

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Maycon Firmino Chagas

O PAPEL DO RÁDIO ESPORTIVO NA CONSTRUÇÃO DO ÍDOLO

**Juiz de Fora
2007**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Maycon Firmino Chagas

O PAPEL DO RÁDIO ESPORTIVO NA CONSTRUÇÃO DO ÍDOLO

Monografia apresentada ao Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos para a obtenção da graduação em jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra

**Juiz de Fora
2007**

MAYCON FIRMINO CHAGAS

O papel do rádio esportivo na construção do ídolo

Projeto Experimental submetido ao corpo docente da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do bacharelado em Comunicação Social.

Data da defesa: 07/02/2007

Professor Especialista Kleber Ramos de Queiróz
Convidado

Professor Especialista Ricardo Bedendo
Convidado

Professor Doutor Márcio de Oliveira Guerra
Orientador

AGRADECIMENTOS

Ao meu pai José Caio, por ser moderno e ter apoiado e financiado meus sonhos e ter me ensinado o nobre prazer de ouvir rádio;

Ao professor Márcio Guerra, espetacular jornalista e orientador. Espero que esse trabalho seja digno da sua honrosa orientação;

À Tia Ana, por ser uma verdadeira mãe em minha vida e ao Pacato, grande mascote;

Aos meus mais antigos amigos, Budha e Kaxa. Uma relação de irmandade há dez anos;

À turma do ELT e CTU antigo: aprendia a ser mais esperto com vocês;

Ao Bunecão, pessoa mais engraçada do mundo; e à Suelen, por mudar minha vida;

Ao Weyder, Simone, Jean, Felipe, Elpes, Wal, Bruno, Luã, Shanti: fomos até o fim;

Ao Oleg; por ser o melhor militante que a UFJF já teve, meu professor no ME;

Ao Eduardo Preá, Priscilla, Gilberto 51 e Rafael Capeta: pelo companheirismo, inusitadas, varejos, brigas, noites, conversas e a amizade que levo para o resto da vida;

Ao Diretório Acadêmico de Comunicação e a todas as pessoas da Faculdade que sempre me apoiaram. Saio da Facom sem nunca ter perdido uma eleição. É bom ter amigos;

Ao G8, os meninos da minha sala: Léo Randhor, Luís Tratante, Homer, Filipe Skin, Gildo, Leandro Fofão, Danilo Batatinha e Juliano Sem-Terra. Nunca esquecerei de vocês. Obrigado pelo apoio, amizade, cervejas, peiotes, paciência e por existirem. Sem dúvida amigos para sempre;

À UFJF, por ser minha casa e por ter me dado os melhores anos que já vivi;

A todos os jornalistas entrevistados, em especial Eraldo Leite e Luís Penido, e todos os apaixonados por rádio esportivo que é muito mais emocionante e vibrante.

RESUMO

CHAGAS, Maycon Firmino. **O Papel do rádio esportivo na construção do ídolo. Juiz de Fora, 2007.** Monografia – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2007.

Estudo realizado com o objetivo de demonstrar o papel que o rádio esportivo possui na construção do ídolo do futebol. Hoje, mesmo com a maior cobertura de outras mídias, como a televisão, jornais e sites, o rádio esportivo segue sendo fundamental para o ouvinte na cobertura esportiva, transmissão de partidas de futebol e na formulação de conceitos e idéias por parte do torcedor. Com a sua linguagem baseada na vibração e emoção, o rádio esportivo conquistou a confiança e a imaginação do torcedor, que segue tendo no rádio e nos jornalistas radiofônicos verdadeiros companheiros. Estes jornalistas radiofônicos, hoje vivem uma nova experiência, além de serem fundamentais para a promoção, desenvolvimentos e formulação de conceitos, como o de ídolo, muitos destes radialistas passaram a ser alçados a condição de ídolos. Através das entrevistas com vários radialistas esportivos e leituras de livros e artigos que trabalham o tema, as conclusões defendidas nesta monografia, caminham no sentido de garantir que o futebol é de fato um espetáculo e os grandes jogadores são artistas no rádio. Nele a cobertura é mais completa, dinâmica, a linguagem é mais popular, livre e irreverente. Se Cada país tem o futebol que merece, o Brasil, penta campeão Mundial, possui um rádio esportivo que não fica atrás em termos de qualidade.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO

2 O RÁDIO E O FUTEBOL

2.1 DO NASCIMENTO AO CASAMENTO

2.2 DOS GRAMADOS, ARQUIBANCADAS E CABINES

3 O PAPEL DO RÁDIO ESPORTIVO NA CONSTRUÇÃO DO ÍDOLO

3.1 DA LATINHA AO BOLEIRO COMO QUE RÁDIO ESPORTIVO E O FUTEBOL CONTRIBUÍRAM NA CONSTRUÇÃO DA NOSSA IDENTIDADE NACIONAL

3.2 O FANTÁSTICO MUNDO DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS

3.3 O RÁDIO E O ÍDOLO NA ERA DO FUTEBOL NEGÓCIO

4 O JORNALISTA RADIOFÔNICO E O TORCEDOR

4.1 A INFLUÊNCIA DO JORNALISMO RADIOFÔNICO NO TORCEDOR NO MOMENTO DA CONSTRUÇÃO DO CONCEITO DE ÍDOLO

4.2 AS FORMAS DE MANIFESTAÇÃO DA RELAÇÃO DO TORCEDOR COM O JORNALISTA RADIOFÔNICO

5 CONCLUSÃO

6 REFERÊNCIAS

7 APÊNDICES

1 INTRODUÇÃO

O futebol é o esporte mais praticado no mundo, existem mais países filiados a Federação Internacional de Futebol (FIFA) do que a Organização das Nações Unidas (ONU). Mais que apenas um esporte ele é uma paixão que movimenta o coração de cada torcedor no planeta. Quando começa uma partida de futebol o torcedor vibra, se emociona, comemora, chora, xinga e grita.

No Brasil, esse esporte ganhou conotações ainda mais profundas. Desde de sua chegada ao país, no final do século XIX, ele trilhou um longo caminho. Enfrentou o desafio de romper com a sua origem burguesa e alcançar as camadas populares, assimilar o negro no esporte, profissionalizou-se e encontrou o seu par perfeito, o Rádio.

Já são mais de 100 anos da chegada do futebol ao Brasil e mais de 70 do encontro do futebol com o rádio. Nesse período, o futebol se tornou o esporte mais praticado no país e a Seleção Brasileira a recordista de conquistas, com cinco títulos mundiais. Surgiram inúmeros clubes e imensas torcidas. No Brasil, o futebol ganhou status de paixão e faz parte da cultura nacional. Aqui nasceram alguns dos maiores craques do futebol mundial, incluindo o maior de todos, “o Rei Pelé”.

Neste trabalho iremos examinar a relação do futebol com outra grande paixão do brasileiro, que é o rádio, através do ídolo, que é um dos principais fatores de atração das platéias aos estádios e de audiência aos veículos de comunicação. O elemento que torna o futebol brasileiro diferenciado em relação aos demais países. Será que passados mais de 70 anos da relação rádio esportivo e futebol, ela se mantém sólida? O rádio esportivo ainda é um fator determinante junto ao torcedor na formulação de conceitos como o de ídolo?

Começaremos este trabalho relatando o início do futebol e do rádio no Brasil. Como que os dois chegaram ao país e se tornaram populares, pois foi nessa platéia menos

favorecida que eles começaram a encontrar o sucesso. Na seqüência, iremos abordar o encontro do futebol com o rádio e como que, a partir deste momento, os dois se desenvolvem e ganham destaque junto ao torcedor.

No capítulo seguinte abordaremos a relação que o futebol e o rádio desempenharam na construção da identidade nacional. Será que eles cumprem um papel dentro da identidade brasileira? Além disso, discutiremos as razões que garantem ao rádio esportivo uma presença ainda tão intensa no futebol. Exporemos as características de linguagem e transmissão de uma partida de futebol pelo rádio. Quais são os trunfos do futebol pelo rádio? Ele ainda seduz o torcedor? Qual o diferencial de uma cobertura radiofônica em comparação a realizada pelas demais mídias?

Também procuraremos debater as mudanças que tanto o futebol, quanto o rádio vem atravessando nesta nova conjuntura, onde o Futebol se tornou um grande negócio e o Rádio mais comercial. Será que o processo de construção do ídolo também se alterou ou apenas envolve mais dinheiro?

No último capítulo focaremos, a partir das discussões e conclusões obtidas nos capítulos anteriores, qual é de fato o papel que hoje o rádio esportivo cumpre junto ao torcedor na construção do ídolo esportivo. Levando em consideração que atualmente a cobertura esportiva se tornou mais intensa, com a televisão transmitindo mais jogos e programas esportivos, os sites e jornais destinando mais espaço ao futebol, o rádio ainda ocupa papel de destaque? O ídolo é construído no rádio?

Tendo em vista a relação que o futebol e o rádio desenvolveram no Brasil, até que ponto o jornalista radiofônico segue sendo unicamente o responsável pela cobertura e transmissão dos lances de uma partida de futebol? Será que ele não vem deixando de ser somente o narrador, comentarista ou repórter para também se tornar parte do espetáculo, sendo alçado a condição de ídolo?

Iremos discutir estes temas e tentaremos chegar a respostas a partir do estudo de bibliografias que discutem o tema rádio esportivo, observações e acompanhamento de transmissões radiofônicas e entrevistas com radialistas esportivos. Através deste trabalho tentaremos fomentar a discussão que envolve o rádio e o futebol. Tema intensamente sedutor, principalmente quando estamos em um país em que o futebol é tratado com uma seriedade quase religiosa, onde existem emissoras que produzem um trabalho de cobertura esportiva de altíssima qualidade.

2 O RÁDIO E O FUTEBOL

A origem do futebol e do rádio envolve controvérsias, no Brasil os dois foram trazidos pela elite, mas só conseguiram alcançar o sucesso no momento que se voltaram para as camadas mais populares. Neste capítulo iremos discutir os primeiros anos do Futebol e do Rádio no país, até o momento em que eles se encontram, as conseqüências deste encontro e o surgimento do rádio esportivo.

2.1 DO NASCIMENTO AO CASAMENTO

Falar de futebol em nosso país certamente não se resume a dizer quem é o craque do momento, a grande revelação, o melhor time do campeonato nacional ou que a Seleção Brasileira entra como favorita na maioria das competições de que participa, afinal o Brasil é o único país pentacampeão do mundo, recordista de conquistas. É a terra onde nasceu o melhor jogador de todos os tempos, Pelé, considerado o “Rei do futebol”. O brasileiro torceu e acompanhou tantas conquistas e alguns dos melhores jogadores da história, como Garrincha, Zico, Didi, Rivelino e tantos outros, se acostumou a ser o melhor do mundo. Aqui, os clubes possuem verdadeiras nações de torcedores que acompanham todas as partidas do time do coração e torcem pelo ídolo em todos os momentos, na derrota ou na vitória. É um país que em dia de jogos da seleção em uma Copa do Mundo fica parado. Certamente, o torcedor brasileiro não vê o futebol apenas como um esporte, mas sim como uma paixão.

E esse torcedor acostumou-se acompanhar os jogos pelo rádio. No Brasil o futebol pelo rádio não se resume a ser apenas uma alternativa para que se possa acompanhar as partidas de futebol, quando não podemos comparecer ao estádio ou em ocasiões que jogo

não está sendo transmitida pela televisão. O brasileiro tem uma relação muito mais complexa com o rádio esportivo. Assim como o futebol, o rádio esportivo desenvolveu, ao longo dos anos, uma relação muito mais elaborada com o torcedor. Uma união intensa e apaixonada em que podemos dizer que os dois já se tornaram elementos da cultura brasileira e deram uma contribuição importante na construção da identidade nacional. São verdadeiras paixões.

Mas quem vê, como hoje o brasileiro se relaciona com essas duas paixões não deve imaginar como que elas começaram. Oficialmente o rádio teria sido inventado em 1894 por Guglielmo Marconi, mas existem registros, que dão conta que já em 1893 o padre brasileiro Roberto Landell teria feito algumas experiências e ele seria o verdadeiro pai do “Rádio”. A primeira transmissão reconhecida foi realizada em 1901 quando através de um telegrafo é enviada a primeira mensagem em ondas radiofônicas entre a Europa e os Estados Unidos.

No Brasil, a primeira transmissão acontece em 1922, quando o então Presidente da República, Epitácio Pessoa, fala sobre os preparativos da festa de centenário da independência brasileira. O pronunciamento foi ouvido em São Paulo, Niterói e Petrópolis através da instalação nestas cidades de 81 alto-falantes, naquele momento ainda não existiam emissoras e muitos menos rádios nas casas ou sendo comercializados.

Tudo começou a mudar para o Rádio a partir desta transmissão. O empresário Roquete Pinto, percebe na transmissão deste pronunciamento político, que o rádio possuía grande potencial e no ano seguinte funda a primeira emissora brasileira de radiodifusão, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. **Em seu livro Histórias do rádio e da televisão no Brasil e no mundo (memórias de um pioneiro)**, Marcio Ferraz Sampaio relata o sentimento do empresário naquele momento.

“Todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberam livremente o conforto moral da ciência e da arte, a paz será realidade entre as nações.” (SAMPAIO, 2004 p.116)

Se o rádio tem seu nascimento datado, apesar de algumas controvérsias, no final do XIX o futebol ainda é mais antigo. De acordo com a Federação Internacional de Futebol (FIFA), o esporte surge em 1863 na Inglaterra, pelo menos nos moldes e regras que hoje conhecemos e praticamos. Existem relatos que falam em prática de futebol, ou de algo parecido em épocas anteriores na Índia, China, Itália e até antes de Cristo.

Apesar de alguns dados darem conta de que já se praticava futebol no país nas décadas de 70 e 80 daquele século, oficialmente é Charles Miller o introdutor do futebol no Brasil. Ele era filho de uma família da aristocracia paulistana e havia ido para Inglaterra estudar, onde ficou dos 10 aos 20 anos. E de lá ele trouxe bola e as regras do esporte. Naquele momento, Miller estava simplesmente mudando a vida do brasileiro. A primeira partida no país é disputada no ano seguinte. O São Paulo Athletic Club, equipe composta por funcionários de empresas inglesas no Brasil, é dividido em dois times que se enfrentam.

Com o passar dos anos, o futebol segue o seu destino de desenvolvimento com o surgimento de vários outros clubes. Em 1910 já existiam, segundo o jornal O Povo, de Caçapava, que era dirigido pelo escritor Monteiro Lobato, cerca de 250 times, entre eles São Paulo, Ponte Preta, Fluminense, Botafogo, Flamengo e Corinthians. O esporte já havia começado a se tornar notícia em jornais no início do século XX e começam a surgir as primeiras rivalidades entre os times.

Também nos primeiros anos do século passado acontece a primeira disputa que coloca na torcida o sentimento, que hoje é tão conhecido, de nação. Veio ao Rio de Janeiro uma equipe formada por jogadores argentinos enfrentar uma equipe de jogadores brasileiros. O time brasileiro perde por 4 a 3, mas o resultado do jogo pouco importava. O

melhor era que o futebol já começava a dar seus primeiros passos rumo a se tornar uma paixão, como fica claro nas palavras do cronista da época Paulo Barreto.

“(...) ou o foot-ball morre, ou dentro de dois anos, completamente organizado e disciplinado o jogo que até agora era uma encantadora diversão sem conseqüência, nos teremos um team incomparável e venceremos sempre.” (MIRANDA, 2006: p. 28)

De fato o futebol brasileiro até hoje enfrenta vários problemas de organização, o cronista foi profético, ao deixar claro que teríamos condições de montar equipes vencedoras. Já em 1919 o Brasil é a sede do torneio Sulamericano e as partidas chegam a levar até 15 mil torcedores aos estádios. O time brasileiro, formado por atletas das ligas carioca e paulista, ganha o campeonato, após uma final dramática com a seleção do Uruguai. Esta é a primeira grande conquista da seleção brasileira com gol marcado pelo paulista Friedenreich, que ganha status de herói nacional e pode ser considerado o primeiro grande ídolo do nosso futebol.

2.2 DOS GRAMADOS, ARQUIBANDAS E CABINES: COMO O FUTEBOL E O RÁDIO SE TORNARAM DUAS PAIXÕES

Até se encontrarem, futebol e rádio tiveram trajetórias diferentes e distintas no Brasil, no início do século XX, até começo dos anos 30. O futebol, em menos de quarenta anos passou a ser noticiado pelos jornais. Foram criadas ligas de futebol nos principais estados, uma seleção brasileira já começava a representar o país em competições internacionais, inclusive na primeira Copa do Mundo disputada em 1930, no Uruguai, vencida pelos donos da casa. Os principais clubes já haviam sido fundados, os campeonatos estaduais já atraíam atenção dos torcedores.

O rádio, em menos de 10 anos, avança no processo de consolidação como o principal meio de comunicação do brasileiro, na condição de companheiro, amigo e professor. Começaram a serem fundadas as grandes emissoras brasileiras e surgiam grandes ídolos no rádio. Mesmo com toda essa ascensão vertiginosa que o rádio e o futebol viviam, certamente ainda faltava algo para colocá-los de maneira definitiva como paixões nacionais. Nesta época ainda faltava uma maior aproximação com a população. Eles ainda não haviam conseguido romper, definitivamente, com suas elitizadas origens.

