

LUIZA AGUIAR DOS ANJOS

SOBRE ONDAS E GOLS:
PRODUÇÃO ACADÊMICA BRASILEIRA SOBRE FUTEBOL NO RÁDIO

BELO HORIZONTE
Universidade Federal de Minas Gerais
2011

LUIZA AGUIAR DOS ANJOS

SOBRE ONDAS E GOLS:
PRODUÇÃO ACADÊMICA BRASILEIRA SOBRE FUTEBOL NO RÁDIO

Trabalho integrado apresentado ao
Curso de Especialização em Lazer – Programa de
Pós-Graduação *Lato Sensu* da
Universidade Federal de Minas Gerais, como
requisito parcial à obtenção do título de
ESPECIALISTA EM LAZER.

Orientador: Victor Andrade de Melo

Belo Horizonte
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional
2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA, FISIOTERAPIA E TERAPIA OCUPACIONAL
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO FÍSICA
CENTRO DE ESTUDOS DE LAZER E RECREAÇÃO – CELAR
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM LAZER

TRABALHO INTEGRADO

Título: Sobre ondas e gols: produção acadêmica brasileira sobre futebol no rádio.

Aluno(a): Luiza Aguiar dos Anjos

Número de Matrícula: 2009751684

Professor(a) Orientador: Dr. Victor Andrade de Melo

Classificação:

Nota:

Data da aprovação:

Victor Andrade de Melo

À
Biblioteca Universitária da UFMG
Coleção Memórias

AGRADECIMENTOS

Estranho dar tanta atenção a uma página que pouca gente lê. Talvez fosse confortável ignorá-la, não agradecer a ninguém e me poupar do esforço de escrevê-la. Ao mesmo tempo parece injusto fingir que esse trabalho foi fruto unicamente de meu próprio esforço.

Como não agradecer a minha família que não só garante teto, roupa limpa e comida na mesa, mas também (e principalmente), carinho, confiança, amor?

E ao Victor que em meio a sabe Deus quantas atribuições encontra tempo para orientar uma simples aluna de especialização?

Terminar a especialização eu terminaria de qualquer jeito, mas de forma tão divertida só com essa turma. E claro, estando sempre no canto esquerdo! Não posso deixar de agradecer pelas muitas risadas e momentos especiais.

Como não agradecer pelos papos-nerd, revisões e energia boa que me levaram ao Leblon? As pacas indicam o caminho!

Last but not least, agradeço a florzinha que dos gráficos às baladas, está aqui pro que der e vier.

RESUMO

Esse estudo pretendeu fazer uma análise descritiva dos estudos sobre futebol no rádio. Reconhecendo a dimensão que o futebol possui no Brasil, a relevância do rádio enquanto equipamento de lazer e meio de comunicação entendo que diversas questões dignas de atenção acadêmica surgem nessa relação. Apesar disso é notável o baixo número de pesquisas que se dediquem à temática. Entendo assim, que esse trabalho pode contribuir para o reconhecimento de avanços e limites desse campo de pesquisa, contribuindo para futuros estudos. Para tal análise, fez-se um levantamento das obras existentes usando como fonte o “Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007” (SILVA, 2009). Foram incluídas todas as produções acadêmicas que contivessem a palavra-chave “rádio”. Os dados confirmaram a hipótese do baixo número de produções, apenas dezoito. Verificou-se que todas elas foram publicadas nas regiões sul e sudeste, com 66% provindas de São Paulo. O local de trabalho dos autores respeita lógica semelhante, mantendo-se apenas nas duas regiões, havendo, porém, distribuição menos desigual, com maior percentual localizado no Rio de Janeiro. A maioria dos pesquisadores não participa de grupos de estudo ligados diretamente a essa temática. Quanto à produção desses, percebeu-se que poucos possuem um maior número de publicações sobre o futebol no rádio, sendo as obras mapeadas nesse levantamento muitas vezes estudos isolados em meio uma produção dedicada a outros temas correlatos. A maior parte dos estudos do possui o tema linguística e a maior parte dos autores é da área de Comunicação. Conclui-se que há inúmeras possibilidades de pesquisa inexploradas, também na própria área da Comunicação, mas principalmente pelos que ainda apresentam maior escassez em produções como Educação Física, Letras, Ciências Sociais, etc. Para o desenvolvimento dos estudos da área é fundamental a produção mais contínua, o diálogo intra e inter grupos de pesquisa, e por meio de Congressos e outros eventos.

Palavras-chave: futebol, rádio, mídia, estado da arte.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Categorias das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio”	47
GRÁFICO 2 Estados em que foram publicadas as obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio”	48
GRÁFICO 3 Estados em que trabalham os autores das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio”	49
GRÁFICO 4 Área de estudo dos autores das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio” com percentual calculado pelo número de autores	50
GRÁFICO 5 Área de estudo dos autores das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio” com percentual calculado pelo número de obras	50
GRÁFICO 6 Temas das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio”	51

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 Temas dos Grupos de Pesquisa de que participam os autores do "Levantamento de produções sobre futebol no rádio"	52
TABELA 2 Temas da produção principal dos autores do "Levantamento de produções sobre futebol no rádio"	53

SUMÁRIO

1 A PRELEÇÃO	08
2 ENTRANDO EM CAMPO	12
2.1 O Rádio no Brasil	12
2.2 O Futebol no Rádio	16
3 METODOLOGIA.....	23
4 A ESCALAÇÃO	26
5 DESEMBOLANDO O MEIO-CAMPO	47
6 ARREMATE FINAL	54
REFERÊNCIAS	57

1 A PRELEÇÃO

Em um bar da cidade de Belo Horizonte que costuma transmitir os jogos do Cruzeiro Esporte Clube, lê-se uma placa com os seguintes dizeres: “Proibido comemorar antes da televisão”. Talvez o recado soe estranho a quem nunca assistiu a um jogo de futebol em um bar ou restaurante. Para quem o faz, a mensagem é clara: se você está ouvindo ao jogo pelo rádio contenha sua emoção ao ouvir o grito de gol e aguarde o lance ser mostrado na tela¹. A existência desse tipo de torcedor que não se contenta com a informação trazida pela TV e faz questão de ter sempre consigo o *radinho*² evidencia como esse veículo ainda é muito presente no universo do futebol. A essa evidência somam-se os bordões dos radialistas repetidos pelos torcedores em seus comentários³, a credibilidade dada aos comentários dos programas de discussão, o desejo de participação dos ouvintes através de perguntas e comentários, entre outros.

Apesar disso, o meio acadêmico se mostra pouco atento a esse fenômeno e às demais questões que o permeiam. Aparentemente as pesquisas dão maior atenção à mídia impressa e à televisiva. Nesse sentido, Magnani (2003) atenta que as críticas à dominação dos meios de comunicação pelas classes dominantes, utilizando-os como forma de imposição ideológica, focam na televisão e ignoram a marcante presença do rádio nas camadas populares. De fato, a televisão é um dos principais meios de entretenimento da população mundial sendo natural que muitos pesquisadores desejem tomá-la como objeto de pesquisa, mas ainda sim é de se estranhar que o rádio venha sendo tão relegado até hoje.

¹ Por motivos de ordem física a transmissão de rádio é alguns segundos adiantada em relação à televisão, fazendo com que quem escuta ao primeiro tome conhecimento do gol antes.

² Os aparelhos de rádio portáteis costumam ser chamados de *radinhos*.

³ Expressões como “onde a coruja dorme” (espaço próximo ao encontra da trave com o travessão), “caixa” (gol), “bandeirantes” (quando bola chutada vai muito longe do gol) são exemplos de expressões do rádio muito entoadas pelos torcedores.

Os dados do IBGE de 2004 mostram que 87% dos domicílios brasileiros possuem aparelho de rádio e é notável como o futebol está presente na programação das emissoras⁴. Empiricamente, percebemos a popularidade das transmissões de jogos e dos programas que discutem futebolística entre os torcedores, e que comentários feitos se tornam assunto nas rodas de amigos, sendo muitas vezes uma referência da verdade. Essa intrínseca relação entre o esporte bretão e o rádio foi sendo tecida desde os primórdios de ambos. Tendo chegado no Brasil em 1922, já em 1932 o rádio transmitia a primeira partida de futebol, e na década de 40 surgia a Emissora dos Esportes, na qual o futebol possuía destaque (ORTRIWANO, 1985).

Essa longínqua e intensa relação parece, contudo, ignorada pela Academia, como evidenciado no “Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007” (SILVA, 2009)⁵, em que se encontram apenas dezoito trabalhos que abordam o rádio.

Buscando analisar do que tratam essas produções, mapeando os conhecimentos que vem sendo acumulados sobre esse tema e que horizontes se mostram ainda pouco explorados, nesse trabalho me proponho a tecer um estado da arte dos estudos das mais diversas disciplinas que se empenharam em analisar o futebol no rádio.

A minha trajetória faz com que a escolha pelo futebol como tema de pesquisa seja bastante óbvia. Amante da prática e da assistência desde jovem posso dizer que esse esporte foi o motivo maior para meu ingresso na faculdade de Educação Física, na qual me graduei.

O interesse pelo rádio, por sua vez, não é tão antigo. Ele se inicia a partir do meu ingresso no Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFuT). No GEFuT passei a atentar meu olhar para o futebol enquanto elemento da cultura, como uma manifestação pela qual o homem se expressa e que estabelece relações reflexivas com a sociedade. A relação com o rádio se efetiva então, a partir da criação do programa Óbvio Ululante, do qual participo da produção juntamente com outros membros do grupo. Esse programa, transmitido pela Rádio UFMG Educativa, surgiu com o intuito de discutir futebol e seus temas correlatos a partir de nossos estudos e investigações. Ele possibilita, ainda, o

⁴ A maioria das emissoras mais ouvidas possui programas esportivos. Podemos citar como exemplo a Radio Globo, a Radio CBN a Jovem Pan e, em Belo Horizonte, a Radio Itatiaia e a 98FM.

⁵ Esse trabalho faz um levantamento de teses, dissertações, periódicos, anais e livros que tratam o futebol sob a perspectiva das Ciências Humanas e Sociais.

estabelecimento de mais um canal de diálogo com a sociedade, ampliando os horizontes de visibilidade de nosso grupo e de nossas pesquisas.

Essa experiência de produção de um programa de rádio despertou em mim o desejo de compreender como o futebol e questões que o permeiam são tratados nos programas de emissoras comerciais. Entendo que o futebol é atravessado e atravessa outras instâncias da cultura, sendo um espaço privilegiado para pensá-la. A mídia, por sua vez, é espaço privilegiado para refletir sobre a construção de subjetividades que alimentam essa cultura por meio de uma circularidade de discursos que têm capacidade de manter ou romper significados e valores hegemônicos sobre esse fenômeno tão relevante na sociedade brasileira que é o futebol (DIAS, 2006).

A partir da percepção de que os programas de rádio são meios altamente acessados por torcedores, entendo que esse tema merece atenção, uma vez que revela contribuições acerca de posições que reforçam ou resistem a representações hegemônicas sobre o que é o futebol.

DaMatta *et al.* (1982) aponta que o futebol é uma forma de a sociedade brasileira apresentar-se. “É a própria sociedade exprimindo-se por meio de uma certa perspectiva, regras, relações, objetos, gestos, ideologias etc.” (*idem*, p.24). Nesse sentido, o futebol se coloca como um palco de análise da sociedade e dos indivíduos.

Esse palco, porém, não é distante, intocável. Ele estabelece inúmeras relações com outras instâncias sociais nas quais os sujeitos também se posicionam. Nesses entrelaçamentos são travados embates em que ambos são tocados e modificados. Entre as instâncias que podemos citar está a mídia.

Diversos autores (FORTES, 2007; GUERRA, 2000; MENDES, 2008; MARQUES, 2004; PIRES, 2002) têm dedicado suas trajetórias acadêmicas a questões que envolvem a relação estabelecida entre esporte e mídia. Muitos deles têm ressaltado a importância de um olhar crítico sobre a mídia sob o argumento de uma melhor compreensão do fenômeno esportivo, reconhecendo a marcante presença do esporte nos meios de comunicação e a inegável contribuição da mídia na construção de sentidos e significados culturalmente disseminados. A educação física, tendo o esporte como seu conteúdo mais trabalhado, não pode deixar de dar especial atenção às questões que emergem a partir dessa relação. Nesse sentido, Bianchi (2010) expõe a falta de estratégias políticas e espaços de formação

para propostas educativas que preparem professores para o trabalho *com, nas e para as* tecnologias de informação e comunicação.

A potencialidade educativa da mídia é explorada há muitas décadas. Falando especificamente do rádio, desde sua existência através da itinerante Rádio Sociedade, em 1922, já havia o interesse em utilizar desse meio para trazer conhecimento à população. Outros projetos surgiram ao longo dos anos como o Movimento de Educação de Base e o projeto Minerva, durante o governo dos militares, e até hoje rádios educativas buscam trazer o saber que grande parte da população não acessa até seus lares.

Não é, contudo, apenas através dos gêneros educativos que a mídia ensina. Não se pode negar que é um processo educativo⁶ a ação que a mídia exerce sobre os indivíduos participando em suas definições sobre o que seria certo e errado em suas formas de ser, de apresentar-se a sociedade e pensar sobre ela.

Sendo a mídia uma grande divulgadora do pensamento hegemônico, será possível pensar em lazer educativo promotor de criticidade, reflexão e autonomia dentro de uma emissora de rádio comercial? É uma pergunta que deve ser respondida dentro da especificidade de cada contexto, partindo de análises aproximadas.

