhadas em áreas de maior atuação. A figura 3 mostra esse ponto:

**FIGURA 3: Mapa de calor do jogador Luka Modric do Real Madrid e da Seleção da Croácia, desempenho do atleta na Copa do Mundo da Fifa de 2018.**



**FONTTE: Footstats**

- c. Whoscored.com: Site britânico que estabelece coeficientes específicos para cada jogador envolvido nas competições e faz, além disso, um mapeamento do posicionamento médio de cada atleta em campo; outra ferramenta interessante é observar por onde cada jogador tocou mais na bola durante a partida. Esse portal também realiza uma cotação média de cada jogador, com uma média apontada no final de cada temporada, leva-se em consideração o número de gols marcados, passes corretos, assistências e lances de efeito realizados pelo atleta.

**FIGURA 4: Mapa de toque de bola do Grêmio com Maicon, Ramiro e Michel contra o São Paulo, mostrando ocupação de espaço, no Campeonato Brasileiro de 2017**



FONTE: Whoscored.com

d. **Meus Resultados:** Outro site de acesso livre que acompanha resultados ao vivo de futebol e outras modalidades por todo o mundo. Porém, o mais interessante estaticamente são as tabelas de classificação dos campeonatos, que separam os resultados com desempenho dos times no geral, apenas com jogos como mandante e em partidas como visitante. Essa separação na performance é importante na hora de fazer a análise.

a. **Wyscout.com:** site que analisa equipes, jogadores e partidas, realiza a busca de novos atletas e produz índices individuais e coletivos.

Além desses sites e aplicativos descritos, é preciso salientar que portais como Globo Esporte e UOL já introduziram em seus acompanhamentos minuto a minuto dados similares a esses, como, por exemplo, o índice de posse de bola.

A TV GLOBO, em suas transmissões, adotou a “mesa tática”, dispositivo em que o comentarista analisa, por meio de um campo de futebol virtual, os movimentos individuais dos atletas e destaques com conteúdo tático ilustrado eletronicamente; outros blogs e portais brasileiros já se dedicam exclusivamente às análises táticas e de desempenho.

### 3.1.7 Identificando o comentarista esportivo contemporâneo

Conforme Guimarães e Ferraretto (2016), o comentarista esportivo contemporâneo atende às características fundamentais mencionadas anteriormente: relação entre a “audiência criativa” e o “profissional e ambiente de convergência”, análise da partida baseada em dados, aproximação com o campo do esporte e a utilização de outros gêneros jornalísticos além do opinativo na emissão da análise.

Esse modelo coexiste com outros que operaram em fases distintas, de acordo com a periodização proposta e exposta neste estudo. Mas está se estabelecendo um padrão hegemônico ou movimento que começa a ganhar força.

Tradicionalmente, os momentos em que o analista aparece na transmissão esportiva são os seguintes: (1) comentário inicial, geralmente com um roteiro prévio, na abertura da jornada esportiva; (2) comentários pontuais, que são realizados conforme eventos específicos na partida; (3) comentários de abordagem geral, que servem para pontuar e situar o ouvinte acerca de um panorama geral do jogo; (4) comentário no intervalo, com temas centrais que são, geralmente, provocados pelo narrador e (5) comentário final, onde se estabelece o resumo do jogo.

Destes, há três momentos em que o comentário é fundamental

1. **comentário inicial:** onde se faz a previsão do que será o jogo, acontecimentos prováveis, com prognósticos e apontamentos que, em tese, farão parte do jogo em si;
2. **comentário no intervalo:** apresenta um panorama do que foi o primeiro tempo, respondendo a questionamentos do narrador, levantando questões que foram abordadas através dos acontecimentos da etapa inicial, apontando problemas e sugerindo soluções para o período final;
3. **comentário final:** um resumo do que foi a partida, com o objetivo de situar o ouvinte a respeito dos fatos do jogo.

Esses três momentos são tradicionais na transmissão esportiva, a participação do comentarista é obrigatória nos períodos descritos acima; geralmente, há um tempo necessário para que a emissão do comentário seja efetuada. A cronometragem varia conforme as orientações das emissoras e as atrações que a transmissão veicula.

Esses três momentos são considerados essenciais para que se identifique de que forma as práticas dos comentários esportivos se dão na fase de convergência.

Guimarães faz um comparativo com alguns comentaristas para ficar mais latente como os dados são usados ou não em transmissões esportivas e também a interação com o público. O autor analisa dois jogos da dupla GreNal ocorridos em 2016.