O futebol levava torcedores ao estádio, mas ainda não possuía uma linguagem própria, ele não tinha um espaço e uma cobertura que pudesse de fato elevá-lo ao status de espetáculo popular e democrático. Já o rádio encontrou nas transmissões de partidas de futebol uma forma de consolidar-se como um veículo de comunicação popular. Foi nesse período que ele ficou mais acessível ao brasileiro e ganhou destaque nas casas, tornando-se um companheiro, amigo e professor para seus ouvintes.

“Quando começa a entrar em um estágio de popularização mais acentuada, a partir do final dos anos 30, o rádio passa a promover novas práticas sociais como a participação em programas de auditório, a formação de fãs clubes, a escuta coletiva e familiar. Tratava-se de referência diuturna para a população, criando assim um certa base para a formação de uma comunidade de rádiouvintes.” (MAIA, 2006: p. 02)

A primeira transmissão de futebol pelo rádio foi realizada em 1931 na oitava edição do campeonato brasileiro de futebol. No gramado, o confronto era entre a seleção de São Paulo e a do Paraná, mas o grande desafio foi para o narrador Nicolau Tuma, locutor da Rádio Educadora Paulista, que entrou para a história como pioneiro do radio esportivo brasileiro. E a tarefa dele não foi nada fácil, pois Tuma teria pela frente transmitir ao ouvinte, que poderia estar em qualquer lugar, as emoções de uma partida de futebol. Ele teria que fazer com que o ouvinte entendesse o que estava acontecendo.

“Eu precisava dar a impressão ao individuo que estivesse ouvindo com os dois fones do rádio galena, que ele estaria apreciando e vendo quase, e completando com a sua imaginação a minha descrição.” (GUERRA, 2006: p.19)

A corajosa decisão de iniciar transmissões de futebol pelo rádio acontece em um momento em que o rádio, além de viver grande expansão, reconhece também a importância que o futebol começa a ganhar para os torcedores brasileiros que, inclusive, já haviam experimentado o sentimento de ver a seleção ganhar títulos e disputar uma copa do mundo. O nacionalismo já era existente e o rádio via no futebol uma possibilidade de ampliar seu campo de ação.

A “paternidade” do rádio e do futebol é assunto polêmico, cheio de controvérsias e versões diferentes das oficiais. A “paternidade” da primeira transmissão de futebol pelo rádio também é bastante discutida, alguns defendem a tese de que o pioneiro na verdade seria Amador Santos e não Nicolau Tuma. Segundo esta versão, já na década de 20, Amador narrava partidas de futebol na Rádio Clube Brasil do Rio de Janeiro, só que estas narrações eram muito diferentes das realizadas por Nicolau Tuma.

“A diferença é que Amador narrava de forma mais lenta, num estilo mais próximo do que fazem os locutores esportivos na televisão. O que Tuma fez foi dar ritmo à narrativa completamente diferente, daí ter recebido o apelido de speaker metralhadora.” (GUERRA, 2006: p. 19)

Foi com essa linguagem e forma de descrever os lances e toda a partida, que o futebol pelo rádio não apenas obteve sucesso como conquistou a confiança dos ouvintes. Enquanto, até os dias atuais, a televisão possui grande dificuldade para encontrar uma linguagem própria que esteja de acordo com o veículo, o rádio possui a sua linguagem desde os anos 30. O que garante uma transmissão de pura emoção, vibrante, participativa que envolve e conquista o imaginário dos torcedores.

Podemos afirmar que, mesmo, que o carioca Amador Santos tenha sido o primeiro a ter transmitido uma partida de futebol pelo rádio, a paternidade não é dele. A narrativa que até hoje é padrão e é seguida por qualquer narrador em início de carreira até o mais experiente locutor é a de Nicolau Tuma.

E esse primeiro encontro entre o Rádio e o Futebol mudou a trajetória de ambos, a partir deste momento tornou-se quase que obrigatório, para as grandes emissoras de rádio, a transmissão de partidas de futebol. Com o tempo o rádio e o futebol foram passando por profundas alterações no caminho de uma modernização pela qual o próprio país passava. Foram nesses primeiros anos da parceria do futebol com o rádio que muitas inovações e práticas, utilizadas até os dias atuais, em uma transmissão esportiva surgiram.

Com o passar dos anos, várias outras emissoras começam a marcar presença nos estádios e nasce uma forte concorrência entre elas. Esta concorrência tem como um dos principais resultados a criação e desenvolvimento de equipamentos mais modernos para a cobertura esportiva, que garantem um som mais apurado, surge o microfone sem fio, as primeiras vinhetas e efeitos. Como contou o falecido jornalista Blota Júnior, um dos pioneiros das transmissões esportivas, em depoimento ao programa Globo Repórter de 1981. As necessidades que a cobertura de uma partida de futebol impunham foram resolvidas com avanços tecnológicos, que ficaram e contribuíram para o próprio desenvolvimento do veículo de comunicação.

Com estas primeiras transmissões, o futebol se populariza e os estádios passaram a ganhar cada vez mais torcedores. A rivalidade entre os clubes e Estados aumenta, cada grande clássico estadual ou confronto de seleções estaduais é um momento dramático. As rivalidades são potencializadas, o locutor não se limita a apenas relatar os lances, ele também é um torcedor em confrontos, por exemplo, entre as Seleções dos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo. É o tão conhecido bairrismo que entrava em campo na narração e

conseqüentemente no imaginário do torcedor. Vencer um confronto contra o principal adversário já não era somente uma questão esportiva, era uma questão de honra para o torcedor. O seu ídolo, time, Estado ou seleção nacional devem ser as melhores sempre, e o locutor também deve vibrar.

Um exemplo de como o bairrismo foi se transformando em uma das marcas das transmissões de futebol é o fato relatado por Roberto Cardoso em seu livro **O Marechal da vitória**. Em 1932 foi realizada em parceria entre as Rádios Clube do Rio de Janeiro e Record de São Paulo a transmissão do primeiro jogo entre as duas seleções depois do movimento constitucionalista, a narração que seria feita por Amador Santos levou aos paulistas a irritação.

“Quando o jogo começou, os paulistanos reunidos no largo da Misericórdia pareciam não acreditar no que ouviam. O speaker da Radio Clube do Brasil enaltecia cada toque de bola de Leônidas da Silva, Oscarino e Jarbas, da seleção carioca e quase não pronunciava o nome de Orozinho, Tunga, Imparato e Romeu, craques do combinado paulista.” (CARDOSO, 2005: p.59)

O resultado dessa transmissão foi os torcedores paulistas, indignados com Amador Santos, quebrando tudo no Largo da Misericórdia, inclusive o alto-falante que a Record mandou instalar.

Também é nesta época que o futebol passa por duas das suas mais importantes mudanças que até hoje trazem reflexos. O primeiro fato é a profissionalização do futebol que ocorre em 1933. O Presidente da República Getúlio Vargas havia chegado ao poder através de um golpe militar e desejava manter o futebol e os atletas sob controle. E para ele garantir este controle significava organizá-lo e colocá-lo sob as mesmas regras dos demais trabalhadores. Outro fato importante para a popularização do futebol foi a entrada do negro no esporte. O primeiro clube a aceitá-los foi o Vasco da Gama.

Uma das inovações mais importantes ocorre em 1940, com a fundação da Rádio Panamericana, de São Paulo. A Panamericana, hoje conhecida como Jovem Pan, foi a primeira emissora a se especializar em esportes com a criação de um departamento esportivo. E esta especialização a leva a revolucionar a forma de se transmitir futebol, até então tarefa exclusiva do narrador. Ela introduz as figuras do comentarista, repórter de campo e a do plantonista, basicamente a estrutura que ainda hoje é utilizada pelas emissoras de rádio.

Apesar de ter conquistado a confiança do ouvinte com a sua forma de relatar o futebol, ainda faltava para o rádio esportivo um desafio, a transmissão de uma Copa do Mundo. Isso ocorre em 5 de junho de 1938, na Copa da França, quando Gagliano Neto, após ter viajado de navio com a Seleção Brasileira por dezessete dias, transmite a vitória do Brasil por 6 a 5, contra a Polônia. Mesmo tendo ficado apenas em terceiro lugar, a transmissão dos jogos da seleção na Copa foram sucesso e Leônidas da Silva e Domingos da Guia voltavam da França com status de ídolos.

“Naquele tempo, nem todo mundo tinha aparelho de rádio em casa. As pessoas se amontoavam nas principais praças das capitais do país para ouvir, através de alto-falantes, as transmissões.” (MATTIUSI, 2004: p.82)

Podemos notar como foram importantes os primeiros anos seguintes a união do futebol com o rádio, são mudanças que até hoje trazem reflexos e contribuições para os dois. É nestes primeiros anos que eles se consolidam no imaginário do torcedor e se popularizam, surgem os primeiros grandes ídolos da torcida e alguns dos melhores radialistas esportivos. Foi no rádio que o futebol encontrou seu melhor porta-voz para levar sua força e emoção ao torcedor. Já naquela época, para o rádio o futebol era um espetáculo e os jogadores grandes artistas.

3 – O PAPEL DO RÁDIO ESPORTIVO NA CONSTRUÇÃO DO ÍDOLO DO FUTEBOL

A partir do momento que se encontraram, o futebol e o rádio nunca mais se separaram e ganharam um espaço de destaque na formação de opinião, conceitos e na identidade nacional brasileira. Tendo uma linguagem que conquistou o ouvinte, o rádio esportivo, ainda hoje, segue ocupando um papel destaque nas transmissões de partidas, mesmo, hoje o futebol tendo uma cobertura maior das outras mídias. Por que isso acontece? Também neste capítulo iremos abordar as mudanças que o futebol e o rádio passaram nos últimos anos, assim como a própria relação deles com o público e o processo de construção de ídolos no futebol.

3.1 – DA LATINHA AO BOLEIRO

Como já destacamos, no Brasil, o futebol não é apenas um esporte, a relação que o brasileiro mantém e desenvolveu com ele ao longo dos anos, décadas e conquistas o elevou ao status de paixão. Essa relação não se restringe apenas ao terreno dos gramados, no rádio esportivo ele encontrou o seu parceiro ideal. No rádio, o futebol se tornou um espetáculo popular e os jogadores verdadeiros “artistas” e o momento de encontro do veículo com o futebol coincide com uma época de profundas mudanças na estrutura brasileira, a década de 30.

Já nos anos 30, o rádio era o mais importante veículo de comunicação da época. Em um período em que não existia televisão ou internet, as informações, debates, sucessos musicais, novos ídolos eram disseminados através do rádio que rapidamente se tornou em um grande fenômeno de cultura de massas.

“O rádio é apresentado como um dos instrumentos que vai promover a integração nacional e o futebol, que vinha se tornando mania nacional, poderia perfeitamente colaborar com isso também.” (GUERRA, 2006: p. 21)

E promover uma maior integração e identidade nacional havia se tornado uma prioridade para o projeto de construção de nação planejado pelos novos governantes daquele momento. Até o início da década de 30, o Brasil era um país de características rurais. Ele havia se tornado uma República em 1889, mas ainda mantinha o mesmo modelo econômico do período imperial. A economia permanecia baseada na exportação de produtos agrícolas, com a sua população morando em zonas rurais e as cidades ainda pouco desenvolvidas.

Em 1930 o político gaúcho Getúlio Vargas chega a presidência do Brasil através de um golpe de estado, que foi acompanhado de uma convulsão social. Esse processo trouxe profundas mudanças na estrutura política, econômica e social brasileira. No poder, Vargas representava outros interesses, que o levam a romper com os paradigmas anteriores. Para consolidar essa nova ideologia também era importante a constituição de uma identidade e integração nacional.

O rádio era um dos meios que poderiam colaborar para essa construção e integração, pois ele havia se tornado, para as camadas populares, a principal referência cultural. A partir deste momento as diferenças territoriais passam a ocupar um papel secundário cedendo lugar a outros referenciais.

“A identificação territorial, que para a cidade e nação tem sido historicamente importante, cede lugar a identificações – o que é fundamental para a existência da comunidade – pautada por outros referentes, como ideologia, classe social, etc.” (PAIVA, 1998: p.76)

Essa construção sempre foi um desafio na história brasileira pelas dificuldades existentes para essa constituição, já que o Brasil é um país com dimensões e diferenças continentais. A era Vargas, ao compreender a potencialidade do futebol que passa por um grande desenvolvimento neste período com a entrada do negro nas competições, das transmissões das partidas pelas rádios e a realização da primeira Copa do Mundo foi o primeiro governo ou regime político nacional brasileiro a buscar se apropriar e controlar o futebol para submetê-lo aos seus interesses. Vargas profissionaliza o futebol para manter os jogadores e os clubes dentro do mesmo regime de seguridade social, trabalhista e legal em que se encontravam os demais trabalhadores.

Nesse momento histórico surge a concepção de que o futebol seria um meio de grande eficácia para se atenuar tensões políticas que naquele momento estavam aflorados, como destaca, Luís Carlos Ribeiro em seu artigo, Brasil: futebol e identidade nacional.

“O projeto de modernização que as elites locais em associação com o grande capital internacional desejavam, previa uma grande ação disciplinadora do espaço público, mas legitimada por princípios liberais e de autonomia dos indivíduos e das instituições.” (RIBEIRO, 2002)

Ao longo da história brasileira, não são raras as ocasiões em que governantes tentaram se apropriar da imagem do futebol brasileiro com interesses de fortalecerem seus projetos políticos. Depois da era Vargas, o futebol seguiu seu caminho de desenvolvimento e crescimento, cada vez mais as partidas de futebol se cercavam de maiores platéias que lotavam os estádios, as transmissões de futebol pelo rádio foram se modernizando, alguns dos melhores profissionais surgiram neste período, fazendo destas irradiações verdadeiros espetáculos. Os clubes foram se transformando em grandes nações de torcedores.

Crescem as rivalidades, surgem alguns dos maiores craques do futebol brasileiro e mundial, são realizadas competições nacionais como a Taça Brasil e o Torneio Roberto

Gomes de Pedrosa, o embrião do atual campeonato brasileiro e a Seleção Brasileira se transforma em motivo de orgulho nacional.

A Seleção Brasileira já havia encantado o torcedor com a conquista do título de campeã Sulamericana em 1919, no campeonato disputado no Brasil. Algumas partidas chegaram a reunir até 15 mil pessoas. A Copa do Mundo começou a ser disputada em 1930 e já em 1938 na França, a torcida se mobilizava para acompanhar aos jogos da Seleção Brasileira através do rádio. Esta foi a primeira Copa do Mundo que uma rádio brasileira transmitiu os jogos do Brasil o que depois dessa Copa se tornou um hábito.

Foi a partir da Copa de 1938 que a já existente empatia do brasileiro pelo futebol se tornou uma paixão de dimensão nacional. Agora, os torcedores rivais, por exemplo, de Flamengo e Vasco, Palmeiras e São Paulo, Atlético e Cruzeiro poderiam se reunir e vibrarem com as jogadas dos melhores jogadores nacionais, que usando as cores da bandeira brasileira entravam em campo para defender o nosso país.

E foi no futebol que encontramos um dos maiores motivos para ter orgulho de ser brasileiro. Se na economia temos dificuldades, na política muitas vezes a democracia foi subjugada, se somos considerados um país de terceiro mundo, pelo menos no futebol tudo é diferente. Dentro das quatro linhas o brasileiro só tem motivos para ter orgulho, a seleção é a recordista de títulos mundiais. Este é o país de Pelé e de alguns dos maiores gênios do futebol. Em seu livro, **As contradições do futebol brasileiro**, Jocimar Daolio afirma que cada país possui o futebol que merece e que no Brasil a sua importância é singular.

“Cada sociedade tem o futebol que merece, pois nele deposita uma série de questões e demandas que lhe são relevantes. O futebol é uma forma que a sociedade brasileira encontrou para se expressar.” (DAOLIO, 2000: p. 29)

Seguindo e analisando este raciocínio podemos afirmar que o brasileiro mantém uma relação com futebol muito maior do que a de um simples esporte. O futebol já é um traço da cultura nacional e é nele que é manifestado o sentimento de patriotismo, basta lembrarmos que é durante uma Copa do Mundo que mais vemos bandeiras do Brasil e as cores verde e amarela passam a ser usadas de maneira freqüente. Como escreve José Carlos Marques, em seu artigo **A copa do mundo é sempre nossa- a desvalorização do elemento estrangeiro e a afirmação da brasilidade por meios dos cronistas de futebol**, o que vale é a emoção e até o etnocentrismo é aceitável “somos os melhores” e desconstruir os outros, o estrangeiro é válido e importante porque reforçam a nossa identidade nacional.

Em uma partida de futebol estão reunidos os mais profundos sentimentos de alegria, fúria, descontentamento e paixão, durante os 90 minutos de um jogo de futebol nos encontramos e identificamos. É onde buscamos estabelecer laços comuns, de amizade com aqueles que compartilham simpatia por um mesmo time e de inimizade com o torcedor de outra agremiação. Não é comum falarmos que um jogo da Seleção Brasileira contra a Seleção Argentina, por exemplo, será uma “guerra”?