Por isso, entendo ser fundamental que conheçamos esses veículos para que possamos fazer uso do potencial educativo presente nos meios de comunicação, seja utilizando-os como recurso, enquanto um aparato pedagógico, ou como objeto para o qual se educa. Lembrando ainda que a educação pelas mídias não deve ser dissociada da educação às mídias, pois é esse que permite o uso crítico desse material e a compreensão de sua inserção num contexto socioeconômico, político e cultural (ANDRELO; KERBAUY, 2009). Essa compreensão ampla, questionadora e atuante da realidade é que pode contribuir para que posturas anti-hegemônicas surjam e uma nova ordem seja possível.

Ao analisar o “Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007” (SILVA *et. al*, 2009)⁷, em 626 produções contidas na obra encontramos apenas dezessete com o verbete *rádio*. Esse dado mostra que o número de pesquisas dedicadas à presença no futebol no rádio é muito baixo.

⁶ O termo educativo aqui é usado para se referir a uma mudança, transmissão de conhecimentos. Assim, esse processo de educação não necessariamente conduz a valores reconhecidos como adequados em ambientes educacionais formais como autonomia, cooperatividade, criticidade, entre outros.

⁷ Esse trabalho faz um levantamento de teses, dissertações, periódicos, anais e livros que tratassem o futebol com um olhar sócio-antropológico.

É perceptível, portanto, a necessidade de mais pesquisas que se debrucem sobre as questões que emergem a partir da presença do futebol enquanto objeto no rádio, tanto no sentido de incluir no ensino da Educação Física a leitura e reflexão crítica sobre produtos midiáticos, quanto para ampliar o conhecimento do rádio enquanto prática de lazer.

Assim, reconhecendo a dimensão do futebol no Brasil, a relevância do rádio enquanto equipamento de lazer e o poder que os meios de comunicação, entre eles o rádio, detêm, entendemos que surgem muitas questões relevantes e dignas de atenção científica. Um trabalho descritivo qualificado que analise os conhecimentos já produzidos sobre esse tema contribui para o desenvolvimento de futuros estudos uma vez que “se não se domina o já conhecido não é possível detectar o não conhecido” (Saviani, 1987 In PEIXOTO, 2007).

2 ENTRANDO EM CAMPO

2.1 O Rádio no Brasil

O rádio surgiu no Brasil a partir de experiências amadoras, sendo o primeiro registro de 1919, em Recife (ORTRIWANO, 1985). Oficialmente, porém, a primeira transmissão de rádio no Brasil aconteceu em 7 de setembro de 1922, em função da comemoração do Dia da Independência. O discurso de abertura da Exposição do Centenário do presidente Epitácio Pessoa foi transmitido para receptores instalados em Niterói, Petrópolis e São Paulo.

No ano seguinte, um grupo de cientistas e intelectuais da Associação Brasileira de Ciências criou a Rádio Sociedade. Tendo como seu principal idealizador Edgar Roquette-Pinto, a emissora tinha como objetivo democratizar a informação de forma barata, rápida e eficaz, possibilitando educar toda a população (MASSARANI, 1998).

Segundo Lia Cabrale (2004), os primeiros anos de rádio no Brasil estiveram repletos de dificuldades, havendo constantes surgimentos e desaparecimentos de emissoras. A manutenção dessas emissoras ocorria por meio de mensalidades pagas por associados e eventuais patrocinadores, ainda em pequeno número devido à descrença na capacidade do meio de estimular o consumo. Os aparelhos receptores eram importados e, por isso, caros, fazendo com que apenas uma pequena parcela da população tivesse condições de adquiri-los.

Na década de 20, o rádio não se caracterizava como um entretenimento de massa. Ele nascia como meio acessível somente à elite e com seu conteúdo voltado para esses, apesar das intenções de seus fundadores⁸. Ouvia-se ópera, recitais de poesia, palestras culturais, enfim, uma programação bastante erudita e, de maneira geral, desinteressante à grande parcela da população.

Ainda que com dificuldades, o sistema de radiodifusão brasileiro foi se desenvolvendo, principalmente a partir decreto lançado por Getúlio Vargas em 1932, que permitia a veiculação de peças publicitárias nas transmissões. O decreto gerou o aporte financeiro necessário para a expansão do meio. Além disso, fábricas nacionais passaram a fabricar pequenos aparelhos acessíveis para um número cada vez maior de pessoas, possibilitando sua popularização.

Com o impulso financeiro proveniente da publicidade, as emissoras foram se profissionalizando. As equipes, então, se tornaram especializadas, a linguagem radiofônica se qualificou e a programação passou a se organizar de modo racional.

A década de 40, considerada a década de ouro do rádio, foi quando algumas emissoras passaram a se especializar. A Rádio Panamericana, por exemplo, se transformou em Emissora dos Esportes. Ela trouxe inovações às transmissões esportivas e conseguiu inclusive liderar a audiência.

Marcando o fim da década de ouro, mas não do rádio em si, em 1950 aconteceu a primeira transmissão televisiva no Brasil, realizada pela TV Tupi. Esse novo meio, altamente atrativo e que rapidamente se expandiu, trouxe novas demandas às emissoras de rádio que tiveram que buscar adequações para não perder seu público. Já em 1962, a

⁸ Em seu discurso de inauguração, disseram: “[O objetivo da Rádio Sociedade é] Levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e da alegria” (ORTIWANO, 1985, p.14)

TV ultrapassou o rádio em percentual do bolo publicitário brasileiro tendo 24,7% contra 23,6%, distância essa que foi aumentando nos anos seguintes (PIERANTI e MARTINS, 2006). A partir desse dado pode-se inferir que a TV cada vez mais despertava o interesse da população tomando parte do espaço que era exclusivo do rádio.

Poder-se-ia pensar na época que a TV substituiria o rádio como o principal meio de entretenimento e informação, fazendo com que, com o tempo o outro desaparecesse. Esse desaparecimento, contudo, não ocorreu. Os dados do IBGE de 2004 mostram que 90,3% dos domicílios brasileiros possuíam aparelho de televisão e 87% de rádio, o que mostra que o uso do rádio não ocorre por falta da TV. O interesse pelo rádio se manteve, mas a nova concorrência impôs a necessidade do rádio se adequar ao novo contexto. Esse novo contexto, aparentemente desfavorável a ele, despertou a exploração de especificidades e potencialidades.

Alguns pontos que podem ser apontados como importantes para a sobrevivência do rádio foram: 1) O jornalismo se tornar a base da programação, ocupando grande parte do espaço deixado pelas radionovelas e programas de auditório – muito mais atrativas em imagem. As informações, antes conseguidas primordialmente nos jornais impressos, passaram a ser buscadas diretamente na fonte (MEDITSCH, 2001). Isso, aliado à mobilidade de seus equipamentos e menor complexidade da produção, fez com que o rádio fosse capaz de trazer a informação antes de qualquer outro meio; 2) A acentuação do processo de especialização e regionalização, oferecendo conteúdos específicos a um público exclusivo (ORTRIWANO, 1985). A mesma ação é inviável para a televisão, devido aos custos mais elevados de produção e transmissão. 3) A chegada no Brasil dos transistores, componentes eletrônicos que tornam possível a transmissão fora do estúdio, com estações móveis e mais leves, além de tornar possível que qualquer ouvinte ouça rádio sem ter que ligá-lo a uma tomada (ORTRIWANO, 1985).

Ainda que diante de todas essas modificações, cabe perguntar por que então o rádio não desapareceu diante de um novo meio de comunicação que não excluía o som e somava a ele a imagem.

Uma das possibilidades que levanto como diferenciais do rádio diante da TV é a personalidade que ele é capaz de construir com o ouvinte. Essa característica, segundo Mônica Nunes (1993), é em parte explicada devido às propriedades do som. A autora aponta que o som é o primeiro contato que temos com o mundo exterior, ainda no útero

materno, sendo o que mediatiza a relação do feto com o mundo. Ele é, assim, capaz de ir além da mera transmissão de informações, falando à nossa realidade física e psíquica, remetendo a um algo familiar, reconfortante.

McLeish (2001) ainda acrescenta a capacidade de o rádio comunicar-se com cada indivíduo. Ele justifica essa afirmação por meio de dois argumentos. O primeiro é que, diferentemente da TV, geralmente vista por um grupo de pessoas, o rádio é frequentemente escutado por um só indivíduo. Isso faz com que as reações de quem escuta sejam mais espontâneas, não tendo sido afetadas por reações dos que lhe acompanham. Assim, ao construir uma relação única rádio-ouvinte, ele se torna mais pessoal. O segundo argumento é o de que o que vem do rádio - o som - estimula a criação de imagens dentro do indivíduo, o que cria um envolvimento e um impacto potencialmente maior. Nesse sentido, muitas vezes o que se memoriza não é a sequência textual ouvida, mas a imagem construída a partir dessa narração, fazendo com que os sujeitos se tornem produtores da informação que adquirem. O rádio apresenta, assim, não uma negação à imagem, mas um convite à possibilidade de construção da *sua* imagem, da *sua* lembrança. Por conseguinte, a imaginação se torna um pré-requisito para o pleno desfrute desse meio de comunicação como forma de lazer.

Uma questão de ordem técnica também não pode ser deixada de lado. Um aparelho de rádio barato e móvel é de fácil acessibilidade. Hoje, a maioria dos carros e muitos celulares possuem um, ampliando a possibilidade de se escutar ao rádio em diversos momentos, como no trânsito ou em filas de banco, por exemplo. Por ser - em grande parte dos modelos - um objeto portátil e por dispensar grande atenção ao escutá-lo, o rádio permite, ainda, que o ouçamos executando outra atividade.

Empiricamente, podemos dizer que essa possibilidade parece ser bastante explorada. É muito comum vermos pessoas ouvindo rádio enquanto dirigem, lendo um livro, estudando e até mesmo trabalhando. Esse fator, apesar de contribuir para aumentar a audiência do rádio pode ser considerado um fator que prejudica o veículo, pois os ouvintes nem sempre assimilam a informação veiculada. Por vezes, isso acaba fazendo com que a informação se torne marginal, disputando a atenção da audiência com outras atividades (Andrelo; Kerbauy, 2009). Tentando amenizar esse efeito conquistando a atenção do ouvinte o rádio busca criar formas de trazer a informação de forma mais

atrativa, utilizando efeitos sonoros, criando bordões, e até mesmo variando a entonação dos locutores tornando a fala menos monótona.

2.2 O Futebol no Rádio

Ortriwano (1985) afirma que apesar das raras referências bibliográficas que tratam do rádiojornalismo esportivo, ele sempre foi muito presente, sendo um dos setores mais opinativos da programação. Segundo ela, a primeira transmissão de um jogo de futebol ocorreu em 10 de fevereiro de 1932 e já na Copa de 38 um narrador brasileiro transmitiu as partidas diretamente da França.

Diferentemente das radionovelas e radioteatros, as transmissões de futebol não desapareceram do rádio. Apesar da imagem agregar valor ao espetáculo transmitido, as características particulares do rádio fazem com que ele se mantenha plenamente vivo até os dias de hoje. Um exemplo disso é o fato de diversos torcedores assistirem a jogos, tanto no estádio quanto na televisão, ouvindo às narrações e comentários do rádio. Se isso ocorre possivelmente é porque consideram a locução do rádio mais atraente.

Na ausência de imagens os acompanhando, os locutores de futebol do rádio desenvolveram um estilo bastante particular em que cada lance parece oferecer perigo ao goleiro, em que há apelidos para jogadores e jargões entoados em momentos específicos como uma bola chutada muito longe da meta, um erro de passe ou claro, um gol⁹. Esse estilo aprimorado se tornou típico das locuções radiofônicas e pode ser considerada parte dos atrativos de suas transmissões.

Os programas de comentários por sua vez valorizam a personalidade já citada anteriormente. Ao escutar um desses programas, tem-se a impressão de estar em uma roda de amigos que debate o resultado do último jogo. Na falta de imagens, o enfoque se torna a informação e a opinião.

⁹ O locutor Osmar Santos é um bom exemplo disso. Ele apelidou o jogador Edmundo de “Animal” e criou bordões como “pimba na gorduchinha”, “ripa na chulipa” e “parou por quê, por que parou?”

Toda essa passionalidade exacerbada parece vestir muito bem o futebol, esporte esse que é o mais praticado no mundo, que leva multidões aos estádios e desperta tantas paixões. Na sociedade brasileira em especial essa dimensão é ainda mais marcante. É inegável a dimensão que o futebol possui em nossa sociedade, atingindo muitas vezes até os que não são torcedores ou admiradores do esporte. Isso pode ser evidenciado especialmente em dias de clássico quando as cidades se cobrem das cores dos times rivais, quando certas vias de circulação se tornam intrafegáveis e os gritos e buzinas ignoram a lei do silêncio. Em Jogos de Copa do Mundo, então, a grande maioria das empresas fecha as portas como em um feriado.

Entendo, assim, o futebol como mais do que uma atividade física. Considero-o uma prática social pela qual os sujeitos se expressam e que revela aspirações, desejos e contradições da sociedade (DAOLIO, 1989). Prática essa, que apresenta especial identificação com a cultura brasileira, justificada por DAMATTA *et al.* (1982) pela possibilidade de expressão de “uma série de problemas nacionais, alternando percepção e elaboração intelectual com emoções e sentimentos concretamente sentidos e vividos”(p.40). É tal o poder de conquista do futebol que ele é hoje o esporte mais praticado do mundo, sendo ainda objeto de uma indústria bilionária. Mas não é seu valor financeiro o que leva milhares de pessoas a semanalmente acompanharem seus clubes. É seu valor simbólico.

O futebol, com toda a sua penetração na sociedade brasileira, permite inúmeras formas de vivência: a prática, seja na escola, na rua, no campo de várzea, ou no estádio; a assistência, no estádio em meio a uma Torcida Organizada ou não, torcendo para um time ou apenas como espectador do jogo, na televisão, em casa ou no bar; através de jogos como o futebol de botão e o futebol de prego ou coleções de figurinhas, mini-craques etc. Entre essas possibilidades encontra-se o rádio.

