
Radiojornalismo esportivo contemporâneo: uma proposta de revisão de característica, funções e conceitos¹

Bruno BALACÓ²

Carlos GUIMARÃES³

Marizandra RUTILLI⁴

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Porto Alegre, RS

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

RESUMO

Esta pesquisa propõe uma revisão conceitual, de características e funções no radiojornalismo esportivo contemporâneo. Para tanto, faz um mapeamento das pesquisas já produzidas sobre o rádio esportivo no congresso nacional da Intercom. A partir disso, revisa as teorias, linguagens e conceitos produzidos por diversos autores que pesquisaram neste campo. Feito isso, lança a proposta de atualização a partir da multiplicidade da oferta (BRITTOS, 2002) considerando um cenário de rádio hipermediático (LOPEZ, 2010) e expandido (KISCHINHEVSKY, 2016). Entende-se que o rádio esportivo ainda é movido pela emoção, mas que incorporou outros elementos, tornando-se um produto multimídia e de conteúdo múltiplo, não se atendo somente a uma descrição dos fatos, com alterações na produção, distribuição e consumo.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; radiojornalismo esportivo; jornada esportiva; revisão conceitual; linguagem radiofônica;

Introdução

O radiojornalismo esportivo é representado tradicionalmente pelas transmissões de partidas ou programas de esporte (especialmente o futebol). As equipes

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação na Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Comunicação pela UFC, pós-graduado em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Estácio. Graduado em Jornalismo pela Unifor. Integrante dos grupos de pesquisa Práxisjor (UFC) e Núcleo de Estudos de Rádio (UFRGS). Membro-fundador da Rede Nordestina de Estudos em Mídia e Esporte (Reneme). E-mail: brunoandersonfb@gmail.com.

³ Docente do Curso de Jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de Porto Alegre (RS). Doutorando em Comunicação na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com especialização em jornalismo esportivo pela UFRGS. Integrante do Núcleo de Estudos de Rádio da UFRGS (NER). Comentarista esportivo da Rádio Guaíba. E-mail: csguimaraes@gmail.com.

⁴ Docente do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Atua no Projeto de Extensão Cultura Plural da UEPG, coordena o programa de rádio Cultura e Pluralidades pelo mesmo grupo. Integrante do Núcleo de Estudos de Rádio da UFRGS (NER) e do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte da UERJ (LEME). Doutora e mestra em comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Jornalista (Unijuí), e-mail: maryrutilli@hotmail.com.

esportivas das emissoras de rádio, de um modo geral, apresentam as seguintes funções: coordenador, narrador, comentarista, repórter/setorista, plantonista e produtor. Essa relação⁵ passou por diversas transformações ao longo tempo. Na atualidade, novos desdobramentos a partir de um rádio convergente, expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e hipermediático (LOPEZ, 2010) também impactaram no rádio esportivo, bem como as transformações sociais e culturais.

Com isto, esta pesquisa parte de uma grande inquietação: é possível afirmar que temos um novo radiojornalismo esportivo em vigência? O objetivo é lançar reflexões a partir de uma revisão de teorias, linguagens e conceitos para entender o momento atual. Para isso, é construído um aporte dividido em três frentes: um olhar sobre as pesquisas já produzidas sobre o rádio esportivo no congresso nacional da Intercom, uma revisão das definições, características e linguagens fundamentais do rádio esportivo e, por fim, percepções sobre o radiojornalismo esportivo contemporâneo.

As pesquisas sobre radiojornalismo esportivo

O olhar sobre as produções acadêmicas contribui para perceber como o rádio esportivo foi se modificando e é visto como objeto científico. De acordo com Prata (2021) o Grupo de Rádio e Mídia Sonora da Intercom completou 30 anos. Segundo levantamento, há hoje um espaço consolidado para as pesquisas da área do rádio. Mas também o desafio de seguir estabelecendo pontes com a sociedade, com as transformações em curso, abordagens teórico-metodológicas, conceitos e respeito à diversidade de abordagens. No estudo de Prata (2021) a temática do rádio esportivo é mencionada em duas situações. A primeira delas, foi a aula “Futebol midiático: reflexões sobre o jornalismo esportivo no rádio”, ministrada pela professora Patrícia Rangel no curso Rádio e Contemporaneidade da edição de 2016 da Escola de Verão da Intercom. A segunda, foi a menção da existência do Grupo Temático Rádio e Esporte⁶ durante o IV Simpósio Nacional do Rádio (2021), organizado pela Universidade Federal de Mato Grosso.