Pelo brasileiro se reunir e reencontrar sua alta estima no futebol, esporte que detém a supremacia mundial, Vargas buscou controlá-lo, assim como outros governos tomaram ações neste sentido. Outro exemplo de tentativa de intervenção se deu no período da Ditadura Militar. Os governantes daquela época pretendiam usar com fins de propagandear a doutrina política governamental e de acalmar os grandes conflitos sociais da época. Assim como Getúlio Vargas eles não conseguiram.

O futebol brasileiro, desde os primórdios até os dias atuais, possui uma legislação, dirigentes e uma estrutura conservadora e repleta de suspeitas de desvios e corrupções. Ele nunca se após as Ditaduras de Vargas ou Militar, mas os governantes destes períodos

também nunca conseguiram exercer o pleno controle do futebol, como revela Luís Carlos Ribeiro.

“O regime político interfere, manipula, explora ao máximo a estrutura corrupta e centralizadora do futebol, mas não lhe determinam.”
(RIBEIRO, 2006)

Ao contrário das análises que muitos escritores e personalidades já fizeram, o futebol não é o ópio do povo. Por mais que tentem utilizá-lo para propagandas e alienações ele se mantém independente, basta constatarmos que no período de mais forte intervenção, durante os anos 1964 a 1985, foram disputadas cinco Copas do Mundo e a Seleção Brasileira só foi campeã em uma ocasião, em 1970, no México. Estes governantes não conseguiram discipliná-lo e nem instalar o modelo de eficácia competitiva que almejavam.

Por mais que aja a intervenção estatal, quando a bola rola no gramado não existem ricos e pobres, governos mais fortes ou fracos. O que sempre definiu a vitória ou título é o jogador, a técnica o preparo físico. O futebol não segue pré-determinações e por mais que no Brasil ele tenha adquirido conotações mais intensas de paixão e drama ele continua sendo um esporte.

3.2 O FANTÁSTICO MUNDO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBOL PELO RÁDIO

Como já abordamos, o encontro do futebol com o rádio foi fundamental para que estes se desenvolvessem. Já se passaram mais de 70 anos da realização da primeira transmissão radiofônica de uma partida de futebol, e neste período a estrutura do futebol brasileiro e das transmissões radiofônicas passaram por profundas alterações. A Seleção Brasileira se tornou cinco vezes campeã mundial, muitas emissoras de rádio iniciaram a

prática de transmissões de futebol, as equipes esportivas ficaram mais completas com a entrada das figuras dos repórteres de campo, comentaristas e plantonistas, surgiu a televisão e uma nova forma de transmitir futebol. Após estas sete décadas e a chegada de novas mídias, ainda é muito comum vermos torcedores com “radinhos de pilha” nos estádios e as emissoras de rádio ainda hoje ocupam papel de destaque junto ao torcedor. Por que isso ainda acontece?

Definir as transmissões esportivas pelo rádio é algo muito complexo e sofreu ao longo dos anos um processo de modernização. Da primeira transmissão realizada em 1931 pelo paulista Nicolau Tuma, na Rádio Educadora Paulista, até uma narração dos dias atuais quase tudo mudou. O primeiro desafio enfrentado pelos pioneiros do rádio esportivo brasileiro foi o de criar uma linguagem nacional para o futebol, esporte de origem inglesa e que no Brasil foi introduzido pelas elites.

Entender, ler nos jornais a cobertura, as informações sobre um jogo ou ouvir no rádio uma partida de futebol era um desafio. Os principais termos utilizados, aqueles que qualificam os grandes lances da partida, a posição em que atuava cada atleta eram falados em inglês, isso em um país que naquele momento era pouquíssimo urbanizado. Aos poucos, os narradores daquela época compreenderam a importância de se romper com a língua inglesa e de se utilizar o português. Foi nesse período que o futebol no Brasil ganhou a sua própria linguagem, off-side virou impedimento; full-back, zagueiro; goalkeeper passou a ser goleiro, entre tantas outras contribuições para a linguagem do futebol criadas neste momento pelos primeiros narradores do rádio esportivo e que até hoje são usadas.

Essa ruptura com a língua inglesa, foi relevante na medida em que aproximou o futebol das classes sociais mais desfavorecidas como comenta o professor e jornalista Márcio Guerra.

“Assim foi criado o passaporte para que o torcedor de classes sociais menos favorecidas entendesse o jogo e passasse a frequentar os campos, mesmo que, em princípio, no alambrado, enquanto a elite desfrutava de arquibancadas (ainda pequenas) e das sociais (onde, como hoje, no turfe, ficavam senhoras desfilando seus últimos modelos).” (GUERRA, 2006: p.34)

De 1931 até o final dos anos 50 o rádio foi hegemônico na transmissão de partidas de futebol. A cada ano e campeonato disputado por equipes locais ou Copa do Mundo em que a Seleção Brasileira entrava em campo o rádio ganhava mais adeptos. Após “aportuguesar” os termos e qualificações das jogadas, trazer mais profissionais para as coberturas, o futebol pelo rádio se tornou um hábito para o brasileiro.

A televisão chega ao Brasil em 18 de setembro de 1950, quando é inaugurada a TV Tupi de Assis Chateaubriand. No final desta mesma década ocorrem as primeiras transmissões de partidas de futebol pela TV. Neste momento são feitas inúmeras profecias de que a chegada da televisão no futebol levaria o rádio esportivo a desaparecer, o que não aconteceu. Mais porque será que isso não aconteceu?

Para começarmos a discutir esta questão vale a pena colocarmos uma declaração do escritor e grande apaixonado por futebol Luís Fernando Veríssimo.

“Quando fui ao estádio pela primeira vez ver um jogo me decepcionei. Futebol no campo era emocionante, mas não tanto quanto era nas transmissões que eu ouvia no rádio.” (MATTIUSI, 2004: p.82)

Outra declaração que aborda um dos principais diferenciais do futebol pelo rádio em relação à cobertura realizada pela televisão é dada por Décio de Almeida Prado, em seu livro *Latejando com o Futebol, em seres, coisas, lugares*, São Paulo, Companhia das letras, 1997, p.204.

“O rádio, na voz exaltada dos locutores, dava aos jogos da época uma vibração que eles jamais tiveram, antes ou depois, com tamanha intensidade. É como se estivéssemos à beira do campo, seguindo a bola de pé em pé, porém libertos das limitações que a realidade impõem a imaginação, e, sobretudo, sem o implacável testemunho da televisão. Não havia partida que não tivesse contornos épicos.” (CAMARGO, 2005: p.31)

Fica claro nos dois depoimentos um dos elementos de maior destaque no rádio esportivo, a sua linguagem. A linguagem utilizada nestas transmissões pelo narrador e pelo resto da equipe é diferenciada da linguagem usada em uma partida de futebol transmitida pela televisão. Desde os tempos de Nicolau Tuma a linguagem utilizada é a da emoção, não era aleatoriamente que o próprio Tuma era chamado de speaker (metralhadora). O narrador deve ser vibrante, narrar lance a lance sem perder o detalhe, a linguagem é muito mais irreverente, solta, criativa.

Por primarem pela vibração é tão comum verificarmos que o futebol pelo rádio é muito mais emocionante. Essa forma consagrada de transmitir as emoções de uma partida de futebol diverge totalmente da maneira de transmitir o jogo pela televisão, que ainda não encontrou a sua própria linguagem futebolística. Em entrevista, Luís Penido, um dos narradores radiofônicos mais conhecidos do país é enfático ao destacar que a transmissão no rádio é muito mais dinâmica e vibrante, em comparação com a da televisão.

“A única coisa igual no Rádio e na TV é que gritamos gol, mais até a forma de gritar é diferente. A velocidade de transmissão da TV é em primeira marcha, no rádio é em quinta. No rádio você fala aquilo que lhe convém como informação, na TV você só fala o que está no vídeo.”¹

¹ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 28 de novembro de 2006 com o narrador Luís Penido

É essa vibração, emoção passada a cada momento pelo narrador, complementada pelo detalhe do repórter e explicada pelo comentarista que seduziram o torcedor brasileiro. Mesmo a partir dos anos 90, com a maior proliferação de partidas de futebol pela televisão, o surgimento da internet, e de revistas e sites especializadas em futebol, ainda é certo dizer que o futebol permanece sendo um espetáculo eminentemente radiofônico.

O brasileiro se habituou a acompanhar futebol pelo rádio. Nas transmissões radiofônicas o imaginário é acionado no torcedor, que a partir do relato do narrador desenvolve na sua cabeça o lance, o drible o gol. É estabelecida uma relação de cumplicidade e amizade com narrador, a imaginação é muito mais importante do que os olhos, pois a imaginação não possui barreiras.

“O narrador é o mediador do espetáculo com o torcedor. Por envolver a emoção é comum o torcedor se relaciona muito com a superstição e dizer, por exemplo, que um narrador da sorte ou azar. O discurso emocional do narrador é importante e faz a diferença, trabalha o imaginário.” (GUERRA, 2006: p.51)

Além de possuir uma narrativa mais vibrante, veloz e dinâmica, os jornalistas radiofônicos se diferenciam intensamente das outras mídias na cobertura do futebol por utilizarem uma linguagem menos formal. Ao simplificarem e popularizarem esta linguagem eles fortalecem a relação de proximidade com o ouvinte. No rádio esportivo é comum o uso de gírias, dar apelidos aos jogadores, os ouvintes são chamados de “meus amigos”.

Essas características tiveram origem nos primórdios do rádio e até hoje estão presentes. É só pensarmos, quem apelidou Zico de Galinho de Quintino? Quem apelidou

Edmundo de Animal? Nos dois casos foram radialistas esportivos. No primeiro caso, Waldir Amaral, na década de 70 e, no segundo, Osmar Santos, nos anos 90.

Os radialistas esportivos se preocupam em estar em sintonia com o público e é a partir desta sintonia que retiram muitos dos termos que passam a utilizar nas transmissões. Basta pensarmos na quantidade de gírias populares e termos utilizados na música, novela, filmes ou nos bares que são levados ao rádio. Quando a bola entra na rede o grito não é simplesmente de gol. Para Édson Mauro é “bingo”, Luís Carlos Silva faz referência a um antigo sucesso do Axé brasileiro ao falar “essa aí passou, essa aí passou”, para José Carlos Araújo o grito é de “entrou”, para Waldir Amaral “tem peixe na rede”, para Ruy Fernando o autor do gol “é o cara”.

As transmissões esportivas pelo rádio se constituem como um mundo de fantasia para o ouvinte. A bola pode ser chamada de maricota (José Cabral), gorduchinha (Osmar Santos). O craque é quem “come a bola”, o pior em campo é “a baranga do jogo” (Gérson), ou o “mortinho” (Luís Penido), a bola na trave merece o grito “balançou mais não caiu, bambeou, bambeou” (Ivan Costa), próximo de finalizar para o gol é hora de dizer “se for pro gol me chama que eu vou” (Dirceu Maravilha), quem está jogando bem é “o danadinho” (Maurício Menezes), um grande clássico é “uma briga de cachorro grande” (Washington Rodrigues), o jogador que freqüentemente está no departamento médico é o “chininho” (Ronaldo Castro).

É essa linguagem estereotipada, popular mais não vulgar que conquistou o torcedor. Uma das brincadeiras mais comuns da infância de qualquer criança é jogar botão e as partidas são comumente acompanhadas de narrações. Qual o estilo de narração utilizada por qualquer um destes narradores mirins? A do futebol pelo rádio ou a da televisão? A resposta é bastante óbvia porque ainda falta para a televisão encontrar uma forma de

transmitir futebol com emoção sem imitar o rádio, que a mais de 70 anos possui a sua própria linguagem. Essa linguagem é a do futebol, a do torcedor que vai aos estádios, como conta o repórter esportivo da Rádio Tupi do Rio de Janeiro, Paulo Júnior.

“É a linguagem de um torcedor apaixonado capaz de fazer de tudo para ajudar o time numa partida. A diferença para TV é que o rádio você faz o ouvinte imaginar, fantasiar em cima da narração e isto emociona, a linguagem da televisão vem como informação complementar, o torcedor já está vendo o lance e até mesmo rever para tirar dúvidas, não emociona.”²

Outro aspecto que pesa fundamentalmente favorável ao rádio é a sua relação e tradição familiar. Até pelo fato de durante muitos anos ter sido hegemônico nas transmissões esportivas (mais de 20 anos), é muito comum se começar a ouvir o rádio, principalmente a parte esportiva a partir da influência de algum familiar. Para muitos essa relação se desenvolve a ponto de se tornar uma profissão, como é o caso do repórter esportivo da radio Globo do Rio de Janeiro, Rafael Marques.

“Meu primeiro contato com o rádio foi domiciliar. Meu avô paterno ouvia rádio praticamente 24 horas por dia, dormia com o rádio ligado, e, fundamentalmente, ouvia a Radio Globo em que hoje trabalho. Eu, com 7 ou 8 anos, gostava de ouvir rádio, me seduzia ouvir as transmissões esportivas, principalmente as do meu time o Vasco.”³

Essa facilidade de transporte que o rádio possui em relação à televisão é outra importante vantagem. Talvez hoje não vejamos a mesma quantidade de torcedores com “radinhos” a pilha nos estádios em comparação a outras épocas. Mas ainda é um fenômeno interessante e representativo. Existe uma relação de companheirismo e de dependência tão grande do ouvinte com o rádio e os seus radialistas prediletos que ele é um instrumento necessário para o torcedor acompanhar uma partida no estádio, como comenta o repórter da Rádio CBN de Florianópolis, Leandro Lessa.

² Entrevista realizada, por email, com o repórter esportivo Paulo Júnior.

³ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Rafael Marques.

“Porque não há nada como acompanhar o jogo no estádio, no calor da torcida, e ainda com o ouvido ligado no radinho. O que ele ouve no rádio serve para ele tirar as dúvidas dos lances e “discutir” com os comentaristas o que está certo ou errado. Repórteres que trabalham junto à torcida e a participação do ouvinte via telefone (ou até e-mail) são importantes nesse ponto.”⁴

O torcedor se acostumou com a intermediação do rádio, com ele ligado, como disse Luís Fernando Veríssimo, o jogo é sempre mais emocionante. No rádio cada partida se torna um espetáculo e o ouvinte se gosta da dinâmica existente em uma transmissão de futebol pelo rádio. Nestas transmissões não são apenas os jogadores com a bola nos pés que merecem destaque. Os detalhes são sempre abordados pelo repórter. A prestação de serviço é uma prioridade, com informações do trânsito em volta ao estádio, segurança, condição de saída ou entrada ao estádio. A cobertura é muito mais completa, fato que iremos abordar no capítulo seguinte.

“Através da linguagem, da retórica do narrador, é estabelecido o laço afetivo com a torcida, que, mesmo estando no estádio ou vendo a partida pela televisão, sente a necessidade da intermediação do rádio.”
(GUERRA, 2006: p.42)

Na hora de um lance duvidoso como um pênalty, expulsão, bola entrou ou não, por exemplo, o torcedor sentado nas arquibancadas pode ter formado uma opinião, mas mesmo assim ele fica ansioso para saber qual a opinião do comentarista sobre o mesmo lance. Se as opiniões coincidirem o torcedor não tem mais a mínima dúvida, nem faz necessário no outro dia ver o lance pela televisão. Se as opiniões forem discordantes no mínimo ele fica em dúvida, chegando algumas vezes ao incrível de reconhecer que o lance era difícil.

Historicamente quando se procura definir a relação do rádio com a sociedade e os ouvintes, um dos aspectos mais lembrados é que ele é companheiro, amigo e até um

⁴ Entrevista realizada, por email, com o repórter Leandro Lessa.

professor. Estas definições podem ser consideradas românticas, mas também podem ser utilizadas no momento de falar do rádio esportivo. O futebol tem comum uma de suas principais características, certamente a sua maior qualidade, a imprevisibilidade.

Diferente da grande maioria dos demais esportes, no futebol nem sempre a melhor equipe ganha, o estado de favoritismo não é um dado decisivo. Ele pode ser praticado nas ruas, praças, vielas e possui regras simples de entender. Essa imprevisibilidade fez com que em torno dele fosse criado um mundo de superstições e lendas. Décadas atrás o falecido cronista esportivo Benjamim Wright declarou que o futebol era uma caixinha de surpresas, onde tudo poderia acontecer. Nelson Rodrigues atribuía lances ao sobrenatural de Almeida. O Vasco da Gama, até poucos anos atrás, tinha como o massagista o lendário Pai Santana que notabilizou-se por fazer trabalhos de macumba contra os times e craques adversários. O botafogo é repleto de lendas e superstições que levam alguns a dizerem que “tem coisas que só acontecem com o Botafogo”. Entre tantas outras histórias.

É neste cenário onde a imaginação, lendas e histórias estranhas tem destaque, que os jornalistas radiofônicos, em algumas ocasiões, também são envolvidos e se tornam personagens em credices do torcedor brasileiro. Quem nunca se queixou de determinado narrador? Um exemplo disso me foi relatado, em conversa informal, pelo sociólogo Eduardo Freitas. Botafoguense fanático, ele me contou que jogo do Botafogo que vai ser transmitido pelo narrador Edson Mauro, da Rádio Globo, do Rio de Janeiro, ele não ouve.

