

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE JORNALISMO

Luis Felipe Hanson de Moraes

Vozes do Futebol
O rádio na popularização do futebol no século XX

Mariana
2026

Luis Felipe Hanson de Moraes

Vozes do Futebol

O impacto do rádio na popularização do futebol no século XX

Memorial descritivo de produto comunicacional apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Dra. Juliana Gobbi Betti

MARIANA
2026



FOLHA DE APROVAÇÃO

Luis Felipe Hanson de Moraes

Vozes do Futebol: O rádio na popularização do futebol no século XX

Memorial apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Aprovado em 28 de julho de 2026

Membros da banca

Profa. Dra. Juliana Gobbi Betti - Orientador(a) (Universidade Federal de Ouro Preto)
Profa. Dra. Debora Cristina Lopez - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Prof. Dr. Claudio Coração - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Profa. Dra. Juliana Gobbi Betti, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 18/09/2026.



Documento assinado eletronicamente por **Juliana Cristina Gobbi Betti, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 18/09/2026, às 23:40, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1195417** e o código CRC **8B294876**.

Dedico aos meus pais, que sob muito sol,
fizeram-me chegar até aqui, na sombra.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, aos meus pais pelo esforço constante em me apoiar e proporcionar as condições necessárias para minha trajetória acadêmica. Em especial, ao meu pai, Arnaldo Moraes, cuja dedicação e sacrifício foram fundamentais para que eu pudesse estudar com tranquilidade.

Expresso também minha gratidão aos meus colegas da República Sanatório, que estiveram ao meu lado ao longo desses três anos, proporcionando apoio, companheirismo e momentos de descontração nos períodos de maior pressão. Agradeço também, meus queridos amigos, Maria Muricy, Gabriel Ferreira, Marcella Torres e Laura Gorino por todo o apoio durante a graduação.

Por fim, agradeço à Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) pelo incentivo e pelo ensino de qualidade oferecido de forma acessível, contribuindo significativamente para minha formação.

"Jornalismo é publicar aquilo que alguém não quer que se publique. Todo o resto é publicidade". George Orwell

RESUMO

Este projeto busca investigar o impacto do rádio na massificação do futebol no século XX, destacando seu papel na popularização do esporte e na criação de uma cultura esportiva acessível a todas as camadas da sociedade. Partindo de uma abordagem histórica, por meio da produção do rádio documentário 'Vozes do Futebol', discutiremos como as transmissões radiofônicas contribuíram para a consolidação do futebol como fenômeno cultural, enfatizando a importância dos narradores esportivos na construção do espetáculo e na conexão emocional com os torcedores. Além disso, considera-se a evolução do rádio esportivo, desde seu auge até sua adaptação à era digital, com a ascensão de podcasts e transmissões online. O projeto busca destacar a relevância do rádio na história do futebol, demonstrando sua influência na comunicação esportiva e na formação da identidade dos torcedores.

Palavras-chave: Rádio esportivo; Futebol; Comunicação esportiva; Jornalismo esportivo

ABSTRACT

This project aims to investigate the impact of radio on the massification of football in the 20th century, highlighting its role in popularizing the sport and creating a sports culture accessible to all social classes. Through the production of the radio documentary '*Vozes do Futebol*' and a historical approach, the research analyzes how radio broadcasts contributed to the consolidation of football as a cultural phenomenon, emphasizing the importance of sports announcers in shaping the spectacle and fostering an emotional connection with fans. Additionally, the study discusses the evolution of sports radio, from its peak to its adaptation in the digital age, with the rise of podcasts and online broadcasts. This research seeks to highlight the relevance of radio in football history, demonstrating its influence on sports communication and the formation of fan identity.