**Primeiro jogo:** Internacional x Cruzeiro, 27 de novembro de 2016, transmissão Rádio Bandeirantes de Porto Alegre, profissional analisado: Luiz Carlos Reche.

Daniel Oliveira (narrador) “o que esperar desse jogo Reche?”

**Comentário Inicial:** Reche “Esperar que o Internacional, mesmo que haja sobreposição de jogadores de perna esquerda: Alex, Seijas, Anderson, o Anderson possa jogar pela direita sem problema nenhum, o Alex pode jogar centralizado sem problema nenhum, o problema é a produção. É ter retrospecto positivo dentro da partida, render a contento dentro da partida, não quero saber do histórico de cada um deles, eles tem que ter um rendimento hoje, eles têm que produzir hoje, na posição em que foram colocados. Eles são jogadores com qualidade técnica, podem desempenhar a contento desde que recupere esse futebol. Nem que seja na finaleira, Alex e Anderson deram entrevistas lusíadas. Disseram que ficaram marcados, ponto e ficaram. O Seijas, que chegou aqui com forma de diplomata, até resolveu o problema do Celso Roth, mas era criticado por supostamente ser lento, busca-se o retrospecto dele e é bom. Nico López mais se lesionou do que jogou, mas também era perseguido. O Lisca atende o anseio da torcida, coloca os gringos, até poderia sacrificar um dos volantes, mas o adversário é o Cruzeiro.

### **Características identificadas:**

**Audiência criativa:** não há relação, no material veiculado no rádio, do comentarista com a audiência.

**Análise baseada em dados:** pequeno comentário quando fala sobre o retrospecto de Nico López.

**Análise tática e de desempenho:** há um pequeno comentário sobre tática, quando Reche fala sobre a questão da sobreposição de jogadores de perna esquerda na mesma escalação.

**Gêneros:** Interpretativo, quando, a partir da formação levada a campo (informação dos jogadores de perna esquerda), traduz o que isto pode significar para o time; opinativo, quando presta juízo de valor a respeito da escalação colocada e das decisões do treinador.

**Análise no comentário:** neste fragmento, o comentário aproxima-se do formato que marca a fase do jornalismo esportivo, com pequenas incursões à fase do jornalismo esportivo convergente.

**Comentário de intervalo:** O Inter arrancou com vontade e isso não dá para dizer que os jogadores não tem, o Alex e o Anderson jogam com muita vontade. O Gefferson entregou muitas bolas, de graça, mal, já saiu para a entrada do Vitinho. E no auge do desespero, colocaria o Ariel ou Aylon de preferência, colocaria o Ariel, iria para 4-3-3, com Dourado, Anderson e Seijas na meia cancha, e na frente Nico por um lado, o Vitinho por outro e o Ariel no comando de ataque. o Inter tem 45 minutos para resolver sua existência na primeira divisão. O Inter está com o pé na segunda divisão.

Não foi um bom primeiro tempo, começou acidentado com Geferson errando uma cobrança de lateral junto com Alex, perderam a bola e quase foi gol do Cruzeiro, o Inter tentou, teve cobrança de escanteio com o Dourado, cabeceou muito bem, teve um chute com o Nico López. Então, quantidade o Inter teve, não teve ainda a necessária qualidade e poderá ainda buscar.

#### **Características identificadas:**

**Audiência criativa:** não é presente no material veiculado “no ar”

**Análise baseada em dados:** Presente, quando há uma lista de incidências da partida, referências que foram planilhadas pelo comentarista.

**Análises táticas e de desempenho:** Presente, quando detalha o que aconteceu com a equipe após uma substituição, quando relaciona essa alteração com provável esquema tático a ser utilizado na segunda etapa.

**Gêneros:** Informativo, quando lista a chance da equipe no primeiro tempo (retirei o interpretativo, não há aqui); opinativo, quando sugere o que deve ser feito na segunda etapa.

**Análise do comentário:** O comentário do intervalo feito por Luiz Carlos Reche é bem mais próximo do comentário contemporâneo, já que ele se utiliza de dados vistos na primeira etapa, faz uma análise tática e baseia sua opinião através das ocorrências de jogo. Além disso, sugere uma consulta a outros profissionais. Entretanto, ainda se sobrepõe o juízo de valor e a relação das incidências da partida atuando como relator dos lances.