“Se eu ligar meu rádio para ouvir um jogo do Botafogo e vier a informação que ele vai ser narrado pelo Édson Mauro já desligo o rádio, sei que vamos perder. Já pode apostar na Loteria Esportiva que o Botafogo vai perder. Ele é muito azarado para a gente.”⁵

⁵ Relatada feito durante conversa em bar, no mês de Junho, pelo Cientista Social Eduardo Freitas.

E essa situação não é isolada, pelo rádio manter grande proximidade com o torcedor e ser caracterizado por envolvê-lo em um jogo de imaginação, vibração e emoção. Pela sua linguagem descolada e popular os jornalistas radiofônicos também fazem parte do espetáculo. Espetáculo que também pode ser considerado as transmissões esportivas no rádio e que nos últimos vem se tornando mais moderno. No passado, para exercer a função de narrador esportivo, ou qualquer outra tarefa dentro de uma equipe de rádio esportivo, era quase que um pré-requisito ter uma voz de grande qualidade, grave e um vocabulário rebuscado.

Estas situações aos poucos foram deixadas em segundo plano, evidentemente que possuir uma voz atraente é fator considerado, mas segundo o jornalista e coordenador geral da equipe de esportes da Rádio Globo do Rio de Janeiro, Eraldo Leite o mais importante é a informação e a capacidade jornalística do narrador, comentarista ou repórter.

“Já se passou à época em que tudo era voz, importante hoje é como o jornalista trata a informação, ter uma linguagem moderna. Essa questão de ter vozeirão acabou no momento em que apareceu o Kleber Leite que era um grande repórter de campo e o próprio José Carlos Araújo. Os dois nunca tiveram vozes incríveis, mas sempre foram brilhantes.”⁶

E essa modernização das transmissões de futebol pelo rádio não se restringe a questão do fim da imposição da voz de grande qualidade. Outra importante mudança foi a chegada do humor no rádio esportivo, brincadeiras e descontração. Algumas rádios de São Paulo utilizam comediantes em suas transmissões, a Rádio Nacional durante muitos anos teve Chico Anysio como membro de sua equipe de esportes, na condição de comentarista. Hoje a Rádio Globo RJ conta com a jornalista Andréa Maciel, que durante as transmissões

⁶ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Eraldo Leite.

incorpora o papel de “Maria Chuteira”, como se fala nestas transmissões, ela fica “zoando os torcedores”.⁷

Outra jogada de craque que foi incorporada às transmissões esportivas é a utilização de vários efeitos sonoros, músicas, vinhetas e chamadas. O objetivo é o de dar uma roupagem mais moderna e descontraída para o rádio esportivo. Assim ele atraiu a audiência dos mais jovens que teriam resistência a acompanhar as transmissões de futebol no rádio da mesma maneira como eram feitas no passado, como relatou o repórter esportivo Rafael Marques.

“Certamente o rádio esportivo de hoje é muito mais dinâmico, moderno, descontraído, agradável e atraente do que o de antigamente. Os mitos da linguagem rebuscada e da voz ótima foram derrubados e foi isso que manteve acesa a chama do rádio esportivo. Eu acredito que um ouvinte jovem não conseguiria ouvir hoje uma transmissão de Waldir Amaral, ou do Antônio Porto.”⁸

3.3 O RÁDIO ESPORIVO E O ÍDOLO NA ERA DO FUTEBOL NEGÓCIO

A partir da década de 90, o mundo passou por profundas mudanças estruturais, sociais, políticas e principalmente econômicas. Com fim da União Soviética, em 1991, e a queda do regime socialista na maioria dos países que seguiam este modelo econômico, o capitalismo se tornou hegemônico.

Este modelo econômico é pautado na obtenção de lucros em todos os segmentos e o futebol, já nos anos 80, vinha se tornando cada vez mais profissional e rentável financeiramente. Mas foi a partir da década passada que ele de fato passou a viver uma

⁷ “Maria Chuteira” é um conhecido termo utilizado no mundo do futebol, que qualifica as meninas que geralmente freqüentam os treinos de equipes ou que tradicionalmente namoram jogadores de futebol. A jornalista Andréa Maciel, interpreta esse conhecido personagem nas jornadas esportivas da Rádio Globo, Rio de Janeiro.

⁸ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Rafael Marques.

fase de completa mercantilização. Com a globalização que interligou todas as partes do mundo, todos os clubes, resultados, conquistas e principalmente jogadores que se destacam passaram a ser noticiados em todas as partes do planeta.

Acabou-se o tempo de um futebol romântico, onde o jogador era revelado nas categorias de base de um determinado clube, se destacava neste time, tornava-se um ídolo da torcida e lá construía sua carreira. Hoje, o mundo do futebol em nada se diferencia do mundo dos negócios. O chamado amor à camisa, identificação com a torcida, gratidão já quase não existem mais. Exemplos disso são atualmente, os jogadores Rogério Ceni e Marcos, goleiros que já estão a mais 10 anos no São Paulo e no Palmeiras, respectivamente. Os dois são considerados jogadores à moda antiga, exceções no de futebol.

O Brasil e todos os outros países de menor poder aquisitivo foram empurrados a uma situação de meros exportadores de “mão de obra” muito qualificada, no caso brasileiro, a mais vencedora do mundo, a preços modestos para os compradores, mas altíssimos para os padrões de um país de terceiro mundo.

Em países menos favorecidos economicamente como o Brasil, ser jogador de futebol não é apenas um desejo de atuar e ganhar títulos pelo “time do coração” ou pela Seleção Brasileira, chegar a ser um profissional do futebol é, em inúmeras ocasiões, a única possibilidade de ascensão social para muitos jovens.

Em uma sociedade interligada mundialmente, a cultura de massas acaba por também estimular a criação de exemplos, modelos, referências, isto ocorre em muitos segmentos, estas figuras são chamadas de ídolos. Chegar a essa condição não é fácil, ser

um ídolo de alguma grande torcida do futebol mundial requer qualidade e principalmente exposição na mídia.

O jornalista Marcio Guerra, em sua tese de doutorado afirma, que as sociedades possuem a necessidade de transcendência e encontram essa transcendência criando verdadeiros super-heróis.

“Toda sociedade tem a necessidade de transcendência. Essa transcendência de tornar um homem comum em um homem diferente é a que proporciona o surgimento de toda a legião de deuses, heróis e super-heróis.” (GUERRA, 2005: p.57)

O ídolo é aquele que se diferencia dos demais, ele é o jogador mais talentoso, aquele que desequilibra a partida, faz gol de placa, tem o nome gritado pela torcida, gera polêmicas e no futebol ele nem sempre é o melhor exemplo a ser seguido. Ao redor dele todos querem estar, porque o ídolo carrega o status de ser diferenciado, imbatível, destaque na mídia.

Em tempos de futebol comercial, movimentando bilhões de dólares por ano em transações em de jogadores, contratos publicitários, venda de direitos de transmissão de jogos para emissoras de televisão. Atualmente até clubes de futebol estão sendo vendidos. Juventus, Chelsea, Milan são clubes que possuem donos, inclusive com ações sendo negociadas em bolsas de valores.

O grande motor que impulsiona toda esta indústria permanece sendo o jogador de maior talento, o ídolo. São estes “fora de série” que levam os torcedores para os estádios, protagonizam comerciais, vendem camisas e outros produtos dos times em que jogam, garantem a emoção das competições e alimentam a salutar rivalidade entre clubes. Eles, além de fazerem a diferença dentro dos gramados, também garantem grandes retornos financeiros.

Um exemplo da importância, também comercial, do ídolo para os grandes clubes e o futebol ficou comprovado no episódio da contratação do meio de campo inglês David Beckham, pelo Real Madrid. Tecnicamente é um jogador sobre quem sempre recaiu críticas e questionamentos por parte de especialistas em futebol, ele é ou não craque? Ele teria mais marketing do que futebol? Estas dúvidas não impediram que ele fosse recepcionado como um herói pela torcida merengue, rapidamente ele tornou-se o jogador de maior retorno financeiro do clube.

“Enquanto Beckham era fotografado, o Real Madrid anunciava que já havia registrado a venda de cerca de 8 mil camisas com o número 23, que é o que o jogador utiliza no novo clube.” (GUERRA, 2005: p.188)

A importância do ídolo para o futebol é imensa. É comum ouvir uma antiga história, de que um clube até consegue resistir a um longo período de jejum de títulos, mas não a ausência de ídolos. O ídolo é o craque, é aquele que com a bola nos pés faz a diferença e fora das “quatro linhas” traz dinheiro para o clube e conquista novos torcedores.

E não foi somente o futebol que passou por mudanças no seu funcionamento com a chegada dos anos 90 e a sua maior comercialização. O jornalismo radiofônico, na cobertura do futebol, também foi forçado a se adaptar aos novos tempos, o que trouxe profundas mudanças no trabalho realizado pelos profissionais do rádio esportivo.

As principais mudanças foram trazidas com a instalação de assessorias de imprensa nos clubes de futebol e no rádio, com a popularização da prática da realização de transmissões à distância, os conhecidos “geladões” ou off tube. Essas duas alterações mudaram completamente o trabalho de cobertura esportiva no jornalismo radiofônico.

O advento da Assessoria de Imprensa é considerado algo inevitável pela maior valorização que os jogadores e o próprio futebol tiveram na década passada. A figura do assessor de imprensa nos clubes já existe a anos, a novidade é que, a partir da Copa América de 1999, realizada no Paraguai, a Seleção Brasileira, a mando do seu então técnico, Wanderley Luxemburgo fez a Assessoria da Seleção adotar algumas medidas que já eram comuns no futebol europeu. Foi nesse momento que a imprensa passou a ter limitações no acesso aos jogadores e as entrevistas coletivas se tornaram praticas comuns. A partir dessa competição, esse modelo se tornou o utilizado pelos clubes.

A grande reclamação dos jornalistas radiofônicos é que as assessorias de imprensa, ao invés de facilitarem o trabalho dos jornalistas, atrapalham a cobertura ao impor limites e dificuldades. Hoje, ficou mais difícil fazer um trabalho diferente no jornalismo, já que todos são forçados a acompanharem as mesmas declarações, e muitas vezes os jogadores escolhidos para estarem na entrevista coletiva são aqueles sem grande interesse jornalístico, como O repórter esportivo da Rádio Tupi, do Rio de Janeiro, Eugênio Leal.

“Tem dificultado imensamente o trabalho. As assessorias dos clubes ainda não encontraram seu caminho e têm sua função distorcida pelos desmandos de dirigentes vaidosos que não sabem o que é o trabalho da mídia. As assessorias criam todos os obstáculos para dificultar e padronizar o trabalho da imprensa em geral. Acho que isso vai mudar com o tempo, quando eles encontrarem seu verdadeiro papel. Mas nada volta a ser como antes na vida.”⁹

Se essa limitação é considerada nociva para o rádio esportivo, por impor limitações a cobertura jornalística, ela também chega a ser negativa para os próprios jogadores que perderam espaço na mídia. Antes, quase todos os jogadores tinham espaço para serem destacados no rádio, agora são apenas alguns jogadores, como comenta o narrador radiofônico, Luís Penido, da Rádio Tupi RJ.

⁹ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, com o repórter esportivo Eugênio Leal.

“É pior para os jogadores que perderam visibilidade e espaço na mídia. A assessoria é um mal para os jogadores. Hoje você não consegue entrar no vestiário, mas o empresário entra. Para a imprensa, o que sobressai é a criatividade do profissional, aqui, por exemplo, fala quem nós queremos que fale, não aceitamos as tentativas de imposição dos clubes.”¹⁰

Além dessa mudança que obrigou o jornalista radiofônico a se tornar mais criativo para conseguir produzir um material mais diferenciado e amplo, outra importante alteração é massificação dos “geladões”. “geladões” ou off tube(nota), são as transmissões à distancia, quando uma Rádio está transmitindo uma partida de futebol a partir da imagem transmitida pela Televisão. No passado essa forma de transmitir jogos acontecia ocasionalmente e era chamado de serviço especial. Mas hoje essa pratica se tornou comum, e serviço especial vem se tornando as ocasiões em que toda a equipe esportiva está transmitindo o jogo direto do estádio.¹¹

Essa pratica é considerada negativa e muito arriscada, já aconteceram várias ocasiões em que gols não foram transmitidos, jogos inventados, lances mal comentados, porque a equipe de transmissão, ao realizar um off tube fica limitada a aquilo que é mostrado pela TV. Há situações do sinal do satélite sair do ar, lances acontecerem enquanto a TV está mostrando o replay. Um exemplo dessas situações inusitadas é contada pelo jornalista Áureo Ameno, da Rádio Haroldo de Andrade, do RJ.

“Esse negócio de geladão só é bom para o dono da emissora que quer cortar custos. Teve uma ocasião em que o Vasco foi jogar na Bahia, em Jequié, eu era o repórter de campo e estava lá e o Edson Mauro, se não me engano, iria narrar um geladão do Rio. No meio do jogo o sinal da televisão cai e o Édson é forçado a inventar um jogo e lá em Jequié a audiência da Globo era total, ouvia-se a transmissão da Globo no estádio. E com aquele invenção eu passei a maior vergonha da minha vida, era lance de gol do Vasco, o Édson estava narrando lance do time local, e todo mundo no estádio vendo o que estava acontecendo. E a culpa era de quem? Do maldito geladão.”¹²

¹⁰ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 28 de novembro de 2006 com o narrador Luís Penido.

¹¹ “Geladões” ou off tube é o nome dado as transmissões à distância, quando uma equipe está transmitindo o jogo sem estar presente no estádio. São transmissões feitas a partir da imagem da televisão.

¹² Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 28 de novembro de 2006 com o narrador Áureo Ameno.

Relatos de situações como essa são comuns, de forma geral até as grandes emissoras brasileiras estão recorrendo aos “geladões”, em partidas que serão disputadas em cidades mais distantes, com apenas um repórter sendo mandado ao estádio nestas ocasiões. Para se ter uma idéia, duas das maiores emissoras de rádio do país, Globo e Tupi do Rio de Janeiro, possuem em suas sedes estúdios exclusivos para a transmissão de “geladões”.

Os danos causados por uma transmissão realizada através da utilização do “geladão” são ainda maiores do que somente a perda de credibilidade que pode acontecer como no caso relatado por Áureo Ameno. A própria transmissão perde em vibração, prestação de serviços, nos detalhes. Ao fazer o “geladão”, o rádio passa a até imitar a televisão. Quando o comum é o contrário. É o rádio que tem uma linguagem “futebolística” que é costumeiramente imitada pelas outras mídias.

A explicação para a instalação das Assessorias de Imprensa nos clubes, se relaciona a maior profissionalização do futebol e a proliferação das transmissões em off tube, a questões econômicas, dificuldades comerciais das rádios e a existência em algumas competições de caros direitos de transmissão. A maioria dos jornalistas radiofônicos, desejam um retorno ao modelo antigo, mas a avaliação é a mesma, de que dificilmente isso irá acontecer. Eraldo Leite é um dos que confirmam isso.

“Possível é, mas, quando acontece uma mudança radical como essa, é difícil de voltar. A assessoria cerceia o nosso trabalho e o “geladão” é uma coisa da economia moderna. As empresas estão cortando custos e funcionários para economizar e o rádio também. É uma questão empresarial e isso só vai melhorar se algum dia o Brasil virar um país rico.”¹³

¹³ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Eraldo Leite.

4 O JORNALISTA RADIOFÔNICO E O TORCEDOR

Ao longo deste trabalho relatamos a importância do rádio esportivo para o futebol, como que a partir do momento da realização da primeira transmissão de uma partida de futebol pelo rádio, isso em 1931, os dois se desenvolveram. No Brasil, este casamento encontrou todas as características para ser eterno. Destacamos como que a linguagem do rádio facilitou essa relação e iniciamos o debate sobre a importância do ídolo para o futebol. Mas será que hoje, em pleno século XXI, o rádio esportivo ainda possui um papel de destaque na construção do ídolo do futebol? Dentro das quatro linhas a torcida vibra com os grandes jogadores e alguns destes se tornam ídolos, mas será que jornalistas radiofônicos também começam a se tornar ídolo dos torcedores? São estas questões que debateremos neste próximo capítulo.

4.1 A INFLUÊNCIA DO JORNALISMO RADIOFÔNICO NO TORCEDOR NO MOMENTO DE CONSTRUÇÃO DO CONCEITO DE ÍDOLO.

O rádio ao longo de seus mais de 80 anos de existência no Brasil, sempre foi alvo de inúmeras análises, e até “profecias”, quando a televisão chegou ao Brasil dizia-se que ele iria acabar. Quando a Televisão começou a transmitir partidas de futebol, no final dos anos 50, falou-se que o rádio não teria mais espaço, afinal quem iria ficar ouvindo uma partida de futebol se poderíamos assisti-la?

Após mais de 30 anos da convivência e disputa com a televisão, essas análises voltaram a ganhar força na década de 90 quando a televisão passa a transmitir um número muito maior de partidas de futebol do que em períodos anteriores. A cobertura passa a ser muito intensa, com mais programas diários dedicados ao esporte, mais espaço e matéria nos telejornais, surge a televisão por assinatura com alguns canais dedicados

exclusivamente a esportes e a própria internet, nela são criados vários sites especializados em futebol.