Keywords: Sports radio, football, sports communication, sports journalism.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Ator Paulo Gracindo comanda show no aniversário da Rádio Nacional em 1956	16
FIGURA 2 – Eurico Gaspar Dutra na abertura da Copa do Mundo da FIFA de 1950	18
FIGURA 3 - Identidade visual da produção	30

SUMÁRIO

Introdução	10
1 O início do rádio no Brasil e sua popularização.....	12
1.1 O rádio como meio de comunicação de massa	13
2 O impacto das transmissões radiofônicas na popularização do futebol	15
2.1 Democratização do esporte	18
2.2 Impacto da democratização	19
2.3. O legado do rádio esportivo e sua influência na mídia atual	20
3. Introdução ao memorial	22
3.1 Apresentação do programa	23
3.2 Base teórico-conceitual adotada	24
3.3 Perfil editorial	24
3.4 Análise de similares	26
3.5 Entrevistados e recursos sonoros	27
3.6 Identidade visual	29
3.7 Características da Publicação e Divulgação	30
3.8 Radiodocumentário	30
Considerações Finais	31
Referências	32
Apêndice A	36
Apêndice B	37

INTRODUÇÃO

O rádio foi fundamental para a construção do futebol como fenômeno cultural e social. Em um período em que o cinema era menos acessível e a televisão ainda não existia em nosso país, o rádio ganhou destaque nos lares brasileiros e se consolidou como o principal meio de transmissão dos jogos o futebol, permitindo que milhões de ouvintes acompanhassem as partidas ao vivo e trazendo uma experiência de proximidade que antes era possível apenas nos estádios.

Diferentemente da televisão, que fornece imagens, o rádio dependia exclusivamente do som para transportar os ouvintes para dentro dos estádios. A compreensão dessa característica por parte dos profissionais pioneiros foi essencial para a narração e fez com que muitos locutores esportivos desenvolvessem um estilo vibrante e emocionante, utilizando recursos linguísticos e sonoros para criar um espetáculo auditivo envolvente. Isso acontece pois, como citado por Iser (1996, p. 79), “apenas a imaginação é capaz de captar o não-dado, de modo que a estrutura do texto, ao estimular uma sequência de imagens, se traduz na consciência receptiva do leitor”. Muitos torcedores gostavam tanto das narrações que, quando o avanço tecnológico permitiu a miniaturização e a diminuição de custos dos aparelhos receptores, tornou-se comum observar as pessoas nas arquibancadas acompanhando os jogos também pelo rádio. E mesmo com a evolução da comunicação audiovisual e digital, as transmissões se mantêm nos dias atuais. A forma como o futebol era - e é - narrado ajudou a construir mitos, heróis e momentos icônicos, perpetuando histórias que se tornaram parte do imaginário popular.

Além disso, o rádio contribuiu para a democratização do futebol, tornando-o acessível a diferentes camadas sociais. Mesmo pessoas que não podiam frequentar os estádios ou que moravam em regiões distantes das grandes capitais puderam se conectar ao esporte por meio das transmissões radiofônicas. Esse fator foi determinante para a

massificação do futebol, contribuindo para seu crescimento exponencial e para a paixão que ele desperta em milhões de torcedores até os dias de hoje. Ainda, foram as transmissões e coberturas esportivas que levaram os times das grandes capitais para o interior, marcando também a presença dos clubes cariocas e paulistas no imaginário de torcedores de outros estados e regiões do Brasil.

É a partir do olhar para esse contexto histórico que elaboramos o projeto aqui apresentado. Com o amparo de uma pesquisa documental e bibliográfica, propomos a realização de uma produção sonora no formato de radiodocumentário a respeito do tema. A relevância desta produção reside na necessidade de ampliarmos nossa compreensão sobre como o rádio não apenas informou, mas também emocionou ouvintes-torcedores, influenciou a sociedade e consolidou o futebol como um dos pilares da cultura esportiva no século XX. Ao analisarmos esse impacto, será possível resgatar a importância desse meio de comunicação para a história do esporte e do jornalismo esportivo, além de refletirmos sobre as transformações que as transmissões esportivas sofreram ao longo do tempo. Posto isso, a escolha da produção de um produto ao invés de uma monografia se dá pelos fatores que unem o futebol ao rádio, como o fácil acesso e o processo de democratização envolvidos em ambos. Além disso, a produção buscará realizar um programa que possa unir informação com uma linguagem compreensível, tanto no viés acadêmico quanto no futebolístico.

Este texto está dividido em 3 partes: a primeira, abordando o desenvolvimento do rádio no Brasil, contextualizando os motivos da rápida popularização da tecnologia no início do século. A segunda interligando o rádio ao futebol, trazendo a maneira de como ambos se conectaram e as razões que impulsionaram o sucesso do radiojornalismo esportivo no Brasil. E, por fim, apresentamos o projeto de produção do radiodocumentário destacando sua estrutura e personagens.