Entendo o rádio, então, como uma prática de lazer. Lazer esse, compreendido como “cultura vivenciada (praticada, fruída ou conhecida), no tempo disponível das obrigações profissionais, familiares, sociais, combinando os aspectos tempo e atitude (MARCELLINO, 2008, p.12)”. É gerado e transformado historicamente, por meio de relações dialéticas com a sociedade, nas quais lazer e cultura (vista de maneira mais ampla) exercem influências um sobre o outro, se alimentando e se constituindo mutuamente. O lazer é, ainda, lugar

privilegiado para vivências de valores que contribuam para a reordenação da estrutura social vigente, no sentido da denúncia, da reflexão e do anúncio (MARCELLINO, 2008).

Além de uma prática de lazer, o rádio é ainda um meio de comunicação. Ele é, assim, capaz de mediar a relação dos sujeitos com o futebol. A mediação, todavia, não pode ser entendida apenas como uma ponte, um canal que transmite mensagens de forma neutra. O estabelecimento de uma mediação, necessariamente, envolve produção de sentidos. Assim, o rádio é capaz de atribuir significados e valores ao futebol. A mídia como detentora do poder e da hegemonia cultural é, dessa maneira, um ator fundamental do processo de construção de subjetividades.

Não desejo, contudo, construir um cenário em que os sujeitos tomam para si sentidos midiaticamente construídos de forma passiva. Reconheço a possibilidade de ressignificações, apropriações, negações, etc. É inegável, contudo, que no campo das lutas simbólicas a mídia detém poder desigual de significação de práticas sociais em razão de sua presença, força e insistência na divulgação de determinadas concepções (LIPPI; SOUZA; NEIRA, 2008). Aponto, por isso, a necessidade de reflexão sobre a participação dos meios de comunicação enquanto práticas de lazer nas tensões estabelecidas entre os múltiplos discursos que transitam a respeito do futebol.

Nesse sentido, os discursos são definidos por Hall (2002) como:

[...] modos de se referir a, ou de construir conhecimento sobre, um tópico particular da prática: um conjunto (ou formação) de idéias, imagens e práticas, que fornece formas de falar de, formas de conhecimento e conduta associadas a, um tópico particular, uma atividade social ou um lugar institucional na sociedade. Essas formações discursivas, como são conhecidas, definem o que é e o que não é apropriado em nossa formação de, e nossas práticas em relação a, um assunto particular ou espaço de atividade social; que conhecimento é considerado útil, relevante e 'verdadeiro' nesse contexto; e que tipo de pessoas ou 'sujeitos' encarnam suas características¹⁰ (p.6)

¹⁰ Tradução livre do inglês.

Assim, dizer de algo é investi-lo de sentido. Dessa maneira, o conhecimento produzido nos discursos regula condutas, constrói subjetividades, define a forma como as coisas são representadas, pensadas, praticadas (HALL, 2002).

Há uma circularidade nesse processo, em que os discursos da mídia podem modificar os valores e significados culturalmente difundidos, e até mesmo o próprio esporte¹¹, e esses, por outro lado, também a modificam. Há assim, uma relação dialética, reflexiva, em que o futebol e a mídia estão constantemente se afetando, gerando e sofrendo transformações.

Foucault (1992 In LIPPI; SOUZA; NEIRA, 2008) enfatiza como o poder na atualidade não mais está restrito às instituições sociais (Igreja, escola, locais de trabalho), mas se encontra nas relações e nos significados atribuídos culturalmente. O poder, assim, não é visto como algo fixo e estável, mas móvel, fluido e que participa dos processos de construção de nossas subjetividades.

Hall (1997) completa ao apontar que o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação protagonizou uma verdadeira revolução cultural, na qual os processos de atribuição de sentido às práticas sociais possuem grande centralidade. Nas lutas de poder, assim, prevalece o simbólico e o discursivo.

A mídia, enquanto figura destacada e detentora de enorme poder, dissemina valores dominantes diminuindo o valor simbólico das concepções divergentes (LIPPI; SOUZA; NEIRA, 2008). Florenzano (2006 In LIPPI; SOUZA; NEIRA, 2008) aponta que a mídia esportiva costuma construir estereótipos de atletas, treinadores e professores ideais (o atleta “bom moço”, como Kaká, e o “jogador problema”, como Edmundo, podem ser citados como exemplos), enfraquecendo as demais alternativas e a própria idéia de singularidade dos indivíduos.

A própria mídia parece reforçar a idéia de que é ela a responsável pela difusão da verdade, constantemente alimentando seu poder discursivo. Em pesquisas realizadas por Fisher (2002) que estudaram a televisão como dispositivo pedagógico, a autora observou que o veículo possui estratégias para afirmar-se como lugar especial de educar, de ensinar como portar-se em cada ocasião, inclusive em atividades cotidianas familiares, como

¹¹ O vôlei é um exemplo clássico de esporte que modificou-se em função da mídia, incluindo a função do “líbero” e excluindo a “vantagem”.

cuidar dos filhos e controlar os gastos do lar. A crítica, aqui, não é generalizadamente ao conteúdo transmitido, mas à forma como ele é tratado e exposto, como alternativa única, como a verdade.

Escher e Reis (2007) reforçam essa idéia ao defender que é dado aos comentaristas o papel de divulgador da verdade, enquanto ao espectador resta sentir as emoções transmitidas. A discussão feita pelos autores enfatiza o apelo dos meios de comunicação aos sentimentos, em especial a paixão clubística. A qualidade da informação é, assim, deixada em segundo plano. A forma é valorizada em detrimento ao conteúdo (BETTI, 2001).

Giroux (1995) levanta que sob a embalagem de entretenimento a mídia exerce um “persuasivo papel de ensinar”. O ensino, nesse caso, é entendido como a educação sobre modos de existir, de comportar-se, se pensar sobre si e o outro (FISHER, 2002). Dessa maneira, ela não está restrita aos espaços formais como a escola e a igreja. Todo o espaço social pode ser pensado como um espaço educativo em potencial.

Considerando esse conceito ampliado de educação, o rádio enquanto prática de lazer expõe seu duplo aspecto educativo: de veículo e objeto da educação. Esse reconhecimento parte, também, de uma superação do conceito restrito de lazer enquanto tempo de repouso ou entretenimento, que ignora seu potencial transformador.

Mascarenhas (2004) defende que é impossível dissociar o lazer da educação. Marcelinno (1990, p.63-64) completa ao dizer que nesse processo ele pode ser “um dos possíveis canais de atuação no plano cultural, tendo em vista contribuir para uma nova ordem moral, intelectual, favorecedora de mudanças no plano social”. Para ele, “só tem sentido se falar em aspectos educativos do lazer, ao considerá-lo como um dos campos possíveis de contra-hegemonia”. Mas esse processo se torna ainda mais complexo quando a forma de lazer da qual falamos são os meios de comunicação uma vez que a natureza da fruição dessa prática embasa-se na transmissão de conhecimentos. Conhecimentos esses pré-selecionados e interpretados numa ótica específica. Fisher (2002) reforça essa questão ao apontar que as mídias não podem ser pensadas apenas como fontes básicas de informação e lazer, mas como lugares poderosos de produção e circulação de valores, concepções e representações, que participam marcadamente do aprendizado sobre quem somos, como devemos nos comportar, como devemos ver e tratar os demais semelhantes ou diferentes.

Completo, contudo, a afirmação de Fisher com a reflexão de que também não podemos ignorar que as mídias são práticas de lazer, uma vez que grande parte do poder que elas possuem pode ser creditado a sua capacidade de entreter e é por meio desse entretenimento que as teias de significação que ela constrói vão sendo tecidas.

Podemos pensar assim, que o potencial educativo dos meios de comunicação possui especificidades diante de outras práticas de lazer. A lógica do duplo-caráter educativo, contudo, permanece, sendo importante uma associação de ambos, o que permite um uso e compreensão críticos dos materiais midiáticos inseridos nos contextos socioeconômicos, políticos e culturais (ANDRELO; KERBAUY, 2009).

Como apontado anteriormente, 87% da população tem acesso a transmissões de rádio (FUNDAÇÃO, 2004). Ele é assim, potencialmente, um ator importante na construção dos discursos midiáticos. Ainda que não necessariamente todas essas pessoas escutem a algum programa é inegável o amplo alcance desse veículo. Outra informação pertinente é que apesar de ser o 4º veículo apontado como principal fonte de informações (atrás da televisão, sites e blogs jornalísticos e jornais impressos), ele é apontado como o de maior credibilidade (com nota 8,21 no total de 10)¹². Apesar de o jornalismo esportivo ter sua especificidade e essa pesquisa não ter sido voltada exclusivamente para esse tema, creio serem informações dignas de nota.

Analisando a mídia esportiva, Mauro Betti (2001) provoca-nos a pensar se esse seria o esporte na mídia ou o esporte da mídia. Ele reconhece que tratar o esporte em sua inteireza plena seria impossível devido à natureza e limitação de cada mídia, às funções a que cada uma delas cumpre e a interesses a que se prestam, mas defende que o esporte veiculado na mídia pode ser considerado uma realidade textual autônoma, o “esporte espetáculo” (BETTI, 1998).

Esse esporte da mídia, voltado ao esporte espetáculo, ainda segundo o autor, dá ênfase à “falação esportiva” (ECO, 1984) que informa e atualiza (gols, contratações, vida dos atletas), conta histórias (melhores momentos), faz previsões, explica e justifica (vitórias e derrotas, escolhas), promete (emoções, gols), cria polêmicas e constrói rivalidades, critica, elege ídolos e dramatiza.

¹² Pesquisa realizada pelo Vox Populi, que ouviu 2,5 mil pessoas maiores de 16 anos, entre 25 de agosto e 9 de setembro de 2009, no Distrito Federal e nas regiões metropolitanas de Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.

Ele levanta ainda que na mídia os interesses econômicos prevalecem, o que muitas vezes faz com que se pressuponha o gosto do público e modelos tradicionais se perpetuem (BETTI, 1998; ESCHER; REIS, 2002). Além disso, o foco em interesses econômicos faz com que o torcedor passa a ser visto como mero consumidor nas mãos de uma indústria.

Esses modelos tradicionais, com tratamentos semelhantes dados à notícia, evitando abordar temas polêmicos e dando voz a idéias conservadoras criam uma forma de controle social que aumentam o poder simbólico do pensamento hegemônico ao mesmo tempo em que enfraquecem os demais, tendendo a homogeneizar a opinião pública. É o que McLaren (2001 In LIPPI; SOUZA; NEIRA, 2008) chama de “homogeneização das consciências”. Esse processo, segundo Oliveira (2004 In LIPPI; SOUZA; NEIRA, 2008), ocorre em grande parte, pois poucos conglomerados monopolizam a fatia mais importante da mídia mundial dificultando a expressão de diferentes opiniões e culturas.

Retomo a idéia de que a maior parte dos estudos toma a televisão como objeto. Dessa maneira, muitos dos apontamentos feitos a respeito das funções e estratégias midiáticas foram observados mais atentamente em pesquisas que buscaram analisar programas desse veículo. Apesar de acreditar que há possibilidade de se apoiar em uma série desses estudos na reflexão sobre outros meios de comunicação são necessários também estudos específicos. Afinal, será que os conteúdos veiculados por meio de rádio, TV e jornais impressos são os mesmos? Eles são regidos pelas mesmas lógicas nas disputas de poder? As estratégias utilizadas nessas disputas são as mesmas? A recepção ocorre de forma semelhante? Creio que a resposta para essas e inúmeras outras perguntas que podem ser levantadas só pode ser encontrada a partir de pesquisas aproximadas.

Reconhecendo, ainda, a relevância que o futebol possui na sociedade, em especial na brasileira, penso ser fundamental que a visão sobre esse fenômeno se amplie reconhecendo-o enquanto uma forma de expressão dos sujeitos e que estabeleça inúmeras relações com outros segmentos da sociedade. Nesse processo, os meios de comunicação têm papel central na construção do imaginário coletivo. Assim, tornam-se relevantes estudos que analisem as tensões que se estabelecem na relação futebol-mídia-cultura.

Podemos entender que as múltiplas questões que podem ser evidenciadas no meio futebolístico não aparecem exclusivamente nesse espaço. Elas são extensões da sociedade, mas não seu reflexo, uma vez que, dentro do universo futebolístico elas se enquadram a seus códigos e valores, ganhando especificidade.

Nessas tensões os produtos midiáticos podem reforçar a organização social estabelecida, mantendo uma série de estereótipos, ou propor alterações, orientando novas formas de atuação de indivíduos perante uma coletividade (DIAS, 2006).

3 METODOLOGIA

Devido aos objetivos a que se presta, essa pesquisa é de natureza quantitativa e qualitativa. Busco assim, quantificar dados a respeito das produções, mas também analisar de forma aprofundada os trabalhos encontrados. A partir disso, essa pesquisa visa constituir um estado da arte dos estudos sobre futebol no rádio.

O levantamento do estado da arte tem como objetivo reconhecer avanços e limites na produção de conhecimento de um determinado tema de estudo. Esse levantamento é necessário para qualquer pesquisa acadêmica e é através dele que se reconhecem problemáticas significativas para a pesquisa possibilitando a ampliação dos conhecimentos de um campo (PEIXOTO, 2007).

Elza Peixoto (2007) enfatiza a dificuldade encontrada para a realização desse tipo de apropriação no Campo dos Estudos do Lazer. Esse fato ocorre principalmente pelo caráter interdisciplinar da área que faz com que sua produção esteja localizada de forma dispersa, em diversos órgãos e instrumentos de disseminação do conhecimento que atendem às demandas de cada uma destas áreas.