**Comentário final:** Eu gostaria que o Paulinho (plantão da jornada, Paulo Pires), que ele consultasse os blogueiros e comentaristas do centro do país para também fazer uma avaliação sobre o jogo, porque o Cruzeiro esteve com vontade e isso valorizou a vitória do Internacional. O Lisca falou da escalação do time, que não foi apenas sobre escalar os mais experientes. Falou sobre a sua preparação física e sobre como ele entende futebol. O Internacional ainda não escapou, mas encontrou uma sobrevida, o Inter vai vivo para o Rio de Janeiro, o Inter colocou

em campo jogadores que tinha que colocar, Seijas, Nico López, o Ariel. Valdívia tinha que jogar e encontrar o seu futebol, porque sabe jogar, eu vejo no Valdívia o jogador mais vistoso, mas lúcido, mais ousado, mesmo quando erra. O Anderson parecia chutar a bola no adversário para pegar a segunda bola. O Dourado estava nervoso, desarticulado, querendo dar bote na frente, o William não conseguia dominar bolas fáceis. A serenidade pertenceu a Danilo Fernandes, Anderson, Alex, a Ernando, que hoje fez uma boa partida. Em contrapartida, Jefferson nervoso, William nervoso, Dourado nervoso, Paulão muito mal, nervoso outra vez. O Cruzeiro, mais organizado, perdeu dois gols no fim; o Robinho chutando para cima e outro com o Abila pegando de bate-pronto, não tinha como entrar. Hoje entraram em campo os deuses do futebol para ajudar o Internacional.

**Audiência Criativa:** presente, quando solicita opiniões via redes sociais.

**Análise baseada em dados:** apenas análise baseada em comportamentos e não em dados.

**Gêneros:** informativo, quando salienta os acontecimentos do jogo e quando situa o ouvinte a respeito da situação em que o time se encontra (algo que antigamente pertencia somente ao plantão de estúdio); no restante, além da descrição dos acontecimentos do jogo, a predominância é do gênero opinativo.

**Análise do comentário:** o comentário final é descritivo e opinativo, relacionando-se mais com a fase do jornalismo esportivo e não tanto com a fase contemporânea. No entanto, quando o comentarista sugere uma compilação de ponto de vista que não pertence a ele, pretende agregar novas óticas sobre a partida, com tendência para o gênero informativo. Não há análise mais criteriosa de dados que se referem à partida.

Fonte: (GUIMARÃES, 2018, p. 133-134-135)

## **Segundo jogo: Grêmio x Atlético Mineiro, final da Copa do Brasil de 2016**

Transmissão da Rádio Grenal de Porto Alegre

profissional analisado: Alex Bagé

Horário de veiculação: 16 horas.

**Comentário inicial:** Bagé - Essa final da Copa do Brasil aponta mais uma vez um jogo difícil. Não é fácil ganhar do Atlético Mineiro. O Grêmio joga em casa, tem uma grande torcida e tem uma grande vantagem, mas o Grêmio tem, especialmente, um time encaixado.

O Grêmio tem um bom time de futebol, o Grêmio vai fazer valer essa vantagem que obteve na primeira partida, fazendo o Galo se preocupar e não o Grêmio, jogando com o Everton por outro lado. O Atlético responde com uma tentativa de antídoto escalando o jogador que eu esperava: o Luan, que é um extremo pelo lado direito, vai normalmente levar um pouco mais de perigo

ao lado esquerdo do Grêmio, com o Marcelo Oliveira. O Grêmio é o melhor time. Só precisa levar a campo tudo aquilo que a gente espera do time do Renato.

**Audiência criativa:** ausente.

**Análise baseada em dados:** apenas situa o contexto do confronto.

**Análise tática e de desempenho:** presente, quando prevê duelo tático e posicionamento dos atletas e das duas equipes.

**Gêneros:** neste caso, ausente-se o gênero informativo com força, quando descreve, para embasar sua opinião, os posicionamentos que as equipes terão. Por fim, estabelece sua opinião sobre quem é o favorito para o confronto.

**Comentário de Intervalo:** Bagé - Os primeiros 45 minutos desta final mostraram o Grêmio um pouco mais cauteloso, talvez seja um amadurecimento do Renato Portaluppi. O Grêmio talvez tenha que erguer mais suas linhas de marcação para que o Grêmio possa tentar marcar o Atlético no campo defensivo do Atlético. O Grêmio foi um pouco mais recuado, mais cauteloso, e isso proporcionou que o Atlético tivesse um volume maior de jogo. O Renato notou que o Atlético vem num esquema um pouco mais ofensivo porque o Atlético precisa mudar o placar. Esse primeiro tempo não interessa ao Atlético. Mesmo que o Grêmio não marque gols, se não sofrer, é campeão.