⁵ Que nasce nos anos 1920/1930 e ainda carece de mais pesquisas científicas para compreender melhor esse período.

⁶ O grupo temático foi criado nessa edição e se manteve também na edição de 2022 do simpósio.

Ao tratar das pesquisas apresentadas nas edições do Intercom Nacional, as buscas foram realizadas nos anais dos eventos entre 2001 e 2020. Ao todo foram encontrados 31 trabalhos: 21 deles no GP Rádio e Mídia Sonora e outros 10 no GP Comunicação e Esporte⁷. Os destaques sobre o rádio esportivo são para os trabalhos do Rádio e Mídia Sonora que trazem diversas temáticas. Abreu (2001) parte de uma noção de que o discurso radiofônico produz um novo real dentro da narrativa esportiva alimentando o imaginário popular e trazendo a emoção do jogo. As expressões usadas configuram um espetáculo independente do jogo em si. A narrativa esportiva recria o jogo de futebol para chamar atenção da audiência pelo caminho da emoção, com recursos semiológicos como visualização pela descrição de cenários e velocidade (ritmo próprio). O estudo demarca a premissa de mostrar o jogo pelo rádio.

A temática das Copas do Mundo de Futebol foi um dos assuntos que mais se sobressaiu ao longo das duas décadas de apresentações. Foram encontradas pesquisas sobre a Copa de 1950, 1962, 2010 e 2014. Nessa linha, por exemplo, há o estudo de Bruck (2012) marcando a Copa de 1950 como importante para a midiaticização massiva do futebol e ao mesmo tempo para a ligação com o rádio numa perspectiva do meio que acompanhava jogos e treinos da seleção brasileira, acontecimentos. Bruck (2012) observa que naquele ano de Copa mais de 300 emissoras já existiam no Brasil com destaque para a Nacional, Tupi e Record.

Filho e Silva (2012) abordam a Copa de 1962 como uma espécie de transição e ascensão do futebol brasileiro no cenário internacional. O rádio ainda seguia como um articulador da constituição midiaticizada de uma ideia, narrativa de jogo, despertando sensorialidades dos ouvintes-torcedores. Os autores analisaram as transmissões da Rádio Guanabara, do Rio de Janeiro, nas vozes do narrador Oduvaldo Cozzi, do comentarista João Saldanha e do locutor Estevam Bourroul Sangirardi. A relação do rádio com a cultura esportiva demarcava jargões para ações ofensivas e defensivas em campo. Depois disso, os estudos sobre rádio e copas só voltam na edição de 2010, a partir de Pessoa e Campello (2012). Numa perspectiva já consolidada de transmissões, abordam o caso de 30 emissoras mineiras e suas estratégias para cobrir *in loco* a Copa do Mundo na África. Ainda, a pesquisa de Rangel (2012) traz um compilado dos artigos que compõe o livro “O Rádio e as Copas do Mundo”. Esse projeto é considerado pioneiro pois foi produzido

⁷ Foram encontrados trabalhos em linhas temáticas muito semelhantes ao GP de Rádio e Mídia Sonora.

por pesquisadores de dois grupos de pesquisas da Intercom: Comunicação e Esporte e Rádio e Mídia Sonora. Götz (2014) também contribui para os estudos de copas, destacando a edição de 2014. Aborda a quebra de paradigma no rádio gaúcho quando a Guaíba não transmitiu os jogos, realizando estratégias periféricas de abordagem.

Entre as pesquisas mapeadas, a historicidade de profissionais do meio esportivo aparece em dois trabalhos. Götz (2020) traz uma contribuição recente sobre Abílio de Castro, narrador esportivo que, em 12 de julho de 1931, realizou uma narração esportiva pela Rádio Clube de Pernambuco (alguns dias antes do feito de Nicolau Tuma). Esse estudo recente demonstra um esforço de auxiliar nas reconstruções das origens do rádio esportivo. Meireles (2012), por sua vez remonta personagens e histórias do rádio esportivo paraibano nas figuras de Eudes Toscano (narrador), Fernando Heleno (radialista esportivo), Franco Ferreira (radialista esportivo) e Ivan Bezerra (comentarista).