Considerando tais dificuldades de agregar informações, essa pesquisa partirá de um levantamento prévio, utilizando como base de dados o “Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007” (SILVA, 2009). Esse compilado

reúne informações sobre teses, dissertações, periódicos, anais e livros que tratam do conhecimento relativo ao futebol nas ciências humanas e sociais no período de 1980 a 2007. A escolha pelo início da busca na década de 1980 se justifica por ser nessa década o momento histórico do início dos trabalhos acadêmicos sobre futebol com um olhar sócio-antropológico (SILVA, 2009).

Como é a partir dos dados de uma pesquisa anterior que produzo meu levantamento, acho fundamental informar os critérios de inclusão utilizados nessa referência.

Para a busca de teses e dissertações foram utilizadas as seguintes fontes¹³: sítio virtual da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)¹⁴, sítio virtual do Núcleo Brasileiro de Dissertações e Teses em: Educação, Educação Física e Educação Especial (NUTESES) e sítio virtual do Boletim Brasileiro de Educação Física (BOLETIMEF)¹⁵.

A busca de artigos foi feita nos periódicos selecionados pelo sítio virtual da CAPES, na sessão de classificação de periódicos, revistas, anais e jornais, que seguissem os seguintes critérios: serem de circulação internacional concomitante em duas áreas de avaliação pertencentes às ciências humanas e sociais, ser de edição brasileira e ser publicada em português do Brasil.

Para a busca de anais foi selecionado o do Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, organizado pelo CBCE¹⁶.

A busca de livros foi feita na biblioteca das cinco universidades brasileiras classificadas entre as 500 melhores do Mundo¹⁷, sendo elas: Universidade de São Paulo (USP), Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Universidade Federal do Rio de

¹³ A fidedignidade das informações obtidas nesses sítios foi aferida nas bibliotecas depositárias, prevalecendo a informação dessa última por ser a fonte primária.

¹⁴ Selecionado por representar o principal órgão de fomento e divulgação da pós-graduação nacional.

¹⁵ Trazidos como complemento ao banco de dados da CAPES, foram selecionados devido a seu vínculo com o Centro de Desenvolvimento do Esporte Recreativo e de Lazer (Rede CEDES) e o Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE), entidades consolidadas no estudo do esporte.

¹⁶ Selecionado por reunir desde 1979 pesquisadores de diversas áreas que apresentam pesquisas relacionadas ao Esporte, Lazer e Educação Física e pelo prestígio que detém na comunidade acadêmica que produz conhecimento nessas áreas.

Também havia sido selecionado o do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS), mas seu conteúdo não foi inserido por impossibilidade de acesso ao material.

¹⁷ Segundo pesquisa da Universidade de Jiao Tong, Xangai China, de 2007.

Janeiro (UFRJ), Universidade Estadual Paulista (UNESP) e Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Busquei em todos os livros, teses, dissertações e artigos reunidos nesse livro os que incluíam a palavra-chave “rádio” em seu título, tema ou resumo. Em seguida foi feita uma leitura dos resumos para garantir que tratavam, de fato, de rádio e futebol. Além disso, foram excluídos os livros não acadêmicos¹⁸. Os selecionados, então, foram incluídos em minha análise.

Para analisar as demais produções dos autores desses trabalhos e grupos de estudo a que estão integrados foi utilizada a consulta a plataforma lattes do Centro Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ)¹⁹.

As fichas descritivas dos trabalhos foram baseadas nas fichas utilizadas no “Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007” (SILVA, 2009)” e complementadas com categorias que julguei pertinentes a essa pesquisa.

4 A ESCALACAO

Foram encontrados dezoito trabalhos contendo a palavra radio na base de dados consultada, sendo eles:

1) Livros

Nome: *Pátria, chuteiras e propaganda*: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo.

Autor: Édison Gastaldo.

¹⁸ Como critério para definição de uma obra acadêmica definiu-se que o livro deveria ter se originado de um trabalho de pesquisa dentro de uma Universidade ou Centro de Pesquisa.

¹⁹ A busca de currículos lattes pode ser feita pelo endereço eletrônico <http://www.e.gov.br/defaultCab.asp?idservinfo=126&url=http://lattes.cnpq.br/>

Referência: GASTALDO, E. *Pátria, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo*. São Paulo: Annablume; São Leopoldo: UNISINOS, 2002. 229 p. ISBN 8574192538; ISBN 8574311057.

Sobre o autor: Possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1992), Mestrado em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1995), Doutorado em Multimeios pelo Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (2000) e Pós Doutorados em Sociologia pela University of Manchester (2001) e em Antropologia Social pelo Museu Nacional da UFRJ (2010).

Atua como professor universitário na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. É membro dos Grupos de Pesquisa Esporte e Cultura, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, e Núcleo de Estudos Sociais em Audiovisual, da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Envolveu-se em uma série de pesquisas que abordam a midiaticização do futebol e seus desdobramentos, mas nenhuma parece colocar em destaque o papel do rádio.

Tema: Identidade.

Resumo: "Pátria, Chuteiras e Propaganda foi concebido, elaborado e realizado durante o ano de 1998, por ocasião da Copa do Mundo sediada na França. Uma Copa Mundial de que todos guardam lembrança - pelo menos a do alucinante e misterioso desfecho. O futebol é misterioso e mágico. Exatos sessenta anos antes, o Brasil participava da Copa de 1938, na mesma França e, pela primeira vez, a retransmissão dos jogos chegava ao Brasil, via rádio. A comunicação é um outro mistério e uma outra magia. A investigação a que conduz Édison Gastaldo, neste livro, focaliza a questão da representação acerca do ser brasileiro, da cultura e da sociedade brasileiras presentes nas imagens publicitárias referentes a uma Copa do Mundo."

Nome: *A linguagem popular do futebol.*

Autor: José Maurício Capinussú

Referência: CAPINUSSU, J. M. *A linguagem popular do futebol*. São Paulo: IBRASA, 1988. 133 p. (Biblioteca Estudos brasileiros, 18).

Sobre o autor: Possui graduação em Educação Física pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1971), bacharelado em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1963), especialização em Administração Esportiva pela Escola de Esportes de Berlim (1986), especialização em Organização e Métodos pela Fundação Getúlio Vargas/RJ (1992), mestrado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1979) e doutorado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1994).

Atua como professor universitário na Universidade de Educação Física do Exército e da Universidade Salgado de Oliveira, sendo ainda membro de alguns corpos editoriais.

Envolveu-se com estudos ligados a administração esportiva e também relacionados ao Olimpismo. A mídia parece não ser um de seus campos principais de estudo, aparecendo conforme necessário em determinadas discussões, muitas vezes aparando questões ligadas à publicidade e gestão. O rádio, assim, não aparece como foco de suas análises. O futebol também é objeto em algumas pesquisas, mas não se destaca perante outras práticas em sua produção.

Tema: Lingüística.

Resumo: "Este livro traz um estudo original sobre a linguagem empregada pelo comunicador esportivo para transmissão de um jogo de futebol, pelo rádio ou TV. É uma linguagem diferente de outras modalidades esportivas, característica do comunicador radiofônico integrado no futebol."

2) Teses e Dissertações:

Nome: *O futebol na rádio de Porto Alegre: um resgate histórico* (dos anos 30 à atualidade).

Autora: Jamile Gamba Dalpiaz

Referência: DALPIAZ, J. G. *O futebol na rádio de Porto Alegre: um resgate histórico* (dos anos 30 à atualidade). 2002. 187 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Faculdade de

Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

Sobre a autora: Possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1998) e mestrado em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2002). e pela CoMundus - European Master of Arts in Media, Communication and Cultural Studies, nas Universidades de Londres (Institute of Education), na Inglaterra, e Florença (Dispo), na Itália.

Atua como professora universitária na Universidade Luterana do Brasil e como jornalista. E membro do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

A mídia, tanto radiofônica quanto televisiva e imprensa, aparece com destaque em toda sua produção em momentos diferentes. Os trabalhos com abordagens em torno do rádio evidenciam-se em momentos anteriores e próximos à defesa de sua dissertação, em 2002. A partir daí seus trabalhos tomam outros veículos como objeto.

Tema: Estudo Histórico.

Área do conhecimento: Não disponível.

Instituição: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Região: Sul.

Resumo: “O futebol no rádio de Porto Alegre: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade) é um trabalho de reconstrução do futebol no rádio de Porto Alegre. Descreve e organiza esta história a partir de quatro períodos distintos, considerando um contexto amplo demonstrando que, nas primeiras décadas do século XX, ambos possuem características elitistas e amadoras. O segundo, parte das experiências de transmissões esportivas de futebol, realizada nas emissoras de futebol, identificando os profissionais que faziam o futebol no rádio da época e como se organizavam dentro das emissoras. O terceiro inicia com a introdução da Rádio Guaíba em 1957. Considera-se que a partir da implantação desta emissora e da estruturação de um departamento de esportes, em 1958, por ocasião da transmissão da Copa do Mundo de Futebol, o rádio esportivo ganhou maior impulso e organização. O quarto, que inicia nos anos 80, tem os anos 90 como definitivos

neste percurso, seguindo até a atualidade, período em que o mercado radiofônico de Porto Alegre sofre uma nova estruturação.”

Nome: *Mídia, futebol e identidade: do lábaro que ostentas estrelado.*

Autor: Marcelo Kischinhevsky

Referência: KISCHINHEVSKY, M. *Mídia, futebol e identidade: do lábaro que ostentas estrelado.* 2004. 225 f. Tese (Doutorado em Comunicação)-Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

Sobre o autor: Possui bacharelado em Comunicação, com habilitação em Jornalismo (1993), e Mestrado (1998) e Doutorado (2004) em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ).

Atua como professor universitário na Universidade Estadual do Rio de Janeiro, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É membro do Grupo de pesquisa Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação, da UFRJ e do Rádio e Convergência, da Universidade de Caxias do Sul.

O rádio é objeto central de seus estudos, envolvendo-se por meio de pesquisas, publicação de artigos e participação em grupos de pesquisa. Suas discussões, contudo, focam em novos usos do rádio, possibilidades educativas, possibilidades na difusão, entre outros. O futebol, assim, foi abordado nessa tese, mas não é tema recorrente em sua produção.

Tema: Identidade.

Área do conhecimento: Comunicação, Sociologia.

Instituição: Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Região: Sudeste.

Resumo: “Este trabalho se propõe a discutir a construção das identidades nacionais, regionais e locais por meio do discurso dos cronistas esportivos, no âmbito do exercício de rivalidades entre clubes e seleções nacionais de futebol. Para tanto, estabeleceremos uma divisão da história do futebol à luz da evolução da mídia: da primeira fase, que

chamaremos clássica, na qual a mediação social era operada pelos jornais, à era do rádio, poderoso instrumento para a constituição de comunidades imaginadas e de afirmação de uma mitologia da brasilidade positiva, chegando por fim à era do espetáculo, marcada pela ligação do planeta via satélite, por meio da TV, e pela criação de um jet set esportivo mundializado. Trataremos ainda dos mecanismos da mediação social exercida em torno do futebol e das questões relacionadas à alteridade, uma vez que a violência supostamente motivada pelo esporte se apresenta como fator de crescente preocupação das autoridades e da sociedade civil.”

Nome: *Osmar Santos: o pai da matéria. E que gooooooooooool!*

Autora: Edna Maria de Andrade.

Referência: ANDRADE, E. M. de. *Osmar Santos: o pai da matéria. E que gooooooooooool!* 2002. 154 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação)-Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

Sobre a autora: A autora não foi encontrada na Plataforma Lattes e não foi possível encontrar informações sobre ela no sítio virtual da USP.

Tema: Lingüística.

Área do conhecimento: Jornalismo e Editoração, Comunicação.

Instituição: Universidade de São Paulo.

Região: Sudeste.

Resumo: “O presente estudo tem por objetivo analisar a mudança ocorrida na transmissão esportiva do rádio paulista em decorrência da inovação da linguagem utilizada pelo locutor Osmar Santos. O trabalho foi desenvolvido por intermédio de pesquisas documentais e posteriormente complementado com entrevistas feitas com profissionais da comunicação, de letras, de fonoaudiologia, com amigos e familiares, tendo Osmar Santos como unidade de estudo. Analisamos a contribuição de Osmar Santos na transformação do rádio esportivo, reforçando o lugar de destaque do esporte dentro do quadro de programação do rádio. Para compreender essa mudança, a pesquisa percorreu a construção da linguagem do locutor, tendo como fios condutores a narrativa, a linguagem, a oralidade, o mito, a

dramatização, buscando verificar como esses elementos contribuíram para que ocorresse tal mudança. A dissertação destaca ainda o perfil profissional de Osmar Santos, que foi elaborado a partir de referências documentais e entrevistas exclusivas.”

Nome: *Rádio x tv: o jogo da narração.*

Autor: Márcio de Oliveira Guerra

Referência: GUERRA, M. de O. *Rádio x tv: o jogo da narração.* 2006. 246 f. Tese (Doutorado em Comunicação)-Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

Sobre o autor: Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora (1979), mestrado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2000) e doutorado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2006).

Atua como professor universitário na Universidade Federal de Juiz de Fora onde coordena o Núcleo de Pesquisa em Comunicação, Esporte e Cultura. É membro também do Grupo de Pesquisas Comunicação, Identidade e Cidadania, da mesma instituição.

Sua trajetória apresentou envolvimento constante no estudo do radiojornalismo esportivo, com destaque para o futebol, ministrando disciplinas, realizando projetos de extensão, coordenando e participando de pesquisas e publicando artigos.

Tema: Lingüística.

Área do conhecimento: Teoria da Comunicação.

Instituição: Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Região: Sudeste.