Acho que o Renato poderia soltar mais o time, mas o Renato deve se preocupar com surpresas do Atlético, o Rafael Carioca dá uma liberdade maior para a saída do Junior, aquele volante que tem a qualidade de marcar e consegue se libertar da marcação para ser alternativa com a posse de bola. O Renato pode propor ao Grêmio o sistema de marcação em que o Grêmio tenha um pouquinho mais de atenção. O Junior Urso aparece como surpresa pela movimentação do Luan.

**Audiência Criativa:** ausente

**Análise baseada em dados:** apenas situa o contexto do confronto.

**Gêneros:** neste caso, ausenta-se o gênero informativo, coloca-se o gênero informativo com força, quando descreve, para embasar sua opinião, os posicionamentos que as equipes terão. Por fim, estabelece sua opinião sobre quem é o favorito no confronto.

**Análise do comentário:** funciona mais como uma introdução, apresentando o espetáculo, do que propriamente um comentário; oferece, porém, um resumo sobre questões táticas e técnicas que possivelmente se desenvolvem no jogo.

**Comentário Final:** Bagé - Foi justo o título. O Grêmio não passou apenas por times menores. O Grêmio derrotou o Atlético Paranaense, o Grêmio derrotou o Palmeiras, que é

campeão brasileiro, o Grêmio pegou o Cruzeiro e passou o carro. O Grêmio não perdeu para os menores. Grêmio hoje soube jogar com maturidade, foi atacado, já se esperava isso do Atlético Mineiro, que foi ofensivo, jogando com jogadores rápidos pelo lado de campo e possibilitou algumas chances ao Atlético. As principais chances de gol foram do Grêmio, o Everton perdeu o gol no primeiro tempo e o Miller Bolaños, quando entrou, eu chamei atenção: quando entrar, vai ter um sangue novo e agora vai entregar ao torcedor tudo aquilo que ele aposta. O Grêmio foi o legítimo campeão da Copa do Brasil, foi o melhor time da competição, eu dou totais méritos ao Renato. Não dá para esquecer do Roger. Renato não esquece do Roger. O Renato, quando chegou, manteve a base, acertou só o que tinha que acertar, mexeu só no que precisava ser ajustado e transformou o Grêmio em um time mais competitivo, que era o que faltava.

**Audiência criativa:** ausente

**Análise baseada em dados:** presente, com listagem dos principais acontecimentos de acordo com sua planilha.

**Análises táticas e de desempenho:** neste caso, ausente.

**Gêneros:** Predominância para o gênero opinativo, com um parecer sobre a campanha do Grêmio na competição e o trabalho do treinador.

**Análise do comentário:** ilustra uma tendência maior para o gênero opinativo, por ter sido a conquista de um título, informações e interpretações do jogo em si ficaram em segundo plano. Houve, ainda, uma demonstração de comentar a campanha da equipe em toda a competição, não focando somente no jogo. Esta análise tem predomínio de outras fases de acordo com a periodização do comentário esportivo já mencionada neste trabalho.

Fonte: (GUIMARÃES, 2018, p. 162-163-164)

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que, para se chegar à ruptura de corte de cada época, há uma dinâmica iniciada numa fase anterior, esse tensionamento entre o modelo hegemônico vigente e um novo processo gera um outro processo, que, ao se tornar dominador, origina outro padrão dominante.

Com isso, denomina-se incorreto afirmar que as características de uma fase desaparecem totalmente quando se chega a outra. Supõe-se uma coexistência de modelos de novas fases até a gradativa superação de uns por outros.

A principal importância deste trabalho foi a de mostrar o resultado central da existência de um modelo de um novo comentário esportivo, e as práticas profissionais dos analistas no rádio. Este modelo dito convergente ainda é recente e passou a ser introduzido por meio de demandas produzidas pelos ouvintes e como consequência da fase de convergência da mídia.

As características desse modelo são atribuídas ao conceito de convergência em si e à integração ao campo de futebol, com o comentarista sendo guiado pelos dados apresentados com base nesse campo. A consequência final desse novo mecanismo é um novo comentarista, que, além de informar, também introduz dados para a interpretação da audiência ou para o embasamento mais científico das opiniões dele, o profissional, e atua sob paradigmas, da mesma forma, do gênero interpretativo.