Neste cenário de mudanças, trazidas com a chegada dos anos 90, como que rádio esportivo ficaria? Será que seria o seu fim? Tentaremos responder esta pergunta e dizer se o rádio esportivo ainda possui grande influência nos torcedores de futebol, fazendo a discussão a respeito do papel que ele exerce sobre o público no momento construção do conceito de ídolo.

“O esporte é um importante fenômeno social de massa, e a competição é um espetáculo para entreter a massa e o ídolo é um dos componentes mais importantes, desse processo. Muitos deles são fabricados através da veiculação das mídias e, para se sustentarem, permanecerem no Olimpo, têm a necessidade de estar em evidência na mídia.” (CAMARGO, 2006)

Como o abordado no capítulo anterior, o ídolo é a grande estrela do futebol, é aquele que leva o torcedor para o estádio, alimenta rivalidades, vende produtos e atrai novos torcedores. Ele realiza nossos sonhos de ser um herói, uma liderança, alguém que se destaca na multidão por ser diferente, ter mais talento e qualidade que os demais. Ao contrário do que se poderia esperar, o rádio esportivo ainda é um elemento decisivo na recepção do público que gosta de futebol e na formação de opiniões e análises.

Isso acontece essencialmente pela forma como o rádio atua na cobertura esportiva. Em primeiro lugar, por mais que a televisão, atualmente, realiza um número bastante superior de transmissões esportivas em relação aos anos anteriores, suas este número ainda é inferior ao realizada pela maioria das emissoras de rádio. Basta que peguemos como exemplo o Campeonato Brasileiro. As emissoras de televisão aberta que possuíam o direito

de transmissão dos jogos, transmitiam apenas dois jogos por semana, as quartas e domingos e, muitas vezes, não é o jogo do seu time.

Enquanto isso, as emissoras de rádio transmitem jogos todos os dias que tem partida marcada. Sendo menos partidas transmitidas também é menos espaço de exposição para que um jogador se destaque e venha a ser considerado um ídolo. É só pensar em quantas partidas, em média, uma pessoa que gosta de futebol ouve do time do qual é torcedor, e quantas partidas ela assiste na televisão? A realidade da televisão é a de realizar uma cobertura esportiva quantitativamente bastante inferior a do rádio.

Mesmo a televisão a cabo, com alguns canais dedicados exclusivamente à cobertura esportiva, não consegue reverter este quadro. Afinal, no Brasil qual é o percentual de torcedores que tem condição de pagar TV por assinatura ou que tem acesso à internet? A maioria dos torcedores não tem condições financeiras nem de acompanhar todas as partidas de seu time no estádio e acabam recorrendo a companhia do rádio.

Outra vantagem do rádio sobre a televisão está no fato dele, em geral, ser regional. A maioria das emissoras de rádio do país não funcionam ligadas em rede nacional, o que possibilita a apresentação de um produto mais interessante para o torcedor. No rádio o foco é o clube do qual você é torcedor. Você ouve mais notícias sobre o seu ídolo e os adversários. Na televisão o espaço é sempre menor, pois existe a necessidade de levar as informações e realizar uma cobertura nacional.

Além do número maior de partidas, o rádio é superior na cobertura esportiva e se destaca na construção do ídolo junto ao torcedor, por possuir um espaço maior dedicado ao futebol em sua grade de programação. Um dado de grande relevância nessa discussão se relaciona ao tratamento dado a uma partida de futebol por uma emissora de televisão e uma

de rádio. A televisão começa a falar da partida que ela irá transmitir alguns minutos antes da começar a rolar, já no rádio o futebol é assunto durante toda a programação, como o repórter esportivo das Rádios Transamérica do Rio de Janeiro e Tropical de São Paulo, Leonardo Baran.

“A transmissão pelo rádio tem um volume maior de informações, pelo fato de ter repórter 24 horas ao lado de um clube, os radialistas são mais bem informados. A diferença em relação a TV é a emoção de quem houve. Pela falta dos “olhos” o rádio trabalha o lúdico, o imaginário do torcedor.”¹

É durante essa programação mais extensa que o rádio esportivo faz a diferença em relação às outras mídias na cobertura esportiva. Por ter um amplo espaço dedicado ao esporte, ele acaba atingindo um grande público. Como relata Eraldo Leite, durante a semana são veiculados programas diários que atualizam o ouvinte sobre tudo o que está acontecendo nos clubes. Aos sábados e domingos essa cobertura se torna mais completa. As emissoras de rádio começam a falar de futebol ainda pela manhã nestes dias.

Ao longo desse tempo são transmitidas as últimas notícias dos times, feitas matérias especiais com os craques, são apresentados programas de debate com os comentaristas da emissora, são dadas as informações sobre a situação do trânsito ao redor do estádio. No final do jogo ainda é realizada resenha final, onde o comentarista faz a análise da partida elegendo o craque do jogo, o pior em campo, fala da arbitragem.

No rádio é criado todo um clima para o jogo, o resultado é que os torcedores se acostumaram a ter o rádio como o seu companheiro. Ele está muito mais presente no seu dia a dia, é mais antigo na transmissão do futebol e conquistou maior credibilidade junto ao público. No rádio uma partida de futebol ganhou o rótulo e o tratamento de um espetáculo,

¹ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Leonardo Baran.

os jogadores são chamados de “artistas do espetáculo” e os principais jogadores são acompanhados diariamente, o craque está sendo sempre destacado e enfocado.

Somando-se ao fator tempo de exposição, que no rádio é intensamente superior ao da televisão, outro elemento que colabora para o rádio ter um papel de destaque na construção do conceito de ídolo no imaginário do torcedor é a crítica. Por atuar essencialmente no imaginário do torcedor, sendo mais emocionante e vibrante, a própria crítica do comentarista acaba sendo muito mais dramática e passional, ela acontece no calor do jogo. É uma análise mais apaixonada e próxima do torcedor. O melhor em campo é chamado de craque do jogo, em algumas emissoras ganha até prêmios e o pior é chamado de “mortinho”, “baranga”.

Por ter a obrigação de produzir mais material de reportagem para cobrir o espaço que dispõem nas emissoras de rádio, os jornalistas radiofônicos têm a vantagem de não ficarem tão presos à pauta jornalística. Eles realizam um trabalho mais factual e livre, por realizarem uma cobertura diária para um veículo que também é conhecido pelo imediatismo.

“O rádio tem uma obrigação muito maior com o factual do que a televisão. Ele é essencialmente informativo. Eu costumo dizer que um repórter de rádio e um de televisão podem fazer o mesmo treino, mas o repórter de tv tem um olhar muito mais crônico e o de rádio muito mais jornalístico. A TV é muito presa a uma demanda de pauta. O rádio até tem suas pautas, mas trabalha muito mais o quente.”²

Além de garantir muito mais espaço para o jogador, ter uma crítica mais apaixonada, cobertura factual e “mais quente”, que garantem uma inserção importante do veículo rádio sobre o torcedor. Fatores que impulsionam e garantem ao Rádio um papel de destaque na formulação de conceitos esportivos junto ao ouvinte, em especial o conceito de

² Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Rafael Marques.

ídolo. Ele, por buscar em todos os momentos a valorização do futebol, também está sempre impulsionando ou procurando encontrar novos ídolos.

Como foi discutido no capítulo anterior, hoje o futebol se tornou um grande negócio que está inserido na economia mundial, como parte da indústria de entretenimento, por isso ele segue as regras da economia moderna que garantem vantagens aos países mais ricos. É comum vermos jogadores com menos de 20 anos, que apenas começaram a se destacar no futebol brasileiro, serem negociados para clubes estrangeiros. É fato inquestionável que os principais jogadores brasileiros da atualidade estão jogando em clubes europeus, no país ficam os que estão começando a carreira, os de menor qualidade técnica e aqueles que não tiveram êxito no exterior ou que estão em fim de carreira.

O rádio em vez de entrar neste clima de decadência e dificuldades do futebol praticado nas competições nacionais, busca promover o espetáculo através de valorizá-lo junto ao torcedor. E a forma mais efetiva de fazer essa promoção é através da criação de novos ídolos, enquanto que muitas vezes, emissoras de televisão preferem se dedicar a transmissão de competições do futebol europeu. O rádio e os jornalistas radiofônicos compreendem a importância da existência de ídolos para a motivação de campeonatos. São os ídolos que levam os torcedores para os estádios e fazem com que eles liguem o Rádio para ouvir o noticiário ou o jogo do seu clube do coração.

Assim que um ídolo se transfere para o futebol do exterior, o rádio se incumba da tarefa de encontrar um substituto. O jornalista esportivo da Rádio Globo, Eraldo Leite, confirma essa situação ao relatar como que ele e os demais jornalistas radiofônicos se comportaram, em meados dos anos 80, quando Zico, o maior ídolo de todos os tempos do Flamengo, se transferiu para o Udinese, da Itália.

“Quando foi fechada a venda do Zico, a primeira coisa que fizemos foi começar especular sobre quem seria o novo camisa 10 da Gávea, quem seria o novo grande ídolo do time. Será que vai ser o Tita? Cada vez que um ídolo é vendido o rádio busca encontrar outro. A nossa cultura é muito presa na idéia do ídolo. O torcedor quer ter sempre um ídolo e rádio esportivo busca encontrá-lo.”³

Os jornalistas radiofônicos estão sempre procurando novos ídolos e não é sempre que esse ídolo é necessariamente um craque, exemplo de comportamento e em algumas ocasiões ele nem precisa já ser um jogador profissional.

Um exemplo atual de como essa busca é incessante pode ser acompanhado no caso do jogador Obina do Flamengo. Após a eliminação do Brasil, nas quartas de final da Copa do Mundo, o futebol brasileiro teria tudo para entrar em um clima de apatia e desmotivação. O que o rádio esportivo fez neste momento? Adotou a tática da promoção do evento que iria acontecer após o fim da Copa, a final da Copa do Brasil entre Flamengo e Vasco, duas das maiores torcidas do país. Com a promoção dessa final, o Brasil voltou a se motivar com o futebol e encontrou um novo ídolo: o Obina.

Este jogador jamais foi considerado tecnicamente um grande jogador, mas ele se tornou um ídolo por ter caído no “gosto da galera”. O rádio deu vazão e alimentou esse sentimento de ídolo do Obina, ao constantemente destaca-lo em matérias ou ao relatar os gritos da torcida que dizia que ele é melhor que o Eto (craque camaronês, que atua no Barcelona). Essa promoção acontece constantemente e envolve qualquer clube. No Botafogo o slogan que partia da arquibancada e que o rádio destacou era o de chamar Reinaldo, melhor que Henry (jogador da Seleção da França).

Da mesma forma os jogadores ganham apelidos dos jornalistas radiofônicos. Estes apelidos, muitas vezes, se tornam marcas importantes que até fortalecem e os ajudam a ganhar o rótulo de ídolo. Alguns exemplos de apelidos dados por alguns profissionais de

³ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Eraldo Leite.

rádio: “Pelé o deus de todos os estádios” (Waldir Amaral), “Zico Galinho de Quintino” (Celso Garcia), “Túlio Maravilha” (Édson Mauro), “O baixinho Romário” (José Carlos Araújo), “Alex Dias artilheiro pantaneiro” (Rafael Marques), “Edmundo Animal” (Osmar Santos).

Nesta busca incansável por encontrar e promover novos jogadores à condição de ídolos, os jornalistas radiofônicos que realizam a cobertura diária dos times expressivos do Brasil, tomam um contato diferenciado com estes clubes. No Rádio ainda é comum a figura do setorista, aquele repórter que é responsável por realizar a cobertura de um mesmo clube por um período de um ano ou até mais. Esse profissional que já conta com as vantagens oferecidas pelo rádio de poder fazer uma cobertura mais completa e extensa, não se restringe por realizar a cobertura do futebol profissional.

E os jornalistas radiofônicos ao abordarem e destacarem os jogadores das divisões de base inventaram outra importante vantagem do rádio esportivo sobre as demais mídias na construção do conceito de ídolo do futebol. Por ter a necessidade de encontrar novos ídolos, é comum ouvir em um noticiário radiofônico as informações das categorias de juniores, juvenil e até do infantil do clube. Nesses momentos, o repórter sempre dá visibilidade aos garotos que estão se destacando. “Esse menino tá comendo a bola”, “esse garoto já é apontado como um das maiores revelações dos últimos anos do clube”, “esse jogador tem tudo pra estourar nos profissionais”.

No rádio o torcedor conhece o futuro jogador do seu time bem antes dele chegar aos profissionais, dependendo da informação dada pelo repórter, ou a análise feita pelo comentarista, este jogador já chega aos profissionais cercado de grandes expectativas pelo torcedor. Ele não é um mero desconhecido, já foi criada uma predisposição no torcedor

para ter neste novo jogador um ídolo. Como no velho bordão que o rádio constantemente repete, “craque se faz em casa”.

“É o rádio quem da força para o jogador, desde as divisões de base para o garoto que está começando. Você passa a conhecer o jogador pela entrevista que ele dá no rádio, o comentário se ele tem futuro ou não. Até então a TV nem sabia quem ele era, foi o rádio quem falou dele e entrevistou ele primeiro. A TV não acompanha as divisões de base como o rádio que é quem faz o ídolo.”⁴

Esse comentário do veterano repórter de rádio esportivo, Gilson Ricardo sintetiza apropriadamente esse diferencial do rádio. O torcedor tem o primeiro contato e forma a primeira opinião e conceito sobre um jogador a partir do rádio, é ele que vai dar as primeiras informações sobre o jogador. A televisão, os jornais e sites não costumam dedicar atenção as divisões de base e aos futuros novos jogadores, já que realizam uma cobertura menos extensa e reflexiva no futebol.

O seu ídolo primeiro vai falar no rádio, apenas posteriormente ele vai ser capa dos jornais e vai aparecer nos programas esportivos de televisão. Em 2006, dois exemplos confirmam essa colocação, os jogadores Toró e Magno. Toró foi formado nas divisões de base do Fluminense, no início de 2006 se desentendeu com dirigentes do clube e se transferiu para o Flamengo. Sem ter disputado nenhum campeonato pelo Fluminense, a sua contratação foi considerada uma das mais importantes que o Flamengo havia feito para a temporada 2006, isso aconteceu porque vários jornalistas radiofônicos já haviam destacado o Toró como um futuro craque.

Com Magno a situação é parecida, o jogador ainda nem foi promovido à categoria profissional do Botafogo, mas já é rotulado e tem status de ídolo. No Campeonato Brasileiro de 2006 ele, pela primeira vez, atuou na equipe profissional, no momento que

⁴ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Gilson Ricardo.

ele entrou em campo a torcida do time foi a delírio. Gritaram o nome dele, a cada toque que ele dava na bola a torcida vibrava. Isso aconteceu porque, alguns meses antes, o jogador havia sido destacado em uma longa entrevista realizada em uma emissora de rádio. Depois desta entrevista outras rádios também o entrevistaram. Hoje o jogador segue sendo uma esperança de ídolo para o clube. É um jogador conhecido sem ser profissional.

Ao serem somados, esses fatores, fazem a diferença em favor do rádio sobre os outros veículos de comunicação na construção do conceito de ídolo no futebol. O torcedor que gosta de futebol e tem nesse esporte a sua principal distração segue ouvindo o noticiário e os jogos de seu clube pelo rádio. As emissoras de rádio seguem tendo uma importante audiência, algumas emissoras como as Rádios Tupi e Globo do Rio de Janeiro possuem audiências que beiram a média de 200 mil ouvintes por minuto. Esse público, majoritariamente, está situada nas classes C, D e E, que são os seguimentos que mais povoam os estádios e acompanham futebol.

A partir de todas essas análises a conclusão é que o rádio segue sendo decisivo na construção do ídolo esportivo, mas será que também é válido considerar o contrário? Ele também tem o poder de derrubar um ídolo do futebol? Por todas as considerações e vantagens que ele apresenta sobre os demais veículos de comunicação no que diz respeito à cobertura mais extensa e completa, sua linguagem, emoção, vibração e por possuir uma crítica mais passional, a resposta é sim. Ele pode derrubar um ídolo. Para Rafael Marques, esse poder de derrubar é inclusive, hoje em dia, mais forte que o de construir.

“Eu até acho que hoje é mais fácil para o rádio derrubar um ídolo do que construir por causa do seu imediatismo. A crítica no rádio é quente, é na hora, é feita no calor do jogo e apela mais para o emocional.”⁵

⁵ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Rafael Marques.

Esses casos de tentativa de destruição são considerados exceções. Não seria do interesse de nenhum jornalista radiofônico a destruição de um ídolo, pois o futebol e a própria profissão necessitam e incentivam construção de novos ídolos. Mas segundo o repórter Gílson Ricardo, a crítica pode ser nociva a um atleta como ocorre em qualquer profissão.