Somente no ano de 2017, foi detectado um estudo que evidencia a presença e atuação da mulher no radiojornalismo esportivo, numa perspectiva de resgate histórico. Mattos e Zucolotto (2017) discutem a trajetória profissional das mulheres no meio tentando encontrar pistas no rádio catarinense. A pesquisa mostra que um dos desafios é a dificuldade de bibliografias e histórias de mulheres no setor. Outro tema que também aparece nas produções é o ensino laboratorial de radiojornalismo esportivo. Pavan (2015) traz o exemplo do projeto de extensão Doutores da Bola da Universidade Federal de Goiás. O projeto envolve estudantes em transmissões ao vivo de jogos que são exibidos pela Rádio Universitária 870 AM de Goiânia. O Doutores da Bola traz a tônica da liberdade de incentivar um fazer criativo e experimental de competições esportivas com base no futebol. Outro estudo é de Silva e Filho (2016) que debatem sobre o programa Disparada no Esporte, administrado pela Faculdade Casper Líbero. Um espaço de troca de experiências entre profissionais, estudantes e profissionais iniciantes e um papel de emissora escola.

Além dessas pesquisas, o mapeamento no GP de Rádio e Mídia Sonora também identificou textos que observaram interatividade e o próprio humor presente no radiojornalismo esportivo. Contudo, a perspectiva mais atual sobre a área se dá com as pesquisas de Guimarães (2018 e 2020), Balacó (2020). Guimarães (2018), considerando a fase de convergência do rádio brasileiro e jornalismo esportivo convergente, propõe um novo modelo para análise esportiva buscando identificar tendências para um novo

comentarista esportivo. Esse novo profissional tem relação com a audiência criativa, análise do jogo baseada em dados, aproximação com o campo do esporte e utilização de outros gêneros jornalísticos além do opinativo. O comentarista é uma peça fundamental das jornadas e o comentário contemporâneo não é hegemônico, há um conflito entre profissionais mais antigos e novas gerações, é algo que vem sendo incorporado. Parte de uma postura que passa por decisões pessoais e tem o desafio de decodificar termos técnicos, mediador entre linguagem científica e popular. Já a pesquisa de Guimarães (2020) observa jornalistas esportivos produzindo conteúdo para redes sociais em Porto Alegre, vídeos no *YouTube*. Esse movimento foi observado a partir da influência da paralisação dos jogos de futebol entre março e julho de 2020. O autor lança um olhar sobre o conteúdo no sentido de perceber reprodução ou algo como novidade nos canais dos radialistas.

Por fim, Balacó (2020) observa mudanças no rádio em meio a pandemia de Covid-19 ao analisar as transmissões via *streaming* em emissoras do Ceará. Faz uma análise da utilização de perfis das emissoras no Instagram e no *YouTube*, num movimento potencializado pelo retorno do futebol depois da paralisação por conta da pandemia. São analisados recursos audiovisuais e resultados de alcance e engajamento. Traz a questão da necessidade de investimentos em plataformas digitais, em novos recursos de transmissão, novos elementos gráficos, audiovisuais e interativos.

Ao observar as pesquisas científicas produzidas e apresentadas em 20 anos de congresso nacional é possível pontuar que foram debatidos temas fundamentais dentro do radiojornalismo esportivo como transmissões de copas, o papel e narrativa do rádio nas transmissões, historicidade, prática laboratorial, novas formas de interação e transmissão e ainda transformações nos modos de atuar. Contudo, há uma lacuna que até então não foi problematizada: a questão de considerar a existência de um novo rádio esportivo. Isso passa pelo reencontro com o já estabelecido enquanto bibliografia.

O radiojornalismo esportivo clássico: definição, linguagem e características

De forma objetiva, o rádio esportivo ou radiojornalismo esportivo pode ser definido como a prática do jornalismo esportivo no rádio, que tem sua base constituída por transmissões de partidas ou programas destinados à divulgação do esporte, por meio das ondas magnéticas ou via internet, conforme a gênese do conceito formulada pela

Enciclopédia Intercom (2010). É um dos segmentos mais tradicionais do rádio, ativo no País desde o início da década de 1920⁸.

De acordo com Ferraretto (2014), o segmento de esportes é um dos dois pilares⁹ fundamentais da infraestrutura de cobertura jornalística de uma estação de rádio. Dentro desse gênero radiofônico, a cobertura esportiva se concentra em dois eixos. O primeiro diz respeito à transmissão lance a lance das competições esportivas, que são o ponto alto da programação. O segundo eixo são os programas esportivos, que fazem a cobertura diária dos acontecimentos esportivos. Os formatos variam desde noticiários a programas de mesa-redonda, que mesclam comentários, reportagens, entrevistas, debates e análises. Essa configuração marca presença regular na grade das emissoras de rádio desde a década de 1940. Impulsionado pelo sucesso da seleção brasileira de futebol, que conquistou três títulos de Copa do Mundo entre 1958 e 1970, o rádio esportivo se consolidou como gênero radiofônico no país, modernizando-se permanentemente, “antecipando soluções e mostrando caminhos, sendo pioneiro e desbravador” (SOARES, 1994, p.58).