Assim o comentarista esportivo contemporâneo não é apenas um relator dos fatos ou de suas análises. Ele atua sustentado por uma base sólida, causada pelo período atual e que gera diferentes direcionamentos para o embasamento da análise esportiva.

O profissional apresenta o dado, explica-o e emite uma opinião com base nesse dado, não há mais a simples emissão da opinião sobre um único ponto de vista, como, por exemplo, o esquema técnico.

O comentarista contemporâneo atua com informação, embasamento e diferentes conceitos, buscando a melhor performance na análise esportiva. A ciência do esporte é o fio condutor, responsável por municiar o comentarista com informações, para que, no último instante, ele possa fazer uma explanação pessoal a respeito do jogo.

Outro ponto importante é que o comentarista deixou de ser soberano na análise do jogo, ou seja, seu ponto de vista pode ser debatido pelo ouvinte, que, tanto quanto o profissional da análise, tem praticamente as mesmas ferramentas à sua disposição, como os scouts, mapa de calor, dados sobre o jogo, além de debater com o profissional usando as redes sociais.

O jornalismo midiático convergente revolucionou a mídia por inteiro, então por que não acarretaria mudanças também no comentário esportivo radiofônico? Foi isso que nos

propusemos a estudar aqui. Obviamente que o comentário esportivo convergente ainda precisa ser mais explorado pela academia, mas o foco principal deste trabalho foi realizar um breve resgate histórico dessa função tão importante na transmissão das partidas, discutindo principalmente o aprimoramento ao longo do tempo até os dias atuais.

Esperamos ter dado conta de nosso objetivo, contribuindo para estudos futuros e sempre pertinentes no que diz respeito à relação do rádio com o futebol, uma parceria quase centenária e que, apesar da diversidade midiática colocada à disposição do público, ainda demonstra seu vigor.

## 1. REFERÊNCIAS

\_\_\_; PINTO, Jorge. O ensino do futebol. In: A. Graça e J. Oliveira (Org). **O ensino dos jogos desportivos Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física da Universidade do Porto**. Rainho & Neves Lda, v.1, 1994, p. 95-136.

BAGÉ, Alex. (apud) entrevista realizada em 19 jun. 2018.

BARROS, Monique Cristine Garcez et all. **As redes sociais e o novo consumidor de notícias**. Anais do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Campina Grande, PB: 10-12 Jun. 2010.

CALDAS, Waldenyr. **O pontapé inicial. Memória do Futebol brasileiro**. São Paulo: Ibrasa, 1990.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

CECCONI, Eduardo. **Análise tática de futebol no jornalismo esportivo**. 2013. Disponível em <<https://pt.scribd.com/document/367546498/Analise-Tatica-No-Futebol-Por-Eduardo-Cecconi-2>> Acesso em: 25 abr. 2021.

CHICO, Garcia, comentarista da Rádio e TV Bandeirantes. Entrevista concedida ao autor. São Paulo, SP, 27 mar. 2021.

DALPIAZ, Jamile Gamba. **O futebol no rádio de Porto Alegre: um resgate histórico** (dos anos 30 à atualidade). Porto Alegre. 2002. 187 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002.

DAMO, Arlei Sander. **Para o que der e vier --- o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e seus torcedores**. Dissertação do Mestrado do Programa de Pós-graduação em Antropologia Social da UFRGS. Porto Alegre, 1998.

FERRARETTO, Luiz A. **Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40) dos Pioneiros às Emissoras Comerciais**. Editora da ULBRA, 2002.

FERRARETTO, Luiz A. Rádio. **O veículo, a história e a técnica 2.º. edição**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FERRARETTO, LUIZ ARTHUR, professor e pesquisador da UFRGS. Entrevista concedida ao autor. Porto Alegre, 25 mar. 2021.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio e Capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras e suas estratégias de programação na metade do século 20**. Canoas: Editora da Ulbra, 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. In: **ENCONTRO ANUAL DA**

**COMPÓS**, 19., 2010, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2010.

FOGAÇA, Gustavo. Comentarista da Rádio Gaúcha. Entrevista concedida a Carlos Gustavo Soeiro Guimarães. Porto Alegre, 20 jun. 2016.

FOGAÇA, Gustavo. Comentarista da Rádio Gaúcha. Entrevista concedida ao autor. Porto Alegre, 20 dez. 2020.