“A imprensa pode qualquer coisa, não é só o jogador. A imprensa ainda é uma força. E seja o jogador, o político ou a autoridade, tem que aceitar a crítica da imprensa. Eu aceito a crítica porque ela faz parte da vida.”⁶

4.2 AS FORMAS DE MANIFESTAÇÃO DA RELAÇÃO DO TORCEDOR COM O JORNALISTA RADIOFÔNICO

Vivemos em uma sociedade moderna, que procura ídolos nos mais variados setores. No futebol, eles são tomados como modelos, referências, são as imagens das vitórias, dos gols, das grandes conquistas e do sucesso. Já nos debruçamos em discutir como se dá esse processo de formação e verificamos o quanto é importante o rádio esportivo neste processo. Os narradores, comentaristas e repórteres de rádio, destacam-se neste processo de cobertura e, ultimamente, uma discussão deve ser colocada a luz dos fatos, jornalista radiofônico também pode ser considerado um ídolo?

Edgard Morin, já previa no passado essa nova situação em que os responsáveis pela formação de opiniões e conceitos deixam de ser apenas o elo de ligação das massas aos ídolos para também se tornarem ídolos. Essa conceituação ele qualificou como sendo o mito da auto-realização.

“...e a partir destes, as opiniões e modismos são assimilados pelo público, não é somente atletas ou ídolos que desencadeiam este processo, o jornalista adquire

⁶ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Rafael Marques.

este, quando possui carisma e credibilidade. São facilmente tomados como modelos de personalidade e formadores de opinião.”⁷

E essa constatação fica evidenciada quando observamos as manifestações de admiração e idolatria existentes entre o público, no caso do futebol os torcedores, e os jornalistas radiofônicos. Talvez por fazerem questão de manterem uma relação de proximidade com o torcedor, terem a confiança e credibilidade e atuarem com as suas narrativas no imaginário do público eles tenham conquistado essa condição.

Até a poucos anos atrás, as demonstrações de fãs de profissionais do rádio esportivo eram constatadas nas arquibancadas com as faixas e cartazes que os homenageavam, torcidas organizadas convidavam alguns radialistas para serem padrinhos da torcida, nos programas de rádio, em que a participação do ouvinte é permitida, é comum ouvir a expressão “eu sou seu fã”. Outro exemplo de como, nos últimos anos, jornalistas radiofônicos foram alçados a posição de ídolos, é a questão dos pedidos de autografo. Tornou-se comum vermos em estádios de futebol fãs ficarem próximos as cabines de rádio para pedir autografo.

Isso acontece porque o futebol tem uma ligação totalmente diferenciada e íntima com o Rádio, o que possibilita afirmarmos que hoje o ídolo do futebol não está apenas dentro do gramado com a bola nos pés. Ele também está nas cabines e na beira do gramado, esses jornalistas também fazem parte do espetáculo, alias são eles que garantem o status e a cobertura digna de um espetáculo para o futebol. Em alguns momentos, através da narrativa baseada na pura emoção e vibração, eles conseguem com o que o próprio jogo fique melhor do que realmente está sendo.

“O que acontece dentro do processo de ligação entre o futebol e o rádio é que os narradores (especialmente eles), comentaristas e repórteres

⁷ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Gilson Ricardo.

dividem com os jogadores em campo o papel de verdadeiro mito.”
(GUERRA, 2006: p.66)

Esse relato do jornalista Márcio Guerra é a comprovação de como alguns jornalistas radiofônicos se tornaram importantes ídolos, tal como os craques que entrevistam ou de quem narram ou comentam gols. Teoria que fica comprovada quando analisamos o site de relacionamentos Orkut.

No Orkut os perfis destes jornalistas estão sempre cheios, são comuns os fakes (falsos orkuts) e existem inúmeras comunidades de jornalistas radiofônicos, muitas delas agregando milhares de fãs. Aliás, estas comunidades já nas suas apresentações deixam claro que o intuito é o de homenagear um ídolo, que é o jornalista radiofônico em questão.

E nestas comunidades o assunto é basicamente o mesmo, “deixe uma palavra amiga ao...”, “como você define o ...” fala-se da carreira destes profissionais, onde ele começou, por quais emissoras passou, qual o time do coração, melhor momento. São assuntos e curiosidades típicas de fãs.

E essas comunidades, na maioria dos casos, foram criadas por pessoas que não conhecem pessoalmente o homenageado, inclusive ao fazerem essas comunidades elas talvez alimentem a esperança de a partir deste momento virem a manter algum relacionamento com o homenageado. A maioria desses jornalistas já foram homenageados com criação de comunidades e muitos estão no Orkut, como é o caso do repórter Rafael Marques, que só entrou para esse site após lhe contarem que haviam criado uma comunidade para ele.

“Me contaram da comunidade, quem criou foi um ouvinte que eu não conhecia. Após isso resolvi entrar para o orkut, escrevo na comunidade, respondo todos os scraps. Acho que por causa da facilidade de acesso as pessoas, que hoje existe, você vê e fala com as pessoas que trabalham em

rádio. Hoje existe uma maior aproximação e interação, o que torna mais fácil essa troca de idéias. Mas não me considero um ídolo.”⁸

Se as comunidades são uma comprovação da relação de ídolo que se desenvolveu nos últimos anos, o próprio orkut, desses jornalistas radiofônicos também comprovam essa tese. O comentarista da Haroldo de Andrade, Áureo Ameno, conta que teve de abrir um outro perfil, porque a capacidade máxima do Orkut é de acumular 1000 amigos. Já Luís Penido conta que teve de parar de usar o Orkut.

“Teve uma época que eu não fazia outra coisa, só ficava no Orkut. Ficava respondendo um a um os recados para não deixar nenhum ouvinte chateado, chegou em um ponto que tive de deixá-lo. Só é ídolo aquele que atinge o coração e a mente das pessoas. Mas isso é uma consequência natural, não se deve preocupar com isso. Tem torcida organizada com meu nome, faixa, gente que dá o meu nome aos filhos, é um salário moral incrível.”⁹

Por essas razões, e principalmente pelas demonstrações de idolatria de inúmeros fãs com jornalistas radiofônicos, fica constatado que esses radialistas ascenderam a posição de ídolos da torcida. Os próprios jornalistas reconhecem essa nova situação, mas tentam deixá-la de lado para não comprometer o trabalho de cobertura esportiva, precaução normal para quem ainda não está acostumado com essa novidade. A principal preocupação é a de não deixarem que isso acabe colocando a informação no “banco de reservas”, como no relatado do Eraldo Leite.

“...mas hoje a sim pessoas que se espelham nele. Mas o jornalista tem que saber diferenciar sua porção ídolo da de servidor público. É fundamental que ele saiba que a notícia está sempre em primeiro lugar.”¹⁰

⁸ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Rafael Márquez.

⁹ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Luís Penido.

¹⁰ Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21 de novembro com o repórter esportivo Eraldo Leite.

5 CONCLUSÃO

Após alguns meses de estudos, tempo em que acompanhamos o São Paulo ser tetracampeão Brasileiro e o Internacional se sagrar Campeão Mundial Interclubes, reforçamos nossa crença de que o futebol e o rádio foram feitos um para o outro. Foi após iniciarem esse relacionamento, que já ultrapassa os 70 anos, que os dois se desenvolveram e se tornaram verdadeiras paixões para o brasileiro.

Ambos oriundos de berços nobres, mas ao se encontrarem chegaram às massas populares e conquistaram o direito de serem considerados verdadeiros patrimônios da cultural brasileira. Ambos cumpriram um papel de integração nacional, colaboram para a construção do nacionalismo e para a elevação da própria auto-estima do brasileiro. O rádio colocou o futebol na alma do povo, que no futebol encontrou algo para se orgulhar de ser brasileiro. Nesse esporte o Brasil é o melhor do mundo.

Mesmo hoje, contando com a forte concorrência das demais mídias que passaram a dedicar mais espaço para a cobertura do futebol, principalmente a televisão que passou a transmitir um número bem superior de partidas de futebol, em relação a épocas anteriores, chegamos a conclusão que é no rádio que o futebol se materializa como um espetáculo.

Mesmo dedicando maior atenção e cobertura ao futebol foi hegemônico na cobertura do futebol, isso criou no torcedor o hábito de ouvir o rádio esportivo. Um hábito familiar que se segue, passando de geração em geração.

O rádio, enquanto veículo de comunicação, é muito mais dinâmico e apresenta a vantagem de ter grande mobilidade. O torcedor continua levando o seu velho e bom

“radinho” para os estádios de futebol. O rádio pode ser ouvido dentro do carro, andando na praia, indo tomar banho.

Ele segue tendo um preço muito mais barato do que o da televisão e tem como característica o imediatismo. Se acontecer um problema na arquibancada ou fora de banco, ele vai ser informado imediatamente, enquanto que na Televisão o fato vai ser falado no momento em que as câmeras focalizarem o problema.

Talvez o principal dos fatores que coloquem o rádio à frente da televisão e garantam a ele um espaço de destaque junto ao torcedor seja a sua linguagem, a sua forma de transmitir uma partida de futebol. É inegável que a televisão tem a vantagem de possibilitar vermos o jogo, mas o rádio possibilita ao torcedor imaginar a partida. Essa é uma certeza que chegamos, futebol pelo rádio é muito mais emocionante.

É no rádio que o futebol encontra a sua valorização. No rádio ele é chamado de espetáculo e os jogadores são os “artistas deste espetáculo”. A narração de um radialista esportivo é baseada na linguagem da pura emoção, com muitos bordões, brincadeiras, descontração, efeitos, até músicas da moda, como um funk carioca é permitido. Os jogadores são apelidados, os radialistas ouvem as gírias da moda e as inserem nas suas narrativas. Enquanto, na TV, tudo é formal, no rádio a linguagem é mais livre e solta, o improvisado é valorizado e não condenado.

Enquanto o rádio esportivo possui uma linguagem que conquistou o torcedor muitas décadas atrás, e que segue sendo a oficial do futebol. Um exemplo de como o Futebol segue sendo um espetáculo eminentemente radiofônico, é obtido quando lembramos de nossa infância ou vemos crianças brincando de jogar futebol de botão. É brincar de futebol narrando as partidas, e qual o estilo de narração realizado, o do rádio ou

da televisão? É o do rádio. Isso acontece porque ainda hoje a televisão não encontrou uma linguagem própria para transmitir o futebol, ela segue, na maioria das vezes, imitando o rádio na transmissão do futebol.

Pelo rádio as partidas de futebol se tornam até melhores. Nele cada partida possui um ar de dramaticidade e vibração. Talvez seja por isso que o torcedor mesmo estando no estádio ou vendo a partida pela televisão permaneça mantendo o seu “radinho” ligado. O torcedor não abre mão de ouvir a análise de seu comentarista predileto. Foi pênalty ou falta? Ele merecia ser expulso? A bola entrou ou não? Quem tem as respostas confiáveis é comentarista. É ele que vai apontar o craque do jogo ou o pior em campo. E no rádio as críticas são muito passionais e por isso o torcedor as prefere.

A partir dessas reflexões, podemos defender que o rádio esportivo permanece sendo fator determinante junto ao torcedor no momento da construção do conceito de ídolo no futebol. Além de todas as vantagens já citadas, ele possui uma cobertura mais qualificada e ampla do futebol. Na Televisão a partida começa cinco minutos antes da bola rolar, já no Rádio o jogo começa 7,8 e até 9 horas antes do árbitro iniciar a partida. O torcedor pode até ficar assistindo o jogo pela TV, mas antes ele houve as informações do seu clube, o programa de debates, a pré- hora esportiva e no fim do jogo ele quer ouvir a análise final do jogo, as últimas informações e o ídolo do seu time com as desculpas pela derrota ou a repercussão da vitória.

Além de garantir uma exposição superior aos jogadores, o rádio supera os demais veículos de comunicação por estar sempre buscando encontrar ídolos. Como hoje vivemos em uma era em que futebol se tornou um grande e globalizado negócio, os ídolos brasileiros passaram a ficar pouco tempo atuando no futebol brasileiro, rapidamente eles são negociados para o exterior. O rádio, a cada ídolo negociado, tenta encontrar um novo

ídolo para substituir o que partiu. Ele compreende que o futebol e o torcedor necessitam de ídolos.

O rádio procura ídolos até nas divisões de base. Por ter uma cobertura mais extensa ele recorre aos juniores, juvenil e até o infantil do clube para encontrar uma nova promessa de ídolo. É certo dizer, que o primeiro contato do ídolo com o torcedor ocorre no rádio. Esse ídolo vai primeiro ser entrevistado nas emissoras de rádio, quando ele ainda não teve o menor destaque no futebol. Na seqüência o comentarista radiofônico vai dizer se ele tem talento, leva jeito para o futebol. A partir dessas informações o torcedor fórmula o seu conceito e até cria expectativas em cima desse futuro jogador profissional.

Quem não tinha ouvido falar do Toró antes dele chegar aos profissionais? E o Magno, do Botafogo, que quando se preparava para entrar e estrear nos profissionais já era aplaudido. Esses são casos de jogadores que foram destacados pelo rádio esportivo quando ainda eram amadores. Antes do ídolo, chegar as capas de jornais e virar reportagem na televisão, ele passou pelos microfones do rádio, e nesse momento o torcedor já formou uma conceituação e expectativa sobre ele.

Mesmo tendo pela frente a superação de novos desafios, como os que representam o surgimento das Assessorias de Imprensa nos clubes e a popularização da prática de transmissões à distancia. Duas situações que vem empobrecem e dificultando o trabalho do jornalista radiofônico, o rádio segue na frente quando o assunto é futebol. O torcedor segue ouvindo as ondas do rádio e construindo conceitos, como o de ídolo, com o auxílio e intermediação dos jornalistas radiofônicos. Assim como também um jogador pode ter sua moral derrubada, pode passar de ídolo a “perna de pau” através do rádio, para alguns, esse poder de desconstrução é inclusive maior.

Talvez cansado de só construir e divulgar ídolos, muitos profissionais do rádio esportivo deixaram o excesso de modéstia de lado e também passaram a ocupar a posição de ídolos da torcida. Isso ficou claro ao percebermos como que se tornaram comuns manifestações de idolatria de torcedores para com esses profissionais. É no Orkut, nas partidas de futebol com torcedor pedindo autógrafos, é nas faixas colocadas nas arquibancadas, tem até filho de torcedor ganhando nome de radialista.

A resposta para a questão central, levantada neste trabalho, confirma que o rádio esportivo segue sendo decisivo na formação do conceito de ídolo. Isso acontece porque o rádio é o veículo de comunicação oficial do futebol e, principalmente, do torcedor. Com o rádio a relação é de fantasia, companhia, amizade, ensinamento e emoção. No rádio, o futebol é mais gostoso, vibrante, completo. O craque aparece antes e tem maior destaque.

De fato tem coisas que só acontecem no futebol, ainda mais se ele continuar sendo um espetáculo radiofônico, popular e com muitos ídolos dentro e fora dos gramados.

6 Referências

BARBEIRO, Heródoto. **Manual do jornalismo esportivo**: São Paulo, 2006, p. 45-75.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. **As identidades culturais e esportivas na sociedade do espetáculo**. Campinas: Unicamp, 2006.

CAMARGO, Vera Regina Toledo; CARVALHO, Sérgio; MARQUES, José Carlos. **Comunicação e esporte – tendências**: Santa Maria, Pallotti, 2005.

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

GUERRA, Márcio. **RÁDIO X TV: O JOGO DA NARRAÇÃO**. A imaginação entra em campo e seduz o torcedor, tese de Doutorado, Rio de Janeiro, UFRJ, 2006.

MAIA, Marta Regina. **A comunidade radiouvinte e o sentimento de pertencimento**: Piracicaba, Unimep, 2006.

MARQUES, José Carlos. **A copa do mundo é sempre nossa – a desvalorização do elemento estrangeiro e a afirmação da brasilidade por meio dos cronistas de futebol**: São Paulo, Mackenzie, 2006.

RIBEIRO, Luís Carlos. **Brasil: futebol e identidade nacional**: Curitiba, UFPR, 2002.

SAMPAIO, Mário Ferraz Sampaio. **História do Rádio e da Televisão no Brasil e no Mundo** (memórias de um pioneiro). Campos dos Goytacazes: ed. Fenorte, 2004.

7 APÊNDICES

Apresentaremos, a seguir, entrevistas realizadas com narradores, comentaristas e repórteres radiofônicos.

APÊNDICE 1- RAFAEL MARQUES (RÁDIO GLOBO-RIO DE JANEIRO)

Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21/11/2006

1- Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu até se tornar uma profissão?

O contato é domiciliar. Meu avô paterno ouvia rádio praticamente 24 horas por dia e eu com sete ou oito anos gostava de ouvir rádio, me seduzia ouvir as transmissões esportivas, principalmente às do meu time, o Vasco. Eu ia para o estádio e levava o “radinho”, via os jogos na tv e ouvia pelo rádio. Eu fui a partir desta relação doméstica que eu desenvolvi uma vontade de trabalhar com isso e de ser um daqueles meus ídolos da época. Em 1995 entrei para a faculdade, logo em seguida fiz estágio na Rádio Relógio depois passei pelas Rádios Carioca, FM Ilha, Mania FM, Brasil, Tupi e em novembro de 2002 cheguei a Globo.

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

O Rádio tem uma obrigação muito maior com o factual o que a Televisão. O Rádio Am, principalmente, é essencialmente informativo. Eu costumo dizer que um repórter de rádio e um de tv, podem fazer o mesmo treino, mas o repórter de tv tem um olhar muito mais crônico

e o de rádio muito mais jornalístico. A tv é muito presa a uma demanda de pauta, o rádio tem suas pautas, mas trabalha muito mais o quente.