A característica principal do rádio esportivo é a intensa massificação da discussão em torno do futebol, criando um discurso sobre os discursos da modalidade, “jogado por outros e visto por mim”, como diz Eco (1984) ao cunhar a expressão “falação esportiva”, que abastece o debate público entre os torcedores, nas calçadas, na praça, nos bares e nos ambientes virtuais, como os grupos de *WhatsApp*, em fóruns de discussão de torcedores no *Twitter* e nos *chats* do *Facebook* e do *Youtube*. No caso específico do Brasil, essas interações sociais mediadas pelo futebol entre torcedores ocorrem de forma lúdica e podem ser explicadas com base em um fenômeno conhecido como Relações Jocosas Futebolísticas, teoria que, segundo Gastaldo (2010), ocorre na forma de “provocações, sátiras, pilhérias, desafios ou apostas, isto é, ‘jogos’ paralelos aos jogos de futebol propriamente ditos. Em geral, tais relações ocorrem entre participantes afetivamente vinculados a equipes adversárias, e a jocosidade é manifesta em situações públicas” (GASTALDO, 2010). Desta forma, um torcedor, além de torcer fielmente pela sua equipe, se dedica também a torcer pelo insucesso do principal adversário local quando

⁸ Época em que foram registradas as primeiras transmissões esportivas por ondas *hertzianas* (SOARES, 1994).

⁹ O outro é a área de notícias.

este estiver em campo, num ciclo interminável de gozações, movido pelo ‘combustível’ da rivalidade clubística.

Definir os elementos que caracterizam a linguagem do rádio esportivo é outro ponto que gera bastante discussão, justamente pela falta de consenso entre os estudiosos que se debruçam sobre a temática. Como destacam Barbeiro e Rangel (2006), a linguagem jornalística do esporte “nunca teve uma escola definida” e o surgimento de um estilo próprio sempre dependeu de tentativas e acertos” (BARBEIRO; RANGEL, 2015, p. 54). Há, contudo, algumas marcas que acompanham a cobertura esportiva ao longo de sua trajetória no rádio brasileiro. Segundo Ortriwano (1985), o rádio esportivo é um segmento que se destaca historicamente pelo potencial participativo do público e se notabiliza como um dos que mais suscitam opiniões na programação radiofônica. Um dos fatores que justifica esse cenário é o fato de o rádio esportivo explorar a emoção e o imaginário do torcedor, mexendo, dessa forma, com uma das grandes paixões do brasileiro, que é o futebol.

Guerra (2006) também reforça essa visão ao destacar a importância no investimento do imaginário do torcedor como um componente fundamental para explicar a paixão do público pela narrativa radiofônica desse segmento. "O rádio esportivo apresenta como característica que fascina o torcedor essa mistura de razão e emoção. No rádio, mais do que entender o que se transmite, é preciso compreender o que quem está do outro lado espera da narrativa." (GUERRA, 2006, p. 143). Esse tom passional da narrativa esportiva é potencializado a partir do uso abundante de figuras de linguagem, como metáforas, hipérboles e onomatopeias, incorporados ao discurso do comunicador no rádio esportivo, com base no linguajar futebolístico, que estimulam o “imaginário popular” (ABREU, 2001, p.2).

Diante da criação de um repertório próprio de palavras do universo do futebol, o comunicador esportivo utiliza expressões que caem no gosto popular e se tornam chavões. Na narração esportiva, carregada de bordões, essa linguagem ganha um ar mitológico, em que os personagens do jogo são alçados à condição de “heróis” e “vilões”, num cenário onde é possível encontrar de jogadores idolatrados a atletas perseguidos e execrados pela torcida. Ou seja, entre o amor e o ódio, é como se não existisse meio-termo. De acordo com Borzilo e Magnoni (2009), esses recursos são usados para chamar atenção para a

participação do ouvinte, em um contexto de forte concorrência e luta pela audiência entre as emissoras de rádio, com um linguajar coloquial que chega mais rápido ao ouvinte e cria uma sensação de identificação.