Resumo: “Estudo realizado com o objetivo de mostrar como a narrativa radiofônica do futebol conquistou o torcedor e quanto à narração do jogo pela televisão encontra ainda dificuldade para cativar este mesmo torcedor. Como as duas mídias (rádio e TV) se encontram no futebol. A paixão popular pelo futebol interfere no desenvolvimento do rádio e televisão e contribui no desenvolvimento da comunicação. As escolas de narradores que

surgiram e que neste estudo são mapeadas. Futebol e rádio: fenômenos de massa que cresceram juntos. A busca da TV de uma forma alternativa de retratar o jogo de futebol. Através de entrevistas feitas com cronistas esportivos e torcedores nos estádios, foi discutida a distinção entre as narrativas do rádio e da televisão. A tese defendida neste trabalho demonstra que, em termos de narrativa, o futebol ainda é um espetáculo eminentemente radiofônico. O que não impediu a descoberta de um caminho alternativo para a TV fugir do modelo tão marcante do rádio. A metodologia adotada inclui, além de revisão da pesquisa bibliográfica na área, a realização de entrevistas e a observação direta e análise das produções selecionadas.”

Nome: *Você, ouvinte, é a nossa meta: a importância do rádio no imaginário do torcedor de futebol.*

Autor: Márcio de Oliveira Guerra.

Referência: GUERRA, M. de O. *Você, ouvinte, é a nossa meta: a importância do rádio no imaginário do torcedor de futebol.* 2000. 72 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2000.

Sobre o autor: Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora (1979), mestrado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2000) e doutorado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2006).

Atua como professor universitário na Universidade Federal de Juiz de Fora onde coordena o Núcleo de Pesquisa em Comunicação, Esporte e Cultura. É membro também do Grupo de Pesquisas Comunicação, Identidade e Cidadania, da mesma instituição.

Sua trajetória apresentou envolvimento constante no estudo do radiojornalismo esportivo, com destaque para o futebol, ministrando disciplinas, realizando projetos de extensão, coordenando e participando de pesquisas e publicando artigos.

Tema: Lingüística

Área do conhecimento: Rádio e Televisão, Comunicação, Sociologia.

Instituição: Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Região: Sudeste.

Resumo: “Estudo sobre a relação entre a difusão radiofônica de esportes, mais especificamente o futebol, e o torcedor do time. Os recursos usados pelo locutor peculiar ao transmitir uma partida para seduzir e manter a fidelidade da audiência ao veículo tradicional, mesmo em face da acelerada evolução dos meios de comunicação, com sua excitante variedade.”

Nome: *A linguagem radiofônica na transmissão do futebol.*

Autora: Angeliete Maria França de Moraes

Referência: MORAES, A. M. F. de. *A linguagem radiofônica na transmissão do futebol.* 2004. 122 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Instituto de Ciências Sociais e Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2004.

Sobre a autora: Possui especialização em Comunicação Empresarial (Faculdade Anhembí Morumbi) e mestrado em Comunicação (Universidade Paulista)²⁰.

Atua como professora universitária na Faculdade Morumbi Sul e é professora de língua inglesa na rede municipal de São Paulo.

O currículo utilizado como fonte de informações não apresenta publicações ou envolvimento em grupos de estudo e pesquisa. A autora, assim, aparentemente não possui envolvimento contínuo com a temática do rádio e do futebol.

Tema: Lingüística.

Área do conhecimento: Rádio e Televisão.

Instituição: Universidade Paulista.

Região: Sudeste.

Resumo: “Este trabalho pretende mostrar estudos e pesquisas exploratórias sobre a linguagem das transmissões radiofônicas, especialmente de futebol, em São Paulo, alimentando a paixão do povo por esse esporte que, neste país, encontrou seu público

²⁰ No currículo utilizado como fonte de informações a autora não informa sua graduação.

mais fanático, tanto no que se refere à prática quanto ao acompanhamento e discussão do entorno dos acontecimentos que o envolvem. A interação entre ouvinte e locutor, provocada pelo uso adequado dos instrumentos da comunicação sonora, materializa o envolvimento que o rádio provoca no ouvinte e o leva a sentir-se participante do acontecimento, permite que se estabeleça um diálogo mental entre um e outro, criando no imaginário, através da emoção da voz, dos efeitos sonoros, da música e do silêncio, a ilusão do pertencimento à realidade dos fatos dentro de um alto grau de autonomia e uma emoção similar à que sentiria se estivesse presente no local dos fatos. Nossa pesquisa inicialmente tem como hipótese que a radiotransmissão de futebol atinge de maneira eficaz com muito mais intensidade, interação e cumplicidade o ouvinte. Nossos pressupostos teóricos tiveram como base os estudos de linguagem radiofônica de Armand Balsebre, Antonio Adami, Miguel Angel Ortiz, Anatol Rosenfeld, Jesus Martin- Barbero, Nestor Garcia Canclini, Lúcia Santaella, entre outros importantes autores que, com suas pesquisas contribuíram para a sustentação teórica do trabalho.”

Nome: *A narração de futebol no Brasil: um estudo fonostilístico.*

Autor: Zaldo Antonio Barbosa Rocha Filho

Referência: ROCHA FILHO, Z. A. B. *A narração de futebol no Brasil: um estudo fonostilístico.* 1989. 115 f. Dissertação (Mestrado em Lingüística)-Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1989.

Sobre o autor: O autor não foi encontrado na Plataforma Lattes e não foi possível informações sobre ele no sitio virtual da UNICAMP.

Tema: Lingüística.

Área do conhecimento: Lingüística.

Instituição: Universidade Estadual de Campinas.

Região: Sudeste.

Resumo: “Este trabalho procura analisar o estilo dos narradores de futebol a partir do seu desempenho vocal durante as narrações de jogos em radio e TV. Discute a importância de um estudo mais detalhado da fala nos discursos orais como recurso para a formação de

um estilo narrativo. Trata do perfil de cada narrador, apresentando as varias relações de diálogos entre eles. Aborda mais especificamente a fala do locutor de rádio, apresentando exemplos, através de gráficos e gravações em fita k-7.”

Observações: No sítio virtual da UNICAMP verificou-se que o autor defendeu sua tese de doutorado em 1997, intitulada “Som e ação na narração de futebol do Brasil”. Apesar dessa obra não constar no levantamento que utilizei como base de dados para minha busca, por considerar que ela agrega à produção sobre rádio e futebol, e para a compreensão da continuidade da contribuição desse autor para a temática, ela será incluída.

Nome: *Som e ação na narração de futebol do Brasil*

Autor: Zaldo Antonio Barbosa Rocha Filho

Referência: ROCHA FILHO, Z. A. B. *Som e ação na narração de futebol do Brasil*. 1997. 267 f. Tese (Doutorado em Lingüística)-Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.

Sobre o autor: O autor não foi encontrado na Plataforma Lattes e não foi possível informações sobre ele no sitio virtual da UNICAMP.

Tema: Lingüística.

Área do conhecimento: Lingüística.

Instituição: Universidade Estadual de Campinas.

Região: Sudeste.

Resumo: “Este trabalho tem como objetivo caracterizar a locução de futebol como uma narrativa oral do gênero épico, revelada a partir de um duplo sincronismo entre a performance do locutor, isto é, entre a criação e a interpretação de um texto, diante de um determinado público, e a ocorrência simultânea da ação a ser narrada, ou seja, do jogo propriamente dito. Num primeiro passo, ainda introdutório, procuro tecer algumas considerações preliminares acerca do universo futebolístico, da sua literatura, sua história e seu vocabulário; sua relação com o rádio, a TV e os profissionais da narração esportiva.

Num segundo passo, apresento os materiais e método, definindo os critérios de escolha dos narradores e das emissoras, a posição do ouvinte, do telespectador e do pesquisador, e os recursos utilizados para a análise empírica. Por fim, trato da fundamentação teórica dos temas abordados, através de exemplos, cuidando sempre de observar a relação entre o discurso do narrador e a ocorrência simultânea da ação a ser narrada. Desse modo, é possível investigar os vários processos que compõem a narrativa oral futebolística, chegando a algumas conclusões importantes, tais como: (a) de um sentido inerente ao som das palavras, que escapa à letra redigida, e de uma prosódia própria que apóia e amplia os horizontes de uma sintaxe que, embora rica em recursos pouco usuais na língua portuguesa, sempre se subordina aos parâmetros sonoros de uma fala que acompanha a cena do jogo; (b) da permeabilidade de um gênero indiscutivelmente épico por um traço caracteristicamente dramático, quando o locutor afasta-se da posição neutra de um narrador épico para dialogar com a platéia e com os contendores em campo, numa relação imaginária, mas possível, do ponto de vista do espetáculo; (c) da relação metafórica entre o conceito do jogo e o conceito da guerra, presentes no universo do futebol, compactuados por uma comunidade que, através de uma intersubjetividade, identifica-se com os valores associados a tais conceitos, gerando laços afins entre os termos que se referem a um mundo viril e aguerrido e os níveis de emoção regidos por movimentos de tensão e relaxamento, velocidade e inércia, força e sutileza, no campo e na voz do locutor; (d) e por fim, da observação de dois padrões narrativos distintos, embora interdependentes: um, mais abrangente e geral, característico de toda a coletividade, representante do modelo que define as narrações futebolísticas, principalmente no rádio; e outro, mais específico e individual, que caracteriza um determinado locutor, dando-lhe um perfil adequado, um caráter próprio, um estilo único. Como indivíduo, esse narrador, às vezes, deixa transparecer no seu discurso uma parcialidade indisfarçável, delatando a sua torcida, o time da sua preferência, moldando a narrativa de acordo com a sua paixão, além de moldar o som da sua voz à ação em campo.”

Observações: Esse estudo não está presente no “Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007”, minha base de dados, mas foi incluído devido a motivos explicitados na ficha descritiva da obra anterior.

Nome: *Estudo da linguagem de um evento esportivo numa abordagem sócio-léxico-computacional.*

Autora: Sandra Regina Turtelli.

Referência: TURTELLI, S. R. *Estudo da linguagem de um evento esportivo numa abordagem sócio-léxico-computacional.* 2002. 180 f. Tese (Doutorado em Lingüística)-Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

Sobre a autora: Possui graduação em Letras Português-Inglês pela Universidade do Sagrado Coração (1975), graduação em Direito pelo Instituição Toledo de Ensino (1987) , mestrado em Lingüística Aplicada e Estudos da Linguagem pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1997) e doutorado em Lingüística pela Universidade de São Paulo (2002).

Atua como professora universitária na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Coordena o Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol, da UNESP, e participa do Grupo Interdisciplinar de Pesquisas em Lingüística Informática na Universidade de São Paulo.

Através de estudos de lingüística pesquisou uma série de produtos midiáticos de futebol, entre eles alguns radiofônicos. A mídia esportiva de futebol parece ganhar centralidade em suas produções nos últimos anos, não sendo perceptível, porém o foco em algum veículo em especial.

Tema: Lingüística.

Área do conhecimento: Teoria e Análise Lingüística.

Instituição: Universidade de São Paulo.

Região: Sudeste.

Resumo: “Este trabalho teve por objetivo principal verificar o uso de palavras da linguagem bélico-militar, da linguagem do espetáculo, da linguagem afetiva e do jargão futebolístico pela mídia esportiva carioca e paulista (rádio e televisão). O corpus de estudo é composto por textos de um mesmo evento futebolístico, uma partida de futebol. Para processamento dos dados utilizou-se o programa WordSmith Tools. Observou-se que as duas mídias, o

rádio e a televisão, fazem uso mínimo de palavras ligadas à violência; embora o rádio carioca apresente o dobro de ocorrências do rádio paulista, esse número ainda não é significativo se comparado ao de outros aspectos lingüísticos estudados. As palavras da linguagem do espetáculo são mais usadas pela mídia televisão, mas isso não faz, necessariamente, que a narração da televisão seja mais espetacular do que a do rádio. O rádio carioca é o veículo que mais usa elementos com valor afetivo; os outros veículos apresentam um uso reduzido. A mídia rádio utiliza mais o jargão futebolístico do que a mídia televisão. Detectou-se forte parcialidade nas transmissões no rádio para com as equipes locais e, ao contrário, uma tendência forte de contemporização por parte da televisão. A mídia televisão refere-se às torcidas muitas vezes durante as narrações e, pouco, à arbitragem. O contrário acontece com a mídia rádio, que busca maior interação com sua audiência nas alusões e críticas à arbitragem. O rádio paulista mostra um tom de cordialidade para com a arbitragem, o contrário acontecendo com o rádio carioca. Os resultados deste estudo não podem ser generalizados, mas podem servir como partida para investigações que empreguem a Lingüística de Corpus na exploração de textos midiáticos, tanto na área da Lingüística, quanto no âmbito da Comunicação e da Sociologia.”

Nome: *Locução de futebol no Brasil e na França, na XVI copa do mundo: um cruzamento lingüístico-cultural de um evento discursivo.*

Autora: Ana Clotilde Thomé Williams

Referência: WILLIAMS, A. C. T. *Locução de futebol no Brasil e na França, na XVI copa do mundo: um cruzamento lingüístico-cultural de um evento discursivo.* 2002. 317 f. Tese (Doutorado em Lingüística)-Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

Sobre a autora: Possui graduação em Português pela Universidade de São Paulo (1987), Licenciatura Plena em Francês pela Universidade de São Paulo (1986), especialização em Tradução Francês - Português pela Universidade de São Paulo (1987), mestrado em Lingüística pela Universidade de São Paulo (1993) e doutorado em Linguística pela Universidade de São Paulo (2002).

Atua como professora universitária ministrando disciplinas de português e cultura luso-brasileira na NorthWestern University, nos Estados Unidos. Ela, ainda, é membro do Grupo de Pesquisa intitulado Gramáticas: história, descrição e discurso, na Universidade de São Paulo.