GARGANTA, Júlio. **Modelação táctica do jogo de futebol: estudo da organização da fase ofensiva em equipas de alto rendimento**. Porto: Universidade do Porto, 1997.

GOMES, Flávio Alcaraz. **Diário de um repórter: 50 anos sem medo**. 2.ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1995.

GROSS, Nando. Comentarista esportivo da Rádio Guaíba. Entrevista concedida a Carlos Gustavo Soeiro Guimarães. Porto Alegre, 20 jun. 2016.

GUAZZELLI, César Augusto Barcellos. 500 anos de Brasil, 100 anos de futebol gaúcho: construção da “providência de chuteiras”. **Revista do Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: UFRGS, jul. 2000.

GUIMARÃES, Carlos Gustavo Soeiro, FERRARETTO, Luiz Arthur. **A programação do rádio esportivo em Porto Alegre: uma análise de grades de Band, Gaúcha, Grenal e Guaíba**. In: anais do Encontro anual da Compós. 2011, Porto Alegre. Porto Alegre: UFRGS, 2011. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 15, 2017, São Paulo. Anais... São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo.

GUIMARÃES, Carlos Gustavo Soeiro, FERRARETTO, Luiz Arthur. O comentário esportivo no rádio de Porto Alegre: uma proposta de periodização histórica. **Revista brasileira de história da mídia**. v. 7, nº 1, jan./jun. 2018. ISSN: 2238-5126.

GUIMARÃES, Carlos, comentarista da Rádio Guaíba, entrevista concedida ao autor. Porto Alegre, 29 mar. 2021.

GUIMARÃES, Carlos. **O Comentarista Esportivo Contemporâneo, novas práticas no rádio de Porto Alegre**. Porto Alegre: Appris, 2016.

GUIMARÃES, Carlos. **O Comentarista Esportivo Contemporâneo, novas práticas no rádio de Porto Alegre**. Editora Appris, Porto Alegre, 2018.

HOBSBAWM, Eric. **Era dos extremos. O breve século XX**. 1914-1991. 2. Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio Social - Mapeando novas práticas internacionais sonoras**.

LUCHT, Janini Marques Passini. Gêneros no radiojornalismo. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, p. 269-290.

MARTINS, Carlos Henrique da Motta. **O desenvolvimento do rádio esportivo em Porto Alegre**. São Leopoldo, 1991. 72 f. Monografia (Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Departamento de Comunicação e Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 1991.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

ORTIZ, RENATO. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. 5ed, 2. reimpr: São Paulo: Brasiliense, 1999.

PÉRICO, LUCIANO. **Gol! O Plantão esportivo com meio complexo de informação**. Monografia. FABICO/UFRGS. Porto Alegre, 1999.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **A metamorfose do futebol**. Campinas: URCAMP, 2000.

QUADROS, Lauro. Ex-comentarista das rádios Gaúcha e Guaíba. Entrevista concedida a Carlos Gustavo Soeiro Guimarães. Porto Alegre, 27 jun. 2016.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.

Rádio Grenal FM. **Transmissão de Grêmio e Atlético Mineiro pela Copa do Brasil de 2016**. Porto Alegre, 2016.

Rádio Guaíba AM: **Transmissão de Internacional e Cruzeiro pelo Campeonato Brasileiro de 2016**. Porto Alegre, 2016.

RECHE, Luiz Carlos (apud) entrevista realizada em 17 de janeiro, 2018.

SANTOS, Joel Rufino dos. **História Política do futebol brasileiro**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

SILVA, Alexandre Tadeu Rossini da. **Análise de conceitos por meio de simulação computacional**. Dissertação de mestrado. UFRJ/COPPE/Programa de Engenharia de Sistemas e Computação, 2015. Trabalho apresentado no IJ 5- Comunicação Multimídia do XII Congresso de 99 Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho em 2010.

VAMPRE, Octávio Augusto. **Raízes e evolução do Rádio e da televisão**. Porto Alegre: FEPLAM/RBS, 1979.

WEFFORT, Francisco. **O Populismo na política brasileira**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

WILSON, Jonathan. **A Pirâmide Invertida: a história da tática no futebol**. Campinas: Grande Área, 2016.

ZAGO, Gabriela. **O Twitter como Suporte para a Produção e Difusão de Conteúdos Jornalísticos**. Anais do 6.º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Bernardo do Campo, SP: SBPJor, 2008.