Já em relação aos programas esportivos, especialmente os de formato de mesa-redonda, há que se destacar ainda outra peculiaridade, ressaltada por Guimarães (2020), que é a de que atrações desse formato radiofônico, diferente dos programas informativos (como os radiojornais), permitem um “relaxamento maior dos integrantes da bancada, especialmente por conta de como a trajetória deste tipo de programa foi construída no rádio informativo” (GUIMARÃES, 2020, p. 323). Dessa forma, os profissionais que trabalham no segmento de cobertura esportiva - seja no rádio ou nas demais mídias de massa - se valem de uma comunicação de caráter lúdica e volta ao entretenimento, como observa Amaral (1982), ao destacar que a “[...] editoria de esporte é o local da redação leve, suave, fácil, viva, em que cabem o humor, o pitoresco, o fato engraçado, as expressões consagradas pelo espírito popular e os modismos empregados em doses racionais” (AMARAL, 1982, p. 89).

Temos, assim, a gênese da cobertura esportiva no rádio: uma abordagem jornalística, porém coloquial, passional, carregada de emoção em sua narrativa, com espaço para irreverência, brincadeiras e provocações.

O radiojornalismo esportivo contemporâneo: novas características, funções e conceitos

Com o passar do tempo, o rádio esportivo sofreu alterações por conta das naturais transformações da sociedade e na tecnologia que incidem diretamente sobre os meios de comunicação de massa. Para chegar a esta reconfiguração, é preciso entender as mudanças que o futebol e a mídia passaram neste período. O futebol, como referenda DAMATTA (1982), é um acontecimento social, em que um feixe de elementos gera uma complexidade de fenômenos que Morin (2007, p.13) explica como um “tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações e acasos [...] com os traços inquietantes da confusão, do inextricável, da desordem no caos, da ambiguidade, da incerteza”. O futebol pode ser visto como negócio, como espetáculo, como uma força laboral, como identidade de uma nação, como fenômeno de massa e [até] como prática desportiva.

Como fenômeno de massa ou mesmo como negócio e, principalmente, como espetáculo, o futebol é uma grande atração midiática. A chamada fase de multiplicidade de oferta (BRITTOS, 2002) fez com que houvesse uma pluralidade de meios para acompanhar o esporte. Além do rádio, pode-se acompanhar por diversas emissoras de TV abertas e fechadas, oferecendo ao público a chance de escolher onde vai assistir ao evento; é possível conferir o desenrolar da partida por aplicativos, *websites* ou pelas redes sociais, com interação e a produção de fóruns paralelos; e, claro, ainda é possível ouvir as transmissões pelo rádio. Mas ainda é o mesmo rádio?

Alguns autores (BARBERO e RANGEL, 2015; COELHO, 2017) produziram uma bibliografia estruturada em uma **tradição** [grifo nosso] do jornalismo esportivo brasileiro, uma vez que, com quase cem anos de trajetória, já é possível que se tenha uma cultura adquirida pelo público. Entretanto, as transformações sociais, culturais e tecnológicas impactaram nessas três vias (produção, distribuição e consumo), reconfigurando essa tradição e criando parâmetros para o rádio esportivo. Todavia, a gênese ainda é a mesma: a emoção, o sentimento, a passionalidade.

Ferraretto (2014, p.218) pontua que “com a bola em jogo, há um apelo constante à sensorialidade do ouvinte”, pontuando categorias em que o rádio esportivo flutua entre o autenticante, o lúdico e o ficcional:

As jornadas esportivas têm, na descrição lance a lance de um jogo de futebol, uma característica autenticante. É o lúdico, no entanto, que faz o ouvinte sintonizar a transmissão. Na voz do narrador, uma partida ganha emoção e o caráter quase ficcional de uma contenda, na qual o gramado transforma-se, hipoteticamente, em campo de batalha e um gol ou uma defesa habilidosa em momento de heroísmo extremo. (FERRARETTO In: ROSÁRIO; SILVA, 2016, p.154).

O rádio esportivo ainda preserva esses três pontos: a descrição autenticante, o lúdico é o que move e o ficcional é o que vincula. Porém, com a transformação da jornada esportiva em um espetáculo multimídia, o rádio esportivo incorporou outras particularidades que fazem parte da constituição de uma transmissão ou de uma programação de futebol. O primeiro ponto diz respeito à produção. Antes, uma transmissão de futebol funcionava apenas como uma descrição emotiva dos acontecimentos de uma partida via áudio. Hoje, as emissoras recorrem a outros dispositivos, como transmissões via *lives* em redes sociais, possibilidade de oferecer um conteúdo baseado em dados que antes não eram disponíveis, com o aparecimento do

comentarista contemporâneo (GUIMARÃES, 2018), um ‘minuto-a-minuto’ dos fatos de campo em redes sociais como o *Twitter*, postagens de bastidores e *making of* em redes como o *Instagram* e o *TikTok*, uma interatividade maior com o ouvinte e outras atrações que vão além das chamadas quatro linhas. O rádio esportivo contemporâneo caracteriza-se, portanto, como um produto do rádio expandido ou hipermediático: ele é uma produção multimídia e de conteúdo múltiplo, não se atendo somente a uma descrição dos fatos.