Em sua descrição consta que atua principalmente nos temas locução de futebol, discurso jornalístico, linguística sócio-discursiva, língua e cultura francesa, língua e cultura do Brasil. Não há, contudo, informações a respeito de sua atuação profissional nem de produções técnicas ou bibliográficas impossibilitando analisar esse material e sua relação com o rádio e o futebol. A descrição apresentada no sitio eletrônico da faculdade em que leciona²¹ não dá indícios de envolvimento mais contínuos com pesquisas sobre rádio e futebol.

Tema: Lingüística.

Área do conhecimento: Teoria e Análise Lingüística.

Instituição: Universidade de São Paulo.

Região: Sudeste.

Resumo: “Este trabalho tem como objetivo a comparação de aspectos do discurso de locutores de futebol no Brasil e na França, durante a Copa do Mundo de Futebol, realizada em 1998, na França. O futebol, o esporte mais popular do planeta, está intrinsecamente arraigado à cultura do Brasil, tetracampeão do mundo, enquanto, na França, ele é considerado mais "um esporte" em que esse país tem se destacado. O locutor esportivo é quem, pelo rádio ou pela televisão, dá voz ao jogo de futebol. Por sua linguagem, baseada em aspectos sócio-culturais e abundante em recursos estilísticos, transmite as ações em campo. Para realizarmos a comparação de locutores brasileiros e franceses, fizemos gravações em áudio e em vídeo da locução dos jogos desses dois países durante todo o evento, em uma ação coordenada no Brasil e na França. Depois das fitas serem transcritas, selecionamos momentos específicos, como o "início da partida", os "lances a gol", os "gols" e o "encerramento do jogo" para neles basearmos nossa análise. A locução de futebol tem por base três subgêneros discursivos, a narração, o comentário e a conversação e cada um deles é composto por seqüências e subseqüências que formam a

²¹ <http://www.spanish-portuguese.northwestern.edu/people/williams.html> consultada em 17 de janeiro de 2011.

arquitetura desse discurso. Ao considerarmos os momentos selecionados para a análise, comparamos, em cada um deles, a "construção geral do texto", a "extensão e a conexão das seqüências", os "aspectos prosódicos", as "gírias e expressões metafóricas" e o "envolvimento com o ouvinte". As conclusões indicam que o brasileiro prefere seqüências justapostas e coordenadas, enquanto o francês, além dessas, faz largo uso de seqüências com o pronome relativo "qui", explicando a sucessão dos fatos. Para o brasileiro, o que importa é a narração do fato, para o francês, sua explicação. Prosodicamente, há muita semelhança entre ambos, já que a entoação é a forma mais simples e natural de demonstrar a emoção. O brasileiro é mais inventivo, usando muitas metáforas e envolvendo-se intensamente com o ouvinte, que participa de sua fala em quase todos os momentos. O francês, comparativamente, envolve-se, sobretudo, pela entoação emotiva. Esse tipo de envolvimento leva-nos a compreender porque o francês diz-se ser um "commentateur" de futebol e o brasileiro, um "narrador". O "narrador" vivencia e o "commentateur" analisa."

Nome: *O show de rádio.*

Autor: Paulo Henrique de Oliveira Lopes

Referência: LOPES, P. H. de O. *O show de rádio.* 2005. 142 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Instituto de Ciências Sociais e Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2005.

Sobre o autor: Possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, pós-graduação em Administração Geral e mestrado em Comunicação e Cultura Midiática pela Universidade Paulista (UNIP).

Atua como publicitário e também é coordenador e professor do curso de Publicidade e Propaganda da Estácio UniRadial e das Faculdades Montessori de Educação e Cultura, ministrando aulas também na Universidade de Ibirapuera. É membro do grupo de pesquisa Mídia, Cultura e Memória, da UNIP.

O currículo utilizado como fonte de informações não apresenta nenhuma produção bibliográfica.

Tema: Outros Temas.

Área do conhecimento: Radiodifusão.

Instituição: Universidade Paulista.

Região: Sudeste.

Resumo: “Esta dissertação apresenta-se em dois capítulos. O primeiro conta um pouco da história do humor no rádio em São Paulo e Rio de Janeiro, passando pelos principais programas humorísticos, numa relação cronológica desde o surgimento do meio, passando por fatos históricos e pitorescos, personagens, idealizadores e realizadores. No segundo capítulo, faz-se uma análise do programa Show de Rádio: do perfil do seu idealizador, da ligação do programa com as transmissões esportivas, personagens, linguagem, quadros, e curiosidades. Trata-se de um estudo sobre o Show de Rádio, importante programa radiofônico que fez enorme sucesso nas décadas de 70 e 80, principalmente nas emissoras Panamericana S/A (Jovem Pan AM) e Rádio Bandeirantes AM em São Paulo. O programa foi idealizado por Estevam Sangirardi para ser intimamente ligado ao futebol e seus personagens foram criados para representar os torcedores dos principais times paulistas com seus trejeitos e manias, alegrias e tristezas, vitórias e derrotas.”

Nome: *O detalhe do lance*: a representação do futebol através do radiojornalismo esportivo.

Autor: Fábio Viana Ribeiro.

Referência: RIBEIRO, F. V. *O detalhe do lance*: a representação do futebol através do radiojornalismo esportivo. 1997. 120 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia)-Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1997.

Sobre o autor: Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Minas Gerais (1992), mestrado em Sociologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (1997) e doutorado em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2005).

Atua como professor universitário na Universidade Estadual de Maringá, onde é membro do Grupo de Pesquisas intitulado Comunicação e Multimeios e do Laboratório de Pesquisa em Antropologia.

Apesar de dividir atenção com outras temáticas, o rádio possui presença recorrente em seus trabalhos, muitas das vezes em pesquisas relacionadas à representação, tema marcante em seus estudos, O futebol, contudo, não é tão presente nessas produções.

Tema: Outros Temas.

Área do conhecimento: Não disponível.

Instituição: Universidade Federal de Minas Gerais.

Região: Sudeste.

Resumo: “A escolha do futebol e do radiojornalismo esportivo como temas deste trabalho representa, entre outros motivos, uma escolha deliberada. Não é mesmo muito provável que no ano de 1997 tanto um quanto outro possam, em princípio, serem tomados como os mais (ou sequer apenas) legítimos representantes de todo o conjunto de tecnologias e formas de representação que alteram em velocidade cada vez maior a vida dos indivíduos e nas mesmas proporções terminam por lhes modificar os padrões de socialibilidade.”

Nome: *A bola no ar*: o desenvolvimento do rádio esportivo em São Paulo.

Autora: Edileuza Pereira Soares.

Referência: SOARES, E. P. *A bola no ar*: o desenvolvimento do rádio esportivo em São Paulo. 1993. 190 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)-Faculdade de Publicidade, Propaganda e Turismo, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1993.

Sobre a autora: A autora não foi encontrada na Plataforma Lattes e não foi possível encontrar informações sobre ela no sitio virtual da Universidade Metodista de São Paulo.

Tema: Outros Temas.

Área do conhecimento: Comunicação.

Instituição: Universidade Metodista de São Paulo.

Região: Sudeste.

Resumo: “O trabalho aborda o desenvolvimento do rádio esportivo em São Paulo, onde houve a primeira transmissão, lance por lance dos 90 minutos de um jogo de futebol. A pesquisa está centralizada no futebol porque é a modalidade esportiva que ocupa a maior parte da programação do rádio. Foi pesquisada a linguagem, a formação das escolas de locução esportiva e a atuação desse tipo de programação sobre os ouvintes, os clubes e as emissoras. O trabalho resgata a história do rádio esportivo e traz depoimentos de vários profissionais esportivos.”

3) Artigos

Nome: *De menino a homem: a mídia e a construção de masculinidades esportivas.*

Autor: Jorge Dorfman Knijnik

Referência: KNIJNIK, J. D. *et al.* De menino a homem: a mídia e a construção de masculinidades esportivas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 15. e CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 2., 2007, Recife. *Anais eletrônicos...* Recife: CBCE, setembro 2007. 8 p. Disponível em: <<http://www.cbce.org.br/cd/resumos/041.pdf>>. Acesso em: 29 nov. 2008.

Sobre o autor: Possui graduação e mestrado em Educação Física e doutorado em Psicologia Social pela Universidade de São Paulo (2006).

Atuou até o ano de 2010 como professor na Universidade de São Paulo, da qual participa como pesquisador do Núcleo de Estudos para Prevenção da AIDS. É membro também do Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Esporte e Sociedade, da Universidade Federal Fluminense

Seus estudos focam marcadamente questões de gênero, masculinidades e feminilidades nas práticas esportivas. Dentro dessa temática por vezes o futebol é focado, mas não apresenta uma predominância quando comparado aos outros esportes. O rádio e a mídia de maneira mais ampla também são por vezes tematizados dentro de seus estudos, mas sempre com o intuito de analisar suas contribuições para o seu campo de interesse principal.

Tema: Gênero.

Resumo: "Um dos setores na atualidade que mais fortemente impacta a construção de masculinidades é o esporte. São nos campos esportivos que masculinidades são forjadas, e símbolos são configurados ou destruídos, repercutindo pela mídia uma carga de valores para a sociedade. Assim, foi objetivo deste trabalho avaliar os discursos de programas radiofônicos que discutem o futebol, e como estes constroem concepções de gênero. Foi analisado um programa de rádio da CBN, e se concluiu que os radialistas reforçam estereótipos que se aproximam daquilo que Connell (1995) conceituou como masculinidade hegemônica, não permitindo que aflorem novas configurações de masculinidade no mundo futebolístico."

Nome: A camisa 10 do futebol como um símbolo na manutenção da identidade nacional o discurso da mídia.

Autores: Bruno Otavio de Lacerda Abrahão; Felipe Di Blasi; Marco Antônio Santoro Salvador

Referência: ABRAHÃO, B. O. de L.; DI BLASI, F.; SALVADOR, M. A. S. A camisa 10 do futebol como um símbolo na manutenção da identidade nacional o discurso da mídia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 14., 2005, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: CBCE, setembro 2005. Não paginado.

Sobre os autores: Bruno Abrahão possui graduação em Educação Física pela Universidade Federal de Viçosa (2002), especialização em Filosofia pela Universidade Federal de Ouro Preto (2006), mestrado e doutorado em Educação Física pela Universidade Gama Filho.

Atua como professor universitário no Centro Universitário Metodista Izabela Hendrix. É membro do Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas e do Centro de Memórias da Educação Física, ambos da Universidade Federal de Minas Gerais.

O futebol é bastante presente em seus estudos, na maior parte das vezes sendo o contexto no qual analisa questões raciais, seu aparente foco de interesse central. O rádio, e a mídia de forma mais ampla, não são recorrentes.

Felipe Di Blasi possui graduação em Educação Física pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, pós-graduação na área de Educação Física e Cultura pela Universidade

Gama Filho e mestrado em Educação Física pela Universidade Gama Filho na área de história e sociologia do esporte.

Atua como professor de Educação Física na rede municipal de ensino do Rio de Janeiro e também na Faculdade Mercúrio e Universidade Castelo Branco.

O futebol parece presente em suas produções, focando especialmente em questões de memória. A mídia, por sua vez, não é tão abordada.

Marco Antônio Santoro Salvador possui graduação em Educação Física pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (1985), especialização em Educação Física Escolar pela Universidade Federal Fluminense (1999) e em Docência Superior pela Universidade do Rio de Janeiro (2000) e doutorado em Educação Física pela universidade Gama Filho (2005).

Atua como professor de Educação Física no Colégio Pedro II e como professor universitário na Universidade do Estado do Rio de Janeiro e na Universidade Estácio de Sá. É membro dos Grupos de Pesquisa Aprendizagem, subjetivação e cidadania, e Esporte e Cultura, ambos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

A maior parte de sua produção envolve questões relativas à escola. O futebol aparece em algumas produções, sendo a maioria delas aparentemente gestada de seu trabalho de doutoramento intitulado "A memória da Copa de 1970: esquecimentos e lembranças do futebol na construção da identidade nacional". A mídia aparece em algumas dessas produções, não havendo nenhum foco específico no rádio.

Tema: Identidade.

Resumo: "O objetivo deste artigo é analisar os significados que a mídia atribui à camisa 10 do futebol brasileiro. Para tanto, verificamos matérias de jornais impressos, uma reportagem do programa —Esporte Espetacular da Rede Globo de televisão, bem como realizamos entrevistas semi-estruturadas com três jornalistas esportivos da Rádio Itatiaia de Belo Horizonte cujos conteúdos das respostas foram analisados conforme Bardin (1994). Utilizamos do modelo codificação/decodificação proposto por Hall (2003). Podemos observar que a mídia, como uma das guardiãs e difusoras da memória coletiva, reporta à camisa 10 e a divulga como uma materialização da quintessência das imagens identitárias do futebol brasileiro."

5 DESEMBOLANDO O MEIO CAMPO

O baixo número de estudos “escalados” para nossa seleção das produções sobre futebol no rádio evidencia o quanto esse tema ainda é pouco abordado. De 626 trabalhos a respeito do futebol de nossa base de dados apenas 16 *mencionam* o rádio²². Ênfase no termo mencionar porque para esse levantamento nem mesmo era necessário que o rádio fosse amplamente abordado no estudo, mas apenas que estivesse de fato presente.

Dos 17 trabalhos analisados, dois são livros (12%), oito são dissertações de mestrado (47%), cinco são teses de doutorado (29%) e dois são artigos publicados em anais de Congresso (12%) (GRAF. 1).