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol?

Ele ajuda, hoje menos do que antes. Não O impacto da massificação de uma imagem na tv é maior mais ele ajuda, por exemplo, no ano passado eu lancei uma de chamar o Alex Dias de artilheiro pantaneiro, ele soube reconhecer e isso ajudou a consolidar uma marca. A diferença é que antes o rádio era absoluto. A vantagem do rádio é que ele é mais completo e descobre mais porque tem mais liberdade.

4- As transmissões a distância (Off tube, geladão) e a criação de assessorias de imprensa nos clubes o que interfere no trabalho de cobertura jornalística e na transmissão? Existe possibilidade de retorno ao modelo antigo?

Não acho possível à volta ao modelo antigo. O jogador brasileiro é muito valorizado, ele é o único ser desqualificado que tem um padrão de vida que tem alguém que estudou. E como todos os ídolos eles se cercam de assessorias de imprensa para filtrar essa relação com os jornalistas que hoje é menos íntima. Hoje quem faz a diferença é o bom repórter, porque a informação está muito globalizada. Quem consegue da um olho diferente a matéria é o bom jornalista. Os geladões são hoje uma necessidade econômica, os custos são altos e as receitas curtas. Só da para fazer investimentos elevados em jogos que trazem retorno ou que aja necessidade. Mas, reconheço que empobrece a transmissão.

5- O rádio ainda tem o poder de derrubar um ídolo?

Pode, até porque, principalmente no Rio, são as classes C,D e E que povoam os estádios. Eu até acho que hoje é mais fácil o rádio derrubar do que construir por causa desse imediatismo. A crítica no rádio é mais quente, é na hora, é feita no calor do jogo e apela mais para o emocional.

6- O que faz com que o rádio esportivo ainda hoje seja tão popular? Por que ainda é comum ver torcedores levando o “radinho” para o estádio?

Ele garante acesso a todos que não tem condições de pagar um paper view, por exemplo, ele é portátil, envolvente e te passa uma sensação de proximidade. Ele é um veículo mais familiar, doméstico, o filho escuta porque o pai escutava, ele passa por gerações. Ele é um veículo mais antigo que a televisão. Por isso ele mantém um público fiel.

7- Como que o senhor define a linguagem do rádio esportivo e quais as principais diferenças em comparação a linguagem televisiva?

Certamente ele é muito mais jovem, dinâmico, agradável e atraente do que antigamente. Acabaram os mitos de linguagem rebuscada, antes era necessário ter uma ótima voz. Eram um dicionário aberto as transmissões. Isso aconteceu, principalmente por causa do José Carlos Araújo que revolucionou, dinamizou, modernizou, desorganizou o rádio, foi isso que manteve acesa a chama do rádio esportivo. Eu acredito que um ouvinte jovem não conseguiria, hoje, ouvir uma transmissão do Waldir Amaral, Antônio Porto. É uma linguagem voltada para os tempos modernos, com muito mais brincadeiras e descontração.

8- O senhor considera que hoje jornalistas e principalmente narradores do rádio esportivo também são ídolos?

Acho que por causa da facilidade acesso as pessoas que hoje existe, você efala com as pessoas que trabalham em rádio. Hoje existe uma maior aproximação e interação, o que torna mais fácil essa troca de idéias. Eu entrei para o orkut devido a terem criado uma comunidade para mim, mas não me considero um ídolo.

APÊNDICE 2 – ERALDO LEITE (RÁDIO GLOBO-RIO DE JANEIRO)

Entrevista realizada no rio de Janeiro, em 21/11/2006

1- Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu até se tornar uma profissão?

Eu era estudante, tinha 15 anos em Campos e um amigo me chamou para participar de um programa que ele tinha, domingo pela manhã, em uma rádio local. O programa se chamava Gente Que Estuda. Eu fiquei responsável pela parte de esportes. Depois a Rádio Continental me convidou para ser repórter junto com o Élon Venâncio nos jogos do campeonato de dente de leite, a partir daí desenvolvi meu trabalho.

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

Ele começa uma cobertura muito antes do que a televisão, começa a falar oito, nove horas antes de uma partida começar. Durante a semana tem uma programação muito extensa

de futebol. O rádio sempre anda na frente da televisão, ele dá muito mais informação, detalhes.

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol?

Ele é decisivo. Por exemplo, o Zico foi vendido e nós do rádio começamos a especular sobre quem seria o novo camisa 10 da gávea. Seria o Titã? Cada vez que um ídolo é vendido, o rádio busca encontrar outro. A nossa cultura, é muito presa a idéia do ídolo. O torcedor quer sempre ídolos e o rádio esportivo busca encontra-los.

4- As transmissões a distância (Off tube, geladão) e a criação de assessorias de imprensa nos clubes o que interfere no trabalho de cobertura jornalística e na transmissão? Existe possibilidade de retorno ao modelo antigo?

Possível é, mas quando acontece uma mudança radical como essa é difícil de voltar. Hoje, realmente, a assessoria cerceia, muito, o nosso trabalho. É uma mudança para pior. O geladão é uma coisa da economia moderna. As empresas estão cortando custos e funcionários para economizar e o rádio também. Isso é uma questão empresarial e isso só vai melhorar se algum dia o Brasil virar um país rico.

5- O rádio ainda tem o poder de derrubar um ídolo?

Acho que não, ninguém faz nada de maneira destrutiva. Existem críticas mais ásperas, mas se um jornalista escolhe essa profissão e usa a crítica de maneira destrutiva ele está indo contra o seu próprio negócio.

6- O que faz com que o rádio esportivo ainda hoje seja tão popular? Por que ainda é comum ver torcedores levando o “radinho” para o estádio?

É uma série de fatores. Em primeiro lugar ele é o veículo que mais se identifica com o futebol, por ser o que a mais tempo transmite o futebol e tem uma cobertura mais extensa e completa.

7- Como que o senhor define a linguagem do rádio esportivo e quais as principais diferenças em comparação a linguagem televisiva?

A linguagem do rádio é da pura emoção, vibração, já a televisão não permite que os locutores coloquem nenhuma dose de emoção.

8- O senhor considera que hoje jornalistas e principalmente narradores do rádio esportivo também são ídolos?

Acho que sim, guardadas as devidas proporções, mas hoje a sim pessoas que se espelham neles. Mas o jornalista tem que saber diferenciar a sua porção ídolo da de servidor público. É fundamental que ele saiba que a notícia está sempre em primeiro lugar.

APÊNDICE 3 – GÍLSON RICARDO (RÁDIO GLOBO-RIO DE JANEIRO)

Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 21/11/2006

1- Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu até se tornar uma profissão?

Foi em Petrópolis, em 1969 quando aconteceu um concurso de locutor esportivo e um primo me aconselhou a participar, porque ele me via narrando jogos de botão, eu fui aprovado neste concurso em primeiro lugar. Fiquei até 1977 na Rádio difusora de Petrópolis e depois fui para a Radio Globo, onde estou até hoje.

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

A emoção que o rádio esportivo passa. Na Televisão o narrador narra de maneira muito lenta. O Rádio é vibrante, ele passa mais emoção e velocidade, é por isso que a gente vê o jogo na tv ouvindo no rádio.

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol?

É o rádio que dá força para o jogador, desde as divisões de base para o jogador que está começando. Você passa conhecer o jogador pela entrevista, as pessoas falam se ele tem futuro e só depois que você vai vê-lo na tv. Até então a tv nem sabia quem ele era, foi o rádio que falou e entrevistou ele. A televisão não acompanha as divisões de base como o rádio que é quem faz o ídolo.

4- As transmissões a distância (Off tube, geladão) e a criação de assessorias de imprensa nos clubes o que interfere no trabalho de cobertura jornalística e na transmissão? Existe possibilidade de retorno ao modelo antigo?

Acho que não volta ao modelo antigo. Essas alterações tem atrapalhado bastante, você que ouvir o jogador e não pode porque a imprensa não tem mais acesso aos vestiários. Na

minha época tinha um relacionamento maior com o jogador. Você batia papo com ele, viaja junto, ficava no mesmo hotel, fazia amizade.

5- O rádio ainda tem o poder de derrubar um ídolo?

Concerteza, o rádio e a imprensa têm o poder de derrubar qualquer coisa não é só o jogador. A imprensa e o rádio ainda são uma força e seja o jogador, o político a autoridade tem que aceitar a crítica da imprensa. Eu aceito crítica porque ela faz parte de nossa vida. Nós temos que saber criticar e aceitar a crítica.

6- O que faz com que o rádio esportivo ainda hoje seja tão popular? Por que ainda é comum ver torcedores levando o “radinho” para o estádio?

O ouvinte leva o “radinho” para o estádio como eu mesmo faço, porque no rádio você fica sabendo de todos os detalhes, quem tá saindo, entrando, você ouve a opinião do comentarista. O rádio é mais polemico e vibrante, ele tem opinião.

7- Como que o senhor define a linguagem do rádio esportivo e quais as principais diferenças em comparação a linguagem televisiva?

Narrador da televisão narra sem nenhuma velocidade, com isso o jogo perde em emoção, pelo rádio, em todo lance, existe vibração. O torcedor está sempre achando que vai sair o gol, futebol pelo rádio é emocionante até quando o nosso time perde.

8- O senhor considera que hoje jornalistas e principalmente narradores do rádio esportivo também são ídolos?

Pode, mais esse é o nosso trabalho é o resultado do profissionalismo. É por isso que eu sou respeitado pelas pessoas, eu aprendi muito com pessoas que eram humildes, como Jorge Cury, João Saldanha, Waldir Amaral, que trouxe para a Rádio Globo. Agradeço pelo carinho, mas sou uma pessoa normal.

APÊNDICE 4 – LUÍS PENIDO- (RÁDIO TUPI-RIO DE JANEIRO)

Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 28/11/2006

1- Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu até se tornar uma profissão?

Meu primeiro contato efetivo foi quando eu tinha uns 10 anos, em Juiz de Fora. Meu pai me trouxe a paixão pelo futebol. Quando eu mudei para o Rio de Janeiro, em 1968 eu simplesmente ouvia todos os programas de esporte, que curiosamente eram em horários diferentes. Com 14 anos eu fui fazer testes na Globo e na Tupi, passei nas duas e comecei como locutor comercial da Globo e fui passando por todos os departamentos. Aos 17 anos eu narrei meu primeiro jogo no estádio do Sport, em Juiz de fora. Só teve duas vezes que chorei após um jogo de futebol, foi nessa ocasião, estreando na minha cidade natal e após a final da Copa dos Estados Unidos.

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

O rádio esportivo tem algumas peculiaridades, após o transistor ele se tornou transportável, está nos carros, você ouve ele em qualquer lugar e circunstância. Ele é o veículo

mais prático, rápido, barato, ao alcance de todos, presta serviços, atualiza, informa, e vem chegando o rádio digital que vai trazer mais avanços. Cresce os meios de comunicação, a concorrência e também cresce a população.

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol?

Quem baliza a opinião pública é o rádio, sobre tudo pela sua ampla cobertura, muitos programas, inserções, pré hora antes dos jogos, repercussões pós jogos. Isso nos leva a ter uma audiência, média, de 200 mil ouvintes por minuto e não trabalhamos em rede que é uma vantagem.

4- As transmissões a distância (Off tube, geladão) e a criação de assessorias de imprensa nos clubes o que interfere no trabalho de cobertura jornalística e na transmissão? Existe possibilidade de retorno ao modelo antigo?

É pior para os jogadores que perderam visibilidade e espaço na mídia, a assessoria é um mal para os jogadores. Hoje você não consegue entrar nos vestiários, mas o empresário entra. Para a imprensa o que sobressai é a criatividade do profissional. Aqui, por exemplo, fala quem nós queremos, não aceitamos as tentativas de imposição dos clubes. Sobre o off tube, é um pequeno percentual que é feito dessa forma, até na formula da TV isso acontece. Isso não é um fenômeno local, os recursos são muito poucos e custos altíssimos.

5- O rádio ainda tem o poder de derrubar um ídolo?

É uma questão de caráter, depende do jogador a nossa análise, muito mais do que da gente. O cara que é idolizado no rádio também é, em geral, idolizado nas outras mídias. Toda figura pública está sujeita a julgamento.

6- Como que o senhor define a linguagem do rádio esportivo e quais as principais diferenças em comparação a linguagem televisiva?

São totalmente diferentes, a única coisa igual é que gritamos gol, mas até a forma de gritar é diferente. A velocidade da transmissão de tv é em primeira marcha e no rádio em quinta marcha. No rádio você fala aquilo que lhe convém como informação, na tv você só fala o que está no vídeo. O rádio tem liberdade, muitos repórteres, mais conteúdo, informação. Na tv você se limita a dizer o nome do jogador.

7- O senhor considera que hoje jornalistas e principalmente narradores do rádio esportivo também são ídolos?

Sempre, quem trabalha como público tem essa possibilidade. Você fala, entra na casa, no carro dessas pessoas e as pessoas te ouvem e criam uma cumplicidade com você, se desenvolve uma relação de companheiro, com uma certa intimidade a partir da imaginação do ouvinte. Só é ídolo aquele que atinge o coração e a mente das pessoas, mas isso é uma consequência natural, não se deve preocupar com isso. Tem torcida organizada com meu nome, faixa e até torcedor dando o meu nome a filho, é um salário moral incrível

Entrevista realizada no Rio de Janeiro, em 28/11/2006

1- Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu até se tornar uma profissão?

Ouvia desde pequeno, na minha cidade, Divinópolis, os bons nomes da época eram Jorge Cury, Oduvaldo Cozzi e Antonio Cordeiro. No início da década de 50 fui para a Rádio Globo, onde fiquei por 42 anos, depois fiquei sete na Tupi e estou a um ano na Haroldo de Andrade.

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

O rádio fala de futebol 24 por dia. Ele respira futebol, tem muita empolgação, é portátil, dinâmico, veloz e é o veículo de maior agilidade.

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol?

Ele é fundamental, por falar o tempo inteiro de futebol o torcedor acaba seguindo muito dos conceitos e análises do comentarista, as informações do repórter. O rádio gosta de lançar modas e de fazer brincadeiras, por exemplo, a uns 20 anos o Romário estava começando a carreira no Vasco e eu comecei a falar no rádio que dia um novo verbo, o romariar, aquilo pegou. Assim como também lancei uma musiquinha para o Bebeto, quando ele saiu do Flamengo para o Vasco. O torcedor gosta desta forma do rádio tratar o ídolo e o futebol.

4- As transmissões a distância (Off tube, geladão) e a criação de assessorias de imprensa nos clubes o que interfere no trabalho de cobertura jornalística e na transmissão? Existe possibilidade de retorno ao modelo antigo?

Esse negócio de geladão só é bom para o dono da emissora que quer cortar custos. Teve uma ocasião em que o Vasco foi jogar na Bahia, em Jequié, eu era o repórter de campo e estava lá e o Edson Mauro, se não me engano, iria narrar um geladão do Rio. No meio do jogo o sinal da Televisão cai e o Édson é forçada a inventar um jogo e lá em Jequié a audiência da Globo era total, ouvia-se a transmissão da Globo no estádio. E com aquele invenção eu passei a maior vergonha da minha vida, era lance de gol do Vasco o jogo estava narrando lance do time local, e todo mundo no, estádio vendo o que estava acontecendo. E a culpa era de quem? Do maldito geladão. Essa assessoria de imprensa é outra coisa que não tinha na minha época de repórter, é muito ruim. A cobertura fica mais fraca em termos de qualidade e apuração jornalística. Você é obrigado a ficar nas mãos do assessor que vai escolher quem vai dar a entrevista. Eu torço para que o modelo antigo um dia volte, mas, infelizmente, não acredito nisso.

5- O rádio ainda tem o poder de derrubar um ídolo?

Ele tem esse poder, assim como ele é decisivo no momento de construir ele pode colaborar para derrubar um jogador, só que isso vai acontecer não por culpa do comentarista e nem do jornalista, a culpa é do jogador. O compromisso que todo jornalista tem é o de falar o que ta acontecendo, não de passar a mão na cabeça de ninguém.

6- Como que o senhor define a linguagem do rádio esportivo e quais as principais diferenças em comparação a linguagem televisiva?

O principal diferencial é que o futebol pelo rádio é pura vibração, o rádio sempre teve uma linguagem que envolve o ouvinte, o torcedor criou um hábito de ouvir futebol pelo rádio e isso nunca vai acabar. Já a tv tenta imita o rádio, mas não consegue fazer isso bem, ela tem características diferentes. O rádio só precisa ter mais renovação, muito tempo que o Sidnei Marinho é apontado a grande revelação do rádio esportivo, ele já está até ficando velho. É importante chegar mais gente nova.

7- O senhor considera que hoje jornalistas e principalmente narradores do rádio esportivo também são ídolos?

Sim, existem modelos como o Luís Mendes, Washington Rodrigues, José Carlos Araújo, são referências, ídolos porque são brilhantes profissionais. Sobre o orkut, eu também venho tendo um problema positivo, vou ter que abrir outra conta porque ele aceita, no máximo 1000 amigos.