O mesmo acontece com as programações esportivas. Os tradicionais modelos disponíveis, como a *resenha esportiva* e as mesas-redondas ganham uma nova roupagem. Nisto, as redes sociais servem como elementos de captação de conteúdo e de repercussão de conteúdo. Elas caminham com o rádio esportivo e não em concorrência com o rádio esportivo, tanto que as emissoras disponibilizam aquilo que produzem nas redes sociais. Desta forma, no que diz respeito à distribuição dos conteúdos, a forma do ouvinte absorver o que uma emissora produz também se altera. Antes, era apenas pelo rádio sintonizando uma estação em um determinado horário, previamente organizado pela emissora. Hoje, é possível captar esse conteúdo de diversas formas: no *YouTube*, uma vez que as jornadas esportivas são retransmitidas por esta plataforma; no *Twitter*, com o acompanhamento do jogo e da programação nas contas das emissoras; no *Facebook*, com as *lives* disponibilizadas; no *Instagram* e *TikTok*, com os bastidores de uma cobertura e somente por áudio, seja em tempo real, pelas ondas *hertzianas* ou por aplicativos ou no horário que for conveniente para o torcedor, através de programas disponibilizados em *players* como o *Spotify* e o *Deezer* ou por meio de *podcasts* que as emissoras produzem e distribuem nestas plataformas.

Com isso, tem-se uma alteração no consumo. Ainda é forte o acompanhamento da programação em tempo real, mas com os conteúdos disponíveis nas redes sociais, é possível fazê-lo no horário definido não mais pela emissora, mas pelo torcedor. Se por algum motivo, o ouvinte perdeu o debate do meio-dia, ele poderá ouvi-lo na íntegra através de um dos canais oferecidos pela emissora, que grava o programa e disponibiliza nestas plataformas. Além disso, há à disposição do torcedor uma série de aplicativos e *softwares* que lhe oferecem uma série de dados que vão lhe ajudar a complementar aquilo que ele compreende sobre o jogo. Por fim, outra mudança expressiva é a ideia de se sentir parte do espetáculo, naquilo que Guimarães (2020) chama de “uma extensão do papo de bar”, especialmente em programas de *mesa-redonda*.

Outro elemento importante para essas alterações é a ideia de aproximar emissor e audiência, uma vez que esta é participativa e colaborativa. A figura do comunicador é reforçada justamente pela relevância do ouvinte. Ferraretto (2014, p.82) aponta que o comunicador de rádio pode, em determinados momentos, se colocar numa posição em que se iguala ao ouvinte. Desta forma, há a sensação de pertencimento. Assim, a figura do comunicador esportivo contemporâneo alicerça seu laço afetivo não mais pelo imaginário, mas pela proximidade e pela lógica de tentar entregar ao ouvinte essa sensação de pertencimento. Com isso, outras transformações no modo com que se transmite o jogo foram sendo agregadas: menos descrição, mais *performance*¹⁰; menos fidelidade ao fato, mais *show*; menos comentários definitivos, mais chance de o ouvinte interpretar por si os fatos do jogo; menos rigidez na linguagem, mais coloquialidade. Menos distância, mais aproximação.

Com isso, outras funções são apresentadas, além de uma atualização referente a estas outras funções ainda existentes. Ferraretto (2014, p.215) coloca que as funções na cobertura esportiva são: coordenador de esportes, narrador, comentarista, repórter, plantão de estúdio, produtor e estagiário. Com a expansão do rádio para outras mídias, emissoras já utilizam a figura do produtor de conteúdo para abastecer as redes sociais. Além disso, muda a forma com que os profissionais em funções clássicas trabalham nas jornadas esportivas. O narrador não é somente um relator dos acontecimentos; ele passa a ser uma espécie de “mestre de cerimônias”, em que o jogo é o pano de fundo para a *performance* e em que a partida é o *show*. Os comentaristas incorporaram o uso de dados para embasar suas opiniões, flertando com o gênero interpretativo (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2010). A reportagem é multimídia; além de informar na transmissão, precisa fazer vídeos, tirar fotos, fazer cobertura de bastidores e atuar nas redes sociais. O plantão funciona mais como uma central de informações do que somente um componente da transmissão que repassa resultados. E o produtor é um produtor multimídia: além de cuidar o que acontece *on air*, também faz postagens nas redes sociais das emissoras.