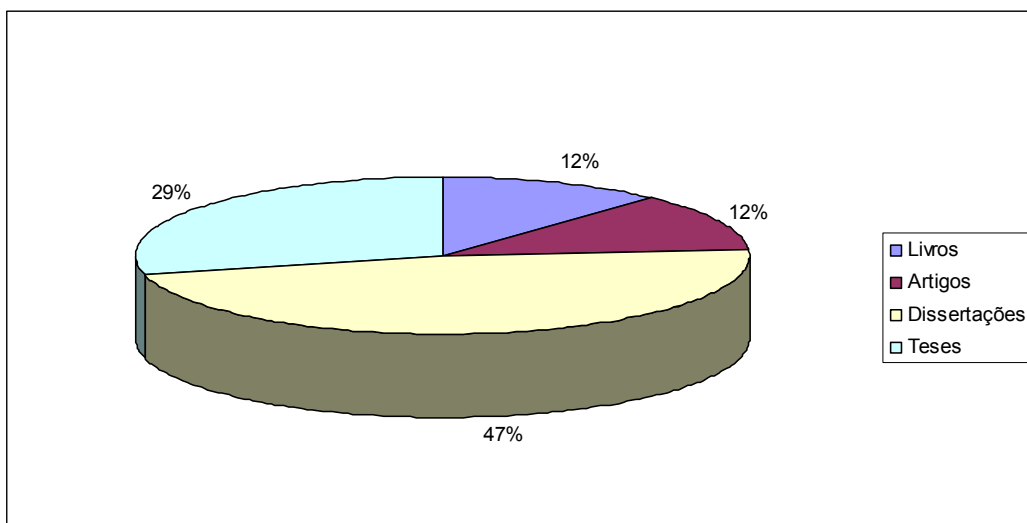


Gráfico 1: Categorias das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio”

²² Na análise constam 17 trabalhos, sendo um incluído um trabalho que não constava na base de dados utilizada como fonte.

É notável o baixo número de artigos presentes no levantamento, não havendo nenhuma publicação em revista nesse conjunto. A análise da produção dos autores das obras selecionadas, por meio dos currículos na Plataforma Lattes, mostrou, contudo, que alguns artigos foram publicados, em especial artigos relacionados às teses e dissertações defendidas. A não presença deles nesse levantamento mostra que esses trabalhos não atenderam aos critérios de inclusão, possivelmente estando em revistas que não são de circulação internacional em duas áreas das ciências humanas e sociais. Mesmo fazendo essa consideração, é importante frisar que o número de trabalhos sobre a temática na maioria das vezes não era expressivo.

No caso dos livros, dissertações e teses, é bastante significativa a discrepância entre o número de publicações em cada estado do país²³. O estado de São Paulo possui dez publicações (67% do total de obras), enquanto o Rio de Janeiro possui três (20%), a frente ainda de Minas Gerais e Rio Grande do Sul, com apenas uma (7% cada) (GRAF. 2). Os demais estados não tiveram nenhuma obra nesse levantamento.

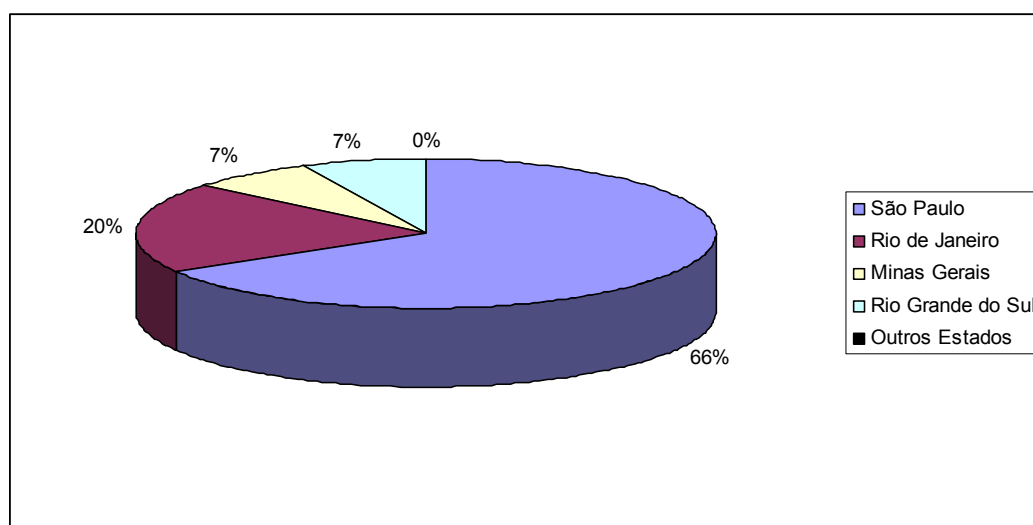


Gráfico 2: Estados em que foram publicadas as obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio”

²³ Não consideramos o local de publicação dos artigos, uma vez que só foram incluídos artigos de Anais de Congresso, dependentes apenas do local em que o mesmo ocorreu.

Essa discrepância se reduz, contudo, quando comparamos os locais atuais em que os autores dessas obras trabalham. Nesse caso, já incluindo os autores também dos artigos, o Rio de Janeiro lidera com cinco autores (29% do total de autores), seguido de São Paulo com quatro (24%), Minas Gerais com dois (12%) e Rio Grande do Sul e Paraná com um (6% cada)²⁴. Uma autora ainda atualmente leciona fora do país (6%) (GRAF. 3).

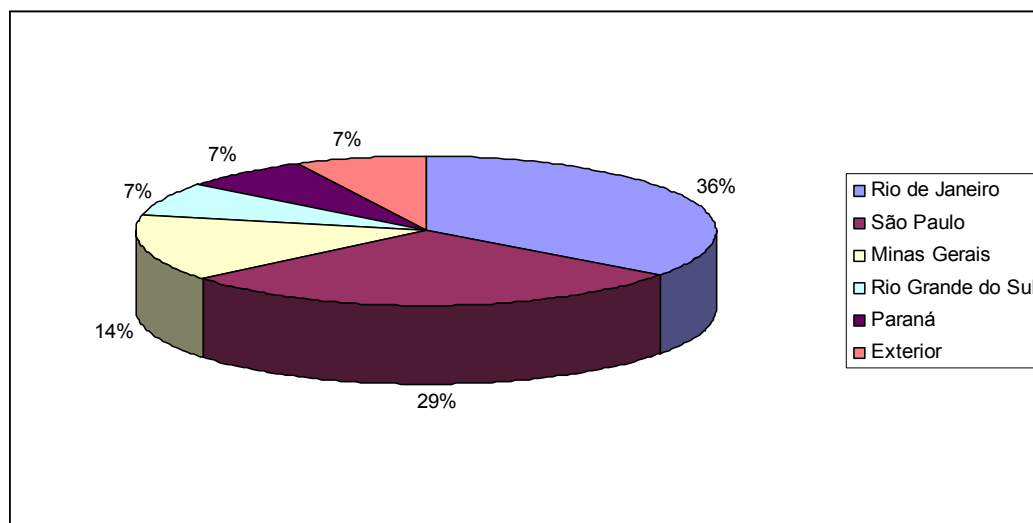


Gráfico 3: Estados em que trabalham os autores das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio”

Esses números não chegam a surpreender, uma vez que apenas refletem o desequilíbrio mais do que demográfico, mas econômico, social e intelectual do país, cuja oportunidade de ingresso em uma universidade é muito maior nas regiões sudeste e sul, trazendo como consequência um número maior de produções em seus estados.

Evidenciou-se, ainda, que a maior parte das obras foi escrita por acadêmicos da área de Comunicação, nove (53% do total de autores), seguido da Educação Física com quatro autores (24%), das Letras com três (18%) e das Ciências Sociais com um (6%) (GRAF. 4). Três autores da Educação Física, contudo, escreveram coletivamente uma única obra enquanto um autor da Comunicação e um das Letras foram responsáveis por duas obras cada. Se considerarmos o percentual de cada área pelo número de produções,

²⁴ Não foi possível informar o local de atuação de três autores por não terem sido encontrados na Plataforma Lattes.

a divisão fica assim: Comunicação, com dez obras e 59% do total; Letras, com quatro obras e 24%; Educação Física, com duas obras e 12%; Ciências Sociais, com uma obra e 6% (GRAF. 5).

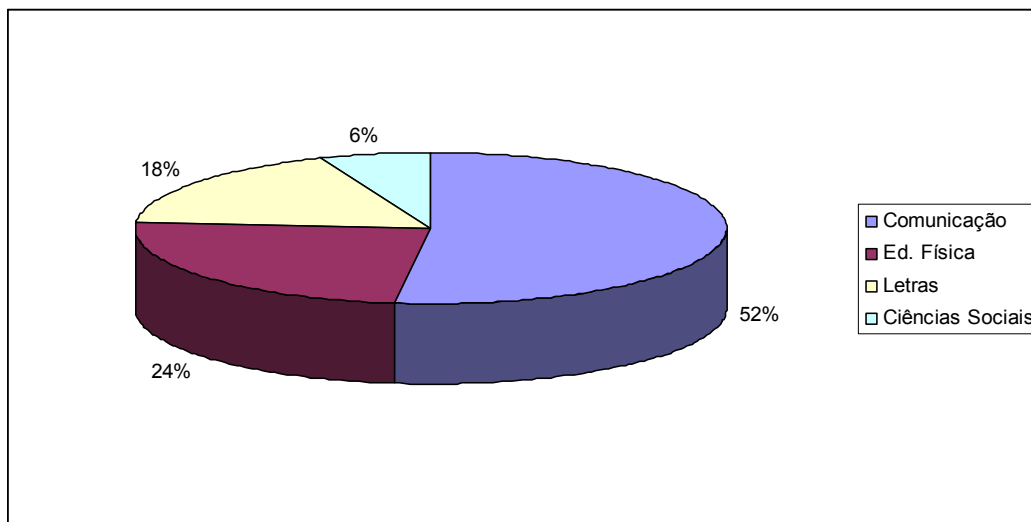


Gráfico 4: Área de estudo dos autores das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio” com percentual calculado pelo número de autores

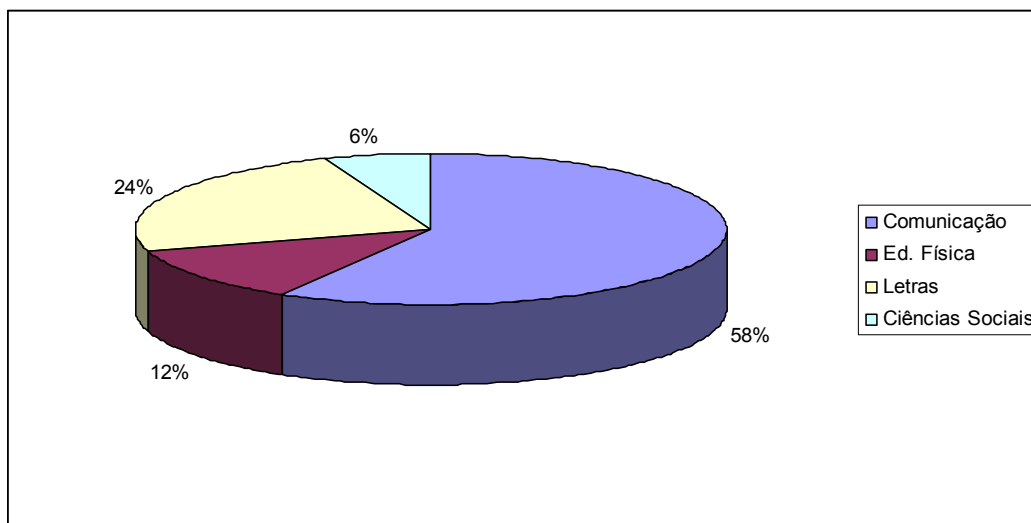


Gráfico 5: Área de estudo dos autores das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio” com percentual calculado pelo número de obras

Essa alta participação de profissionais de Comunicação e Letras evidencia-se, também, nos temas mais explorados: linguística (tema de nove obras, 53% do total),

identidade (3 obras, 18%), gênero (uma obra, 6%) e estudo histórico (uma obra, 6%), juntamente com outros temas não definidos (3 obras, 18%) (GRAF. 6).

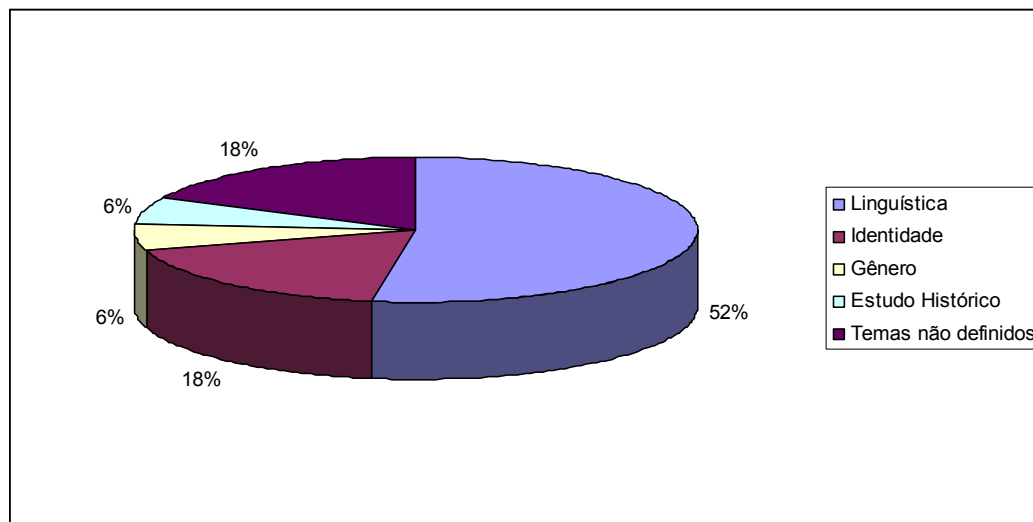


Gráfico 6: Temas das obras contidas no “Levantamento das produções acadêmicas brasileiras sobre futebol no rádio”

A quantificação desses dados não pretende fragmentar o conhecimento e levar a entender que a formação acadêmica de cada pesquisador determina os limites de suas análises. Reconhecendo, contudo, a importância da transdisciplinaridade é fundamental que as diferentes áreas, trazendo seus diversos conhecimentos contribuam com seus saberes específicos para o desenvolvimento do campo tanto do lazer, como da comunicação e da educação física.