APÊNDICE 6-PAULO JÚNIOR (RÁDIO TUPI, RIO DE JANEIRO)

Entrevista respondida em 17/12/2206, por email.

1- Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu para isso se tornar uma profissão?

O sonho de ser jogador de futebol me levou a ser um peladeiro de primeira e imitador de repórter esportivo, com isto fui convencido a fazer um teste na Rádio Solimões em Nova

Iguaçu e passei e aí tudo começou.

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

A emoção passada pelo profissional de Rádio. Não tem igual

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol?

Ninguém faz ídolo. Não basta ser um craque o caráter, a conduta , a personalidade, a família são fatores fundamentais, o rádio só dá um empurrãozinho.

4- A transmissão à distância e a criação de assessorias de comunicação nos clubes e de jogadores tem interferido, ou trouxe alterações para o trabalho de cobertura e transmissão esportiva? Existe possibilidade de retorno do modelo antigo?

Como tem! Não se faz mais matérias exclusivas, é todo mundo com todo mundo, dificilmente existe um furo de reportagem como antigamente. Não sei se existe a possibilidade de voltar ao modelo antigo, está complicado.

5- O rádio ainda possui o poder de derrubar um ídolo?

O rádio nunca teve este poder, um ídolo que não se comporta como tal (vide resposta 3) é que cava sua sepultura.

6- O que faz com que ainda o rádio esportivo permaneça tão popular? Por que ainda é comum vermos torcedores levando "radinhos" para o estádio?

A emoção e imediatismo da notícia.

7- Como que você define a linguagem do rádio esportivo e quais são as principais diferenças em comparação a linguagem da televisão?

É a linguagem de um torcedor apaixonado capaz de fazer de tudo para ajudar o time numa conquista. A diferença para TV é que o rádio você faz o ouvinte imaginar, fantasiar em cima da narração e isto emociona, a linguagem da televisão vem como informação complementar, o torcedor já está vendo o lance e até mesmo rever para tirar dúvidas, não emociona.

8- Quais são as principais dificuldades para que o rádio esportivo continue a ter o seu espaço?

A comercialização dos campeonatos com a TV, que coloca horários absurdos(19:30 - Voz do Brasil), 21:45/22:00h (após a novela) - 18:10h/20:30h(aos sábados) isto não só

prejudica o rádio como também o torcedor que não vai ao estádio. Os clubes estão entregando a alma ao diabo.

9- Você considera que hoje o profissional do rádio esportivo também pode ser considerado um ídolo, como exemplo disso as comunidades de fãs que hoje existem no orkut?

Todos somos ídolos em qualquer profissão, Quem nunca sonhou em ser médico devido a profissão do pai ou do tio ou do irmão. Quem nunca sonhou? Em ser Professor, Motorista, Piloto. Quando existe uma admiração daquilo que você faz e faz bem, você já é um ídolo de quem te admira.

APÊNDICE 7-LEANDRO LESSA (RÁDIO CBN, FLORIANÓPOLIS)

Entrevista respondida em 26/12/2006, por email.

1- Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu para isso se tornar uma profissão?

Se for contar a época que eu pegava o gravador de mão e ficava narrando partidas de futebol de botão, desde quando era criança. Já escutava bastante as rádios AM para ouvir as transmissões esportivas. No meu rádio portátil vermelho pendurado do lado da cama, eu buscava ouvir transmissões de Rio, São Paulo... Onde tinha futebol, eu queria estar ouvindo.

Depois, quando entrei no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora, logo na primeira semana, já estava no programa de esportes da Rádio Universitária, apesar de ter entrado no curso pensando em impresso. Cheguei a fazer algo de futebol antes, mas considero minha primeira experiência profissional quando eu comecei a ser repórter de esportes na Rádio Continental, em Campos dos Goytacazes-RJ. Dois meses depois de entrar na emissora, comecei a narrar jogos, o que já havia experimentado na rádio da universidade, mas agora com muito mais responsabilidade. Achava que ainda não era um bom narrador, mas a saída de um dos profissionais da rádio forçou que isso acontecesse e encarei bem o desafio. Foi uma experiência impressionante, até porque o chefe da equipe já narrava desde a década de 60 e me passou várias dicas. Já em Florianópolis, tive que me adaptar a um novo estilo de trabalho. O rádio esportivo do Sul do país é bem diferente de Rio e São Paulo, então isso só nos mostra como temos que aprender sempre na nossa área. Está sendo uma experiência formidável!

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

O rádio possui muito de rapidez e ainda carrega um pouco de paixão de quem trabalha no meio. Um celular te põe no ar na rádio para se dar uma informação. E o rádio ainda é o companheiro nos estádios. Em relação ao esporte, cada detalhe importante enriquece a transmissão, porém acredito que ultimamente está havendo exageros, como jornadas muito longas e exaustivas de alguns jogos. Uma decisão ou um clássico importante deve ter uma cobertura especial, até para diferenciá-las de outras partidas.

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol?

Ídolo se forma por si só. Habilidade, carisma, carreira que comprove seu valor são alguns fatores que colaboram na formação de um ídolo de qualquer esporte. A rádio pode contribuir na consolidação ou no “desmascaramento” da imagem do ídolo, dependendo do que é divulgado. Se você tivesse me perguntado sobre craques, aí a coisa mudaria de questão, pois hoje há muitos jogadores que são elevados a essa categoria sem ter mesmo chegado ainda ao tal ponto de merecimento ou não conseguiram alcançar este estágio (mesmo tendo sido elevado a categoria de craque fora da hora), e isso me preocupa. Para ser ídolo, não é preciso necessariamente ser um craque.

4- A transmissão à distância e a criação de assessorias de comunicação nos clubes e de jogadores tem interferido, ou trouxe alterações para o trabalho de cobertura e transmissão esportiva? Existe possibilidade de retorno do modelo antigo?

A assessoria precisa se preocupar em dar a informação e com a imagem do clube. Trabalhar nos dois lados colabora para saber como é complicado lidar com esta questão. Os clubes de Florianópolis, por exemplo, se preocupam primeiro em dar a notícia no site para valorizar um produto seu. O que importa é que os setoristas devem ir atrás da informação, não esperar pela divulgação na página na internet. Na rádio, os repórteres geralmente são os que estão mais em cima à cata da notícia, em busca dos furos. Mas isso não acontece sempre, com foi o caso do Carlos Alberto, volante do Figueirense que iria para o São Paulo, mas houve a punição por ele ter adulterado a idade em documentos. A informação foi dada em primeira

mão no jornal Folha de São Paulo. A transmissão à distância mudou bastante, até porque a parte técnica foi bastante aprimorada, e melhores equipamentos permitem melhores transmissões. Modelo antigo? Nunca mais! Podem se usar coisas do passado, mas só pra uma nova roupagem.

5- O rádio ainda possui o poder de derrubar um ídolo?

Os ídolos se derrubam e se levantam, se fizerem “força” para isso. Nos grandes centros, mesmo com as principais emissoras de tevê, tanto as abertas como as fechadas, há emissoras de rádio fortíssimas, e podem colaborar para derrubar um ídolo. Mas a preocupação não pode ser essa. O importante é informar, sem distorcer ou tender a beneficiar ou prejudicar ao extremo, e o público deve julgar se ele continua ídolo ou não. Infelizmente, jornalismo responsável não é feito por todos.

6- O que faz com que ainda o rádio esportivo permaneça tão popular? Por que ainda é comum vermos torcedores levando "radinhos" para o estádio?

Porque não há nada como acompanhar o jogo no estádio, no calor da torcida, e ainda com o ouvido ligado no radinho. O que ele ouve no rádio serve para ele tirar as dúvidas dos lances e “discutir” com os comentaristas o que está certo ou errado. Repórteres que trabalham junto à torcida e a participação do ouvinte via telefone (ou até e-mail) são importantes nesse ponto.

7- Como que você define a linguagem do rádio esportivo e quais são as principais diferenças em comparação a linguagem da televisão?

A linguagem da rádio não pode ser inteiramente a linguagem do torcedor. Ela precisa ser informal, ter emoção, mas ser ponderada. Ele deve alcançar o público, deixar o público se manifestar, mas não ser passional. Não dá para ser racional o tempo inteiro, porque todos somos torcedores, mas há que se pensar que nem todos que nos ouvem torcem para determinado time. Na rádio, não pode haver “vazios” na transmissão, o que a TV compensa com imagens. O problema é que, algumas vezes, para preencher o espaço em jornadas desnecessariamente longas, assuntos sem necessidade e até brincadeiras e piadas que nada têm a ver com o que está sendo transmitido acabam vindo à tona. Numa rádio local, também é algo mais permitido puxar a vibração da narração para o lado do time da cidade, o que eu acredito ser algo mais complicado na televisão, porque as transmissões na telinha podem ter alcance nacional.

8- Quais são as principais dificuldades para que o rádio esportivo continue a ter o seu espaço?

A principal é dinheiro. Os patrocinadores grandes estão todos na televisão. Mas ainda nem todos conseguem ver todos os jogos do seu time na tevê, então o rádio ainda é o companheiro. E no estádio, só o radinho mesmo. Não como imaginar ir no estádio e ficar acompanhando o jogo numa televisão pequena.

9- Você considera que hoje o profissional do rádio esportivo também pode ser considerado um ídolo, como exemplo disso as comunidades de fãs que hoje existem no orkut?

Não sei se ele chega a ser ídolo. Acho que se tornam exemplos de profissionais para quem acompanha esporte ou quer seguir a área de jornalismo esportivo. Acho que é mais fácil um profissional de tevê se torna mais fácil para se tornar famoso. Mas, na minha opinião, reconhecimento profissional é mais importante que a fama para quem busca passar informações. Deixem os artistas com a fama.

APÊNDICE 8 – RONALDO CASTRO (RÁDIO GLOBO- RIO DE JANEIRO)

Entrevista respondida em 08/01/2007, por email.

1-Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu até se tornar uma profissão?

Isso aconteceu em 1965 - meu falecido pai atravessava por um momento difícil e como era amigo do Carlos Marcondes -pediu para vaga pra mim.Eu comecei como Radio Escuta e dois anos depois comecei a exercer a função de repórter.

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

Alguns anos atrás, o Rádio era o diferencial. Hoje a TV faz tudo que o Radio faz e com imagem.

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol?

Isso é meio complicado.O ídolo se faz naturalmente com grandes atuações e amor ao clube.

4- A transmissão à distância e a criação de assessorias de comunicação nos clubes e de jogadores tem interferido, ou trouxe alterações para o trabalho de cobertura e transmissão esportiva? Existe possibilidade de retorno do modelo antigo?

A transmissão à distância hoje não tem mais problema em virtude de ser via satélite.Sobre a assessoria de imprensa, eles não ajudam em nada, passam a ser praticamente diretores de clube e só atrapalham o trabalho dos jornalistas.

5- O rádio ainda possui o poder de derrubar um ídolo?

Não. O ídolo se destrói sozinho.

6)O que faz com que ainda o rádio esportivo permaneça tão popular? Por que ainda é comum vermos torcedores levando "radinhos" para o estádio?

Isso é porque o amante do futebol gosta de acompanhar desde o meio dia. Sobre radinhos nos estádios isso diminuiu bastante em virtude dos assaltos.

7) Como que você define a linguagem do rádio esportivo e quais são as principais diferenças em comparação a linguagem da televisão?

O rádio tem que se diferenciar da TV. Uma transmissão pelo Rádio tem que ser mais descontraída, alegre para ser diferente da TV.

8- Você considera que hoje o profissional do rádio esportivo também pode ser considerado um ídolo, como exemplo disso as comunidades de fãs que hoje existem no orkut?

Ídolo não, mas tem pessoas que gostam do trabalho de alguns profissionais do Rádio e gostam de conversar na rua e fazer uma serie de perguntas. Eu procuro dar atenção a todos, mas tem ouvinte que é mala, mas a gente tem que aturar.

APÊNDICE 9 – EUGÊNIO LEAL (RÁDIO TUPI, RIO DE JANEIRO)

Entrevista respondida em 17/01/2007, por email.

1- Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu para isso se tornar uma profissão?

Ainda criança ouvia as transmissões no carro com meu pai aos domingos, voltando da visita semanal à casa da minha avó. Passei a gostar do veículo e quando era adolescente criei uma rádio no edifício em que morava. transmitia para o play ground. Quando entrei na faculdade já foi pensando em fazer rádio. E acabei trabalhando com isso mesmo.

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

Hoje o que difere é a amplitude da cobertura. É o veículo que mais espaço dá aos clubes e que mais detalhadamente cobre o seu dia a dia.

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol

Na medida em que é o veículo que mais trabalha com a imaginação das pessoas. Um ídolo é um personagem imaginário e não um ser humano qualquer.

4- A transmissão à distância e a criação de assessorias de comunicação nos clubes e de jogadores tem interferido, ou trouxe alterações para o trabalho de cobertura e transmissão esportiva? Existe possibilidade de retorno do modelo antigo?

Tem dificultado imensamente o trabalho. As assessorias dos clubes ainda não encontraram seu caminho e têm sua função distorcida pelos desmandos de dirigentes vaidosos que não sabem o que é o trabalho da mídia. As assessorias criam todos os obstáculos para dificultar e padronizar o trabalho da imprensa em geral. Acho que isso vai mudar com o tempo, quando eles encontrarem seu verdadeiro papel. mas nada volta a ser como antes na vida.

5- O rádio ainda possui o poder de derrubar um ídolo?

Quem derruba um ídolo é ele mesmo, com suas ações. É muita pretensão achar que um único veículo pode fazer isso. Até porque não há unidade de pensamento entre as emissoras.

6)O que faz com que ainda o rádio esportivo permaneça tão popular? Por que ainda é comum vermos torcedores levando "radinhos" para o estádio?

Porque ele trabalha com a paixão, a emoção. É isso que move o torcedor.

7)Como que você define a linguagem do rádio esportivo e quais são as principais diferenças em comparação a linguagem da televisão?

Como que você define a linguagem do rádio esportivo e quais são as principais diferenças em comparação a linguagem da televisão?

8- Você considera que hoje o profissional do rádio esportivo também pode ser considerado um ídolo, como exemplo disso as comunidades de fãs que hoje existem no orkut?

Acho que sim mas a segmentação cada vez maior das mídias e a abertura do leque de canais de comunicação dificulta que os ídolos sejam do mesmo tamanho dos de outras gerações quando o rádio tinha maior penetração.

APÊNDICE 10-LEONARDO BARAN (RÁDIO TRANSAMÉRICA RIO DE JANEIRO E TROPICAL SÃO PAULO)

Entrevista respondida em 19/01/2007, por email.

1-Como foi o seu primeiro contato com o rádio esportivo e como ele se desenvolveu para isso se tornar uma profissão?

Dei sorte.meu primeiro contato foi em uma grande emissora, a Globo do Rio, contratado por 8 meses, depois já me tornei profissional.

2- O que difere o rádio esportivo das outras mídias na cobertura e transmissão do esporte?

A transmissão pelo rádio tem um volume maior de informações, pelo fato de ter reporter 24 horas ao lado de um clube, os radialistas são mais bem informados.A diferença em relação a TV é a emoção de quem houve.. Pela falta dos “olhos” o rádio trabalha o lúdico, o imaginário do torcedor.

3- Como que o rádio esportivo contribui para a construção do ídolo do futebol?

Na medida que o clube é falado diariamente na radio...de manhã-tarde-noite..e o torcedor houve o jogador numa entrevista de 3..4..minutos. A televisão não destina entrevista diária e muito menos concede este tempo.

4- A transmissão à distância e a criação de assessorias de comunicação nos clubes e de jogadores tem interferido, ou trouxe alterações para o trabalho de cobertura e transmissão esportiva? Existe possibilidade de retorno do modelo antigo?

Não há como voltarmos ao modelo antigo!!! O reporter precisa fazer da assessoria um aliado e não um inimigo. Mas precisa ficar entendido que o reporter não é empregado do clube...quem é empregado é o assessor. Portanto não precisa receber ordens de conduta de trabalho. Houve alteração com a criação da assessoria..acho que o trabalho ficou mais profissional.

5- O rádio ainda possui o poder de derrubar um ídolo?

Ídolo destrói sozinho ninguém derruba um ídolo se ele continuar brilhando nos gramados.

6)O que faz com que ainda o rádio esportivo permaneça tão popular? Por que ainda é comum vermos torcedores levando "radinhos" para o estádio?

O torcedor leva radio para o estádio pq não pode levar televisão..pois certamente levaria! rs.rs.r.s...o rádio informa ao torcedor o que acontece.dentro e fora do estádio..e ajuda o torcedor a passar o tempo antes da bola rolar.

7) Como que você define a linguagem do rádio esportivo e quais são as principais diferenças em comparação a linguagem da televisão?

O rádio precisa falar exatamente o que acontece, a TV através da imagem.

8- Você considera que hoje o profissional do rádio esportivo também pode ser considerado um ídolo, como exemplo disso as comunidades de fãs que hoje existem no orkut?

A televisão...com certeza é a maior "inimiga". O programa do sportv após a rodada, fazendo a cobertura dos vestiários mostrando gols e lances de todos os jogos era o que o rádio antigo fazia!!