¹⁰ Zumthor (2007, p.31-32) entende que a performance é um jogo que junta o locutor ao autor e a situação e a tradição: “esse jogo é de aproximação, de abordagem, de apelo, de provocação do outro, de pedido, em si mesmo indiferente à produção de um sentido”. Ela é simplesmente um meio de comunicação: comunicando, ela o marca.

A partir dessas novas funções e características, é possível dizer que são essas as condições que possibilitam conceituar o **rádio esportivo contemporâneo**: a) não é mais somente áudio, é áudio, vídeo, foto, texto; b) não é mais somente o jogo, são os bastidores, as informações complementares, o espetáculo; c) não é mais somente descrição com emoção, é a apresentação de um show, com performance; d) não é mais somente ao vivo, quem determina o horário é o ouvinte; e) não é somente informação, é muita repercussão e sintonia com características das redes sociais – entre elas, a performance; f) não existem funções específicas para um meio específico, todos produzem para diversos meios e g) não se captura o torcedor somente pela paixão, ele precisa ter o sentimento de pertencer à transmissão.

Considerações finais

Este artigo buscou apresentar uma proposta de atualizar princípios clássicos do radiojornalismo esportivo diante de um cenário em que se observa a transformação nos modos de produção, distribuição e consumo de conteúdos feitos pelos comunicadores. Essa necessidade, identificada durante painéis, congressos e a partir de uma revisão bibliográfica, se deu pelas reconfigurações pelas quais os meios de comunicação de massa passam nesse ambiente de convergência.

O objetivo foi um estudo preliminar ou, como o assunto pede, um “pontapé inicial” nessa temática. Existem diversos processos em andamento, como, por exemplo, a desconstrução de um antigo dogma presente entre os comunicadores esportivos, que é o de não revelar o time de preferência de cada profissional. Na configuração apresentada neste artigo, um antigo dogma do radiojornalismo esportivo também vem sendo derrubado. É comum, cada vez mais, comunicadores assumirem torcer por uma determinada equipe. Trata-se de mais um procedimento que busca aproximar o radialista de seu público. É um efeito da necessidade de o ouvinte, participativo e colaborativo, ser, agora, parte do show.

Com isso, é possível dizer que o radiojornalismo esportivo contemporâneo é constituído pelo princípio que acompanha as transformações dos meios de comunicação na era da convergência: ele é um show, em que o pano de fundo é o jogo de futebol, em que não basta apenas comunicar o que acontece em campo. É preciso, também, tratar esse

evento desta forma, que vai além de práticas jornalísticas e que envolve o ouvinte ao ponto de ele se sentir parte daquilo que é emitido.

O rádio esportivo contemporâneo tem, portanto, como característica fundamental, além de transformações nos modos de fazer quanto ao conteúdo, uma relevante alteração na forma com que se faz. Ainda é motivado pelo principal, que é explorar a sensorialidade do ouvinte, já que, afinal de contas, o futebol é um fenômeno de cunho essencialmente passional. Mas o modo com que se chega até ele não é mais o mesmo. O modo com que se faz o rádio esportivo não é mais o mesmo. E, por consequência, as atribuições desenvolvidas pelos profissionais que fazem o rádio esportivo também não são mais as mesmas.

É preciso reiterar que se trata de uma análise preliminar e que pode desencadear diversos estudos sobre o tema. O artigo é uma ideia de situar o rádio esportivo na contemporaneidade, observando fenômenos que vem transformando sua prática. Adverte-se, porém, que a tradição ainda é muito forte e que é preciso considerar as diferentes realidades que o rádio esportivo brasileiro possui, como as regionalidades, o tamanho das emissoras e a aceitação de públicos diferentes. Portanto, diante desse primeiro passo, busca-se estimular novas pesquisas no sentido de identificar esses e outros fenômenos existentes nessa nova configuração.

Referências

ABREU, J. B. **Metáforas, hipérboles e metonímias, uma jogada de efeito** – o discurso do radiojornalismo esportivo. Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Campo Grande: UFMS, UNIDERP, UCDB, 2001.