Nesse sentido, parece que a Comunicação se atenta mais à temática do futebol no rádio por ser esse veículo seu objeto de estudo de longa data. O que não impede, contudo, que a Educação Física, as Ciências Sociais, a Psicologia, entre inúmeras outras, sob sua ótica própria pensem nesse fenômeno e nas perguntas que ele pode nos despertar.

Percebemos, ainda, que muitos desses estudos são trabalhos isolados de pesquisadores que de fato se debruçam sobre outras temáticas que não as relações travadas entre o futebol e o rádio. Alguns deles, contudo, mostram aproximações

interessantes como estudos aprofundados sobre a presença de variados esportes em diversos veículos de comunicação, ou sobre o futebol, por exemplo.

Foram dois os critérios escolhidos para analisar o envolvimento desses autores na temática do futebol e do rádio: os grupos de pesquisa de que participam e a análise subjetiva de suas produções julgando quais os temas eles tomam como centrais.

Enquadrei os grupos e a produção principal dos autores dentro das seguintes categorias: 1) esporte; 2) futebol; 3) meios de comunicação; 4) Rádio; 5) Relação esporte-meios de comunicação; 6) Relação futebol-meios de comunicação; 7) Relação esporte-rádio; 8) Relação futebol-rádio; 9) temas que não têm relação íntima com esporte ou meios de comunicação. Criou-se uma décima categoria que para a tabela 1, de grupos de pesquisa, é intitulada “não participa” e define os autores que não participam de nenhum grupo de pesquisa ou que não registraram sua participação em seu currículo. Na tabela 2, de produções principais, a décima categoria é intitulada “sem informações” e define os autores que não foram encontrados na Plataforma Lattes ou não possuem informações sobre suas produções, impossibilitando seu enquadramento em alguma categoria.

Abaixo, a Tabela 1 mostra quantos autores fazem parte de Grupos de Estudo e Pesquisa em cada uma das categorias²⁵:

TABELA 1
Temas dos Grupos de Pesquisa de que participam os autores do
"Levantamento de produções sobre futebol no rádio"

	Grupos de Pesquisa	% do total de autores
1) Esporte	4	24
2) Futebol	1	6
3) Meios de Comunicação	6	35
4) Rádio	1	6
5) Esporte/Meios de Comunicação	2	12
6) Futebol/Meios de Comunicação	0	0
7) Esporte/Rádio	0	0
8) Futebol/Rádio	0	0
9) Outros temas	5	29
10) Não participa	3	18
11) Sem informações	3	18

Fonte: Dados da Pesquisa

²⁵ Autores que fazem parte de dois ou mais grupos de estudo de categorias diferentes foram registrados em ambas as categorias.

Ao analisar os Grupos de Estudo e/ou Pesquisa a que os autores estão vinculados, percebemos que a grande maioria está vinculada a grupos de pesquisa das categorias de temas mais amplos, como esporte (categoria 1) e meios de comunicação (categoria 3). Outra categoria que se destacou quantitativamente perante as demais foi a de outros temas (número 9), mostrando que muitos pesquisadores de nosso levantamento também possuem interesses distantes dos da produção analisada.

Um fato digno de nota é que nenhum dos autores de nosso levantamento faz parte de um mesmo grupo de pesquisa e/ou estudo que outro autor, apesar de alguns lecionarem em uma mesma instituição e muitos residirem na mesma cidade. Se isso ocorresse, a reunião de pesquisadores que potencialmente se interessam pelo tema poderia contribuir para a solidificação de estudos mais contínuos e para o constante diálogo entre esses sujeitos responsáveis pelo crescimento dos estudos na área.

Abaixo, a Tabela 2 mostra os dados relativos a produção central dos autores das obras:

TABELA 2
Temas da produção principal dos autores do
"Levantamento de produções sobre futebol no rádio"

	Produção principal	% do total de autores
1) Esporte	1	6
2) Futebol	2	12
3) Meios de Comunicação	1	6
4) Rádio	3	18
5) Esporte/Meios de Comunicação	0	0
6) Futebol/Meios de Comunicação	2	12
7) Esporte/Rádio	0	0
8) Futebol/Rádio	1	6
9) Outros temas	2	12
10) Sem informações	6	35

Fonte: Dados da Pesquisa

Sobre a produção principal de cada autor é notável a dispersão nas várias categorias e a falta de informações disponível sobre a produção de muitos autores. Dessa maneira, apesar do tema rádio apresentar alguma centralidade na produção do maior número de autores a diferença para os demais é quase inexpressiva.

Há um único autor cuja produção principal é especificamente sobre futebol e rádio (Márcio Guerra)²⁶, evidenciando a carência de pesquisadores que se aprofundem nas inúmeras questões que podem surgir nesse universo. Há de se enfatizar, contudo, que as produções correlatas como as sobre o futebol, o rádio e a relação do futebol com outros meios de comunicação, por exemplo, são fundamentais para o desenvolvimento dos estudos sobre o radiojornalismo futebolístico e seus desdobramentos.

Outro indício de que muitas obras analisadas não fazem parte de um trabalho de pesquisa contínuo sobre futebol no rádio, mas sim de textos pontuais dentro de estudos de temáticas correlatas, é o fato de apenas dois autores possuírem mais de uma obra citada no levantamento (Márcio Guerra e Zaulo Rocha Filho).

6 ARREIMATE FINAL

Esse trabalho pretendeu desenvolver um estado da arte no que tange às produções brasileiras sobre futebol no rádio. Esse tipo de trabalho visa conhecer melhor o que já foi produzido sobre essa temática, de forma a contribuir ao desenvolvimento de futuros estudos.

A relevância do futebol no cenário econômico, político e, principalmente, social brasileiro parece ter ganhado especial visibilidade acadêmica nas últimas décadas. Especialmente a partir da década de 1980, estudos das Ciências Humanas e Sociais se atentaram para o fenômeno futebolístico e suas relações com a sociedade.

A descoberta desse fértil campo de estudos trouxe, entre inúmeras possibilidades, a de se pensar nas novas configurações que esse esporte traz a partir de sua midiaticização. Linguagens sendo criadas ou se modificando, indústrias surgindo, se profissionalizando e

²⁶ Assim como Márcio Guerra, Zaulo Rocha Filho também produziu sua dissertação e tese sobre o futebol no rádio, contudo não encontramos informações sobre as demais produções do autor que nos permitissem afirmar que o pesquisador centra-se nessa temática.

concentrando poder, valores e tradições se cristalizando, ruindo ou abrindo brechas, um processo intenso, fluido, conflituoso, reflexivo entre esporte, sociedade, mídia e cultura.

Entre os veículos comunicacionais envolvidos nessa trama está o rádio. Tendo chegado ao Brasil muito próximo à chegada do futebol ele se tornou rapidamente seu meio de difusão. Tornou-se hábito, assim, dos futebolistas buscar informações sobre os times e campeonatos pelo rádio. Nem mesmo o passar dos anos e a chegada da televisão fizeram com que esse meio desaparecesse.

É importante que o meio acadêmico perceba esse fenômeno e reflita sobre ele. Com o intuito, assim, de expor os avanços alcançados e as possibilidades futuras para os estudos sobre futebol no rádio propus nesse trabalho um levantamento sobre a produção acadêmica brasileira sobre futebol no rádio.

Usando como base de dados o “Levantamento da Produção sobre o futebol nas Ciências Humanas e Sociais de 1980 a 2007” e o currículo dos autores na Plataforma Lattes, analisei as informações sobre as obras selecionadas e a toda a produção técnica e bibliográfica dos pesquisadores.

Foi encontrado um baixo número de trabalhos, apenas dezoito. Isso evidencia como esse tema vem sendo relegado dentro da Academia. Percebeu-se, também, que poucos desses estudos fazem parte de um conjunto de produções de um pesquisador sobre esse tema. Na maior parte das vezes, evidenciou-se que as publicações sobre futebol no rádio pareciam isoladas em meio a produções mais densas e contínuas de temas correlatos.

Percebeu-se, também, que há uma predominância de pesquisadores da área de Comunicação entre os autores das obras. Não chega a ser uma surpresa, mas é importante que as demais áreas percebam a pertinência de sua contribuição. Talvez pela especificidade das áreas e o maior número de autores de Comunicação e de Letras, o tema de lingüística tenha sido o com o maior número de produções.

Além disso, a distribuição dos autores em diferentes grupos de estudo pode dificultar o diálogo entre eles. Por isso, é importante que outras formas para troca de conhecimentos sejam promovidas, sendo os encontros científicos como Congressos, Simpósios e Seminários espaços fundamentais. Esses encontros possibilitam inclusive a difusão desse conhecimento para estados com menor número de pesquisadores, grupos de pesquisa, universidades, etc. A grande diferença da produção que existe entre os estados, foi

também evidenciada nesse levantamento, no qual São Paulo é responsável por 66% das publicações, não havendo nenhuma vinda das regiões nordeste, norte e centro-oeste. Quando analisamos, também, o local de atuação dos autores a exclusividade do sul e sudeste se mantém.

É evidente, assim, que há inúmeras possibilidades e espaços para o desenvolvimento de pesquisas sobre o futebol no radio. Não deixo, contudo, de ressaltar a importância das produções encontradas dos autores que ousaram se enveredar por esse campo pouco explorado. Mas muito ainda há de ser questionado, pensado, analisado, experimentado. Alguém se arrisca?

REFERÊNCIAS

ANDRELO, Roseane; KERBAUY, Maria Teresa. Gênero educativo no rádio: parâmetros para a elaboração de programas voltados à educação. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.32, n.2, p. 147-164, jul./dez. 2009.

BETTI, Mauro. Esporte na mídia ou esporte da mídia? **Revista Motrivivência**, Florianópolis, Ano XII, n. 17, set. 2001. Não paginado.

BIANCHI, Paula. Relato de experiência em mídia-educação (física) com professores da rede municipal de ensino de Florianópolis/SC. In: PIRES, Giovani De Lorenzi; RIBEIRO, Sergio Dorenski (Orgs.). **Pesquisa em Educação Física e Mídia**: contribuições do LaboMídia/UFSC. Florianópolis: Ed. Tribo da Ilha, 2010.

CABRALE, Lia. **A era do rádio** 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

DAMATTA, Roberto ET AL. **Universo do Futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DAOLIO, Jocimar. O drama do futebol brasileiro: uma análise antropológica. **Revista Paulista de Educação Física**, vol.3, n.5, 1989.

DIAS, Dylia Lysardo. O discurso do estereótipo. In: EMEDIATO, Wander; MACHADO, Ida Lúcia; MENEZES, William (Org.) **Análise do discurso**: gêneros, comunicação e sociedade. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da UFMG, 2006.

ESCHER, Thiago de Aragão; REIS, Heloisa Helena Baldy. O futebol “na tela da TV”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 15.; CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 2., 2007, Recife. **Anais eletrônicos...** Recife : CBCE, setembro 2007.

FISHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 151-162, jan./abr. 2002.

FORTES, Rafael. Entre passado, presente e futuro: a memória nas edições comemorativas da revista Fluir. **Esporte e Sociedade**, v. 6, p. 1-22, 2007

FUNDAÇÃO Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE]. **Anuário Estatístico do Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.

GIROUX, H. A disneyização da cultura infantil. In: SILVA, T. T.; MOREIRA, A. F. (Orgs.). **Territórios contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais**. Petrópolis: Vozes, 1995.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Você, ouvinte, é a nossa meta: análise da narrativa radiofônica e sua influência no imaginário do torcedor**. Juiz de Fora: Etc. Editora Ltda., 2000. v. 1. 92 p.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na Pós-Modernidade** Rio de Janeiro: DP & A, 2002.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no Pedaco**, 3 ed. São Paulo: Hucitec/ UNESP, 2003.

MARQUES, José Carlos. **Futebol de celebridades: o jornalismo de referência no Brasil e a cobertura das últimas Copas do Mundo**. Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, São Paulo - Intercom, p. 43-54, 2004.

MASSARANI, Luisa. **A divulgação científica no Rio de Janeiro: algumas reflexões sobre a década de 20**. Rio de Janeiro: IBICT-ECO/UFRJ, 1998.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. Lazer e Sociedade: algumas aproximações In MARCELLINO, Nelson Carvalho **Lazer e sociedade: múltiplas relações**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2008.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer e Educação**. 2. ed. Campinas, SP: Papirus, 1990.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

MEDITSCH, Eduardo Barreto Vianna. **O Rádio na Era da Informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Editora Insular/Editora da UFSC, 2001.

MENDES, Diego Souza. **Luz, Câmera e Pesquisa-Ação**: a inserção da Mídia-Educação na formação contínua de professores de Educação Física. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Florianópolis: UFSC/PPGEF, 2008.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **O mito no rádio**: a voz e os signos de renovação periódica. 3. ed. São Paulo: Annablume, 1993.

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

PIERANTI, Octavio Penna; MARTINS, Paulo Emílio Matos. **A Radiodifusão como um Negócio**: um Olhar sobre a Geração do Código Brasileiro de Telecomunicações. Anais do 1º Encontro da Ulepicc – Brasil: Economia Política, 2006.

PIRES, Giovani De Lorenzi. **Educação física e o discurso midiático**: abordagem crítico-emancipatória. Ijuí: Editora da UNIJUI, 2002.

SILVA, Silvio Ricardo da; NICÁCIO, Luiz Gustavo; CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira; MELO, Marcos de Abreu. **Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007**. Belo Horizonte, 2009.