AMARAL, L. **Jornalismo: matéria de primeira página**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro/UFC, 1982.

BALACÓ, B. A volta do futebol em meio à pandemia: a experiência das rádios cearenses na transmissão de jogos via *streaming*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020. **Anais [...]**, Virtual: Intercom.

BARBEIRO, H.; RANGEL, P. **Manual do jornalismo esportivo**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2015.

BORZILO, A; MAGNONI, A. **As características da linguagem do radiojornalismo esportivo**. II Simpósio de Comunicação e Tecnologia Cidadã: Bauru, 2009.

BRITTOS, V.C. **O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta**. Verso & Reverso, São Leopoldo: Editora da Unisinos, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul.-dez. 2002.

BRUCK, M. S. Copa de 1950: e o futebol se torna acontecimento midiático eletrônico. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35, 2012. **Anais [...]**, Fortaleza: Intercom.

COELHO, P.V. **Jornalismo esportivo**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2017.

DAMATTA, R. e outros. **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

FERRARETTO, L.A. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

_____. A autenticação da realidade pelo radiojornalismo: pistas para compreensão do papel do âncora, do comentarista e do repórter no século XXI. In: ROSÁRIO, Nísia Martins do; SILVA, Alexandre Rocha da (Org.). **Pesquisa, comunicação informação**. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 147-163.

_____. Da segmentação à convergência: apontamentos a respeito do papel do comunicador de rádio. **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, v. 36, n. 1, p. 59-84 jul./dez. 2014.

FILHO, A. G.S; SILVA, G. P. (2012). A Copa do Mundo de Futebol de 62: Elementos Radiofônicos à Mídiatização do Jogo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35, 2012. **Anais [...]**, Fortaleza: Intercom.

GASTALDO, E. **As relações jocosas futebolísticas: futebol, sociabilidade e conflito no Brasil**. Mana: Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 311-325, 2010.

GUERRA, M. **Você, ouvinte, é a nossa meta: a importância do rádio no imaginário do torcedor do futebol**. 1.ed. Rio de Janeiro: Etc Editora, 2002.

_____. **Rádio x TV: o jogo da narração**. A imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2006.

GUIMARÃES, C. **O comentarista esportivo contemporâneo: novas práticas no rádio de Porto Alegre**. Curitiba: Appris, 2018.

_____. O ouvinte e a mesa-redonda esportiva no rádio: uma extensão do “papo de bar”. **Revista Âncora: revista latino-americana de jornalismo**, João Pessoa, v. 7. n.1, p.322-341, jan./jun.2020.

GÖTZ, C. A. F. Radiojornalismo Esportivo Gaúcho: a nova fase da Rádio Guaíba. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 36, 2014. **Anais [...]**, Foz do Iguaçu: Intercom.

_____. Abílio de Castro: pioneiro da narração esportiva no rádio do Brasil?. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020. **Anais [...]**, Virtual: Intercom.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010.

MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. de (Org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MATTOS, E. T; ZUCOLOTTI, V. R. M. A constituição histórica da presença da mulher no radiojornalismo esportivo brasileiro. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40, 2017. **Anais [...]**, Curitiba: Intercom.

MEIRELLES, N. Personagens e Histórias do Rádio Esportivo Paraibano. **In:** Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35, 2012. **Anais [...]**, Fortaleza: Intercom.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ORTRIWANO, G. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

PAVAN, R. Desafios para o ensino laboratorial do jornalismo esportivo: *Doutores da Bola* e a rotina produtiva nas coberturas ao vivo. **In:** Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 38, 2015. **Anais [...]**, Rio de Janeiro: Intercom.

PESSOA, S. C.; CAMPELLO, W. Copa do Mundo de Futebol 2010: a presença e a memória do rádio mineiro. **In:** Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35, 2012. **Anais [...]**, Fortaleza: Intercom.

PRATA, N. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora –30 anos: lugar dos estudos radiofônicos e desafios de pesquisa. **Radiofonias** –Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana -MG, v. 12, n. 02, p. 47-81, mai./ago. 2021.

RANGEL, P. O Rádio e as Copas do Mundo – De 1938 a 2010. **In:** Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35, 2012. **Anais [...]**, Fortaleza: Intercom.

SILVA, S. P; FILHO, P. S.V. Disparada no Esporte: tradição e ensino de radiojornalismo na Rádio Gazeta AM. **In:** Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39, 2016. **Anais [...]**, São Paulo: Intercom.

SOARES, E. **Bola no Ar: o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo, Summus, 1994.

ZUMTHOR, P. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.