1. O início do rádio no Brasil e sua popularização

O rádio começou a se desenvolver no Brasil na década de 1920, sendo inicialmente centrado na experiência de pequenos grupos de entusiastas, mas também utilizado como ferramenta política com objetivos educativos e de integração nacional. O Rádio Clube de Pernambuco e a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foram experiências pioneiras entre as primeiras emissoras do país (Ferraretto, 2014).

O Rádio Clube de Pernambuco foi fundado em 1919 por um grupo de radioamadores que buscavam “ter acesso legal à possibilidade de transmitir e receber mensagens por ondas eletromagnéticas” (Ferraretto, 2014, p. 16). Nos primeiros anos de funcionamento, o grupo elaborou um estatuto e desenvolveu atividades e transmissões irregulares.

Já a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi fundada em 1923, organizando-se sob a liderança de Edgard Roquette-Pinto e Henrique Morize. Os fundadores tinham como objetivo principal difundir conhecimento por meio do rádio, e Roquette-Pinto acreditava que esse novo meio de comunicação deveria funcionar como um "livro falado", permitindo a democratização do conhecimento. Em sua visão, o rádio seria uma ferramenta fundamental para a educação e o desenvolvimento social do país.

Ao contrário do que vai ocorrer a partir da década de 1930, estes pioneiros fazem isto, em um primeiro momento, sem interesses preponderantemente econômicos ou políticos. As irradiações têm pretensão educativo-cultural, incluindo, além de música gravada e ao vivo, até mesmo palestras de cunho científico. (Ferraretto, 2014, p. 2)

Como destaca sua neta Vera Regina Roquette-Pinto, na obra *Roquette-Pinto, o rádio e o cinema educativos*, o pioneiro da radiodifusão brasileira refletia sobre o potencial transformador do rádio, questionando: “Como é que a gente não aproveita isso para levar o pensamento por essa extensão de terra, levantando essa gente toda que está morrendo por aí afora de ignorância?” (2002, p.12.).

Outro marco para a história do rádio no país data do ano anterior, em 7 de setembro de 1922, com a transmissão realizada durante as comemorações do Centenário da Independência, quando a Westinghouse Electric, empresa norte-americana, instalou

uma estação transmissora no Rio de Janeiro para demonstrar essa nova tecnologia. Na ocasião, o presidente Epitácio Pessoa fez um discurso transmitido por alto-falantes e foi também transmitida a ópera “O Guarany”, de Carlos Gomes, que estava sendo apresentada no Teatro Municipal. Durante muitas décadas, esse foi considerado o início oficial da radiofonia no país¹.

1.1 O rádio como meio de comunicação de massa

A consolidação do rádio como meio de comunicação de massa no Brasil ocorreu nas décadas de 1930 e 1940, por fatores políticos e culturais diversos que possibilitaram e estimularam a popularização do meio em um período em que o país ainda não contava com a televisão e o acesso ao cinema e aos jornais impressos era restrito. Nesse contexto, o rádio encontrou um ambiente propício para sua expansão, tornando-se um dos principais veículos de entretenimento e informação da época.

Discutindo o processo de estruturação do rádio comercial, Ferraretto (2023, p. 160) comenta a regulamentação da propaganda e afirma que nos anos 1940, “o barateamento dos aparelhos receptores começa a indicar a possibilidade de massificação do meio”, igualmente explicando que “o rádio também é afetado pelo surgimento efetivo de uma classe média urbana, dentro das transformações provocadas pela chamada Revolução de 1930 e pela crescente influência dos Estados Unidos no país”.

Desde o final da década de 1920, no entanto, o rádio começou a ser utilizado como ferramenta de propaganda política, ideológica e cultural. Embora sua força sociológica tenha se consolidado a partir de 1933, sua influência na comunicação política já era perceptível antes disso (NASCIMENTO, 2002, p. 44). Esse processo se intensificou durante a Era Vargas, quando o governo percebeu o potencial do meio para moldar a opinião pública e difundir sua ideologia.

É mister ressaltar que embora o rádio tenha realmente alcançado força de expressão sociológica basicamente a partir de meados da década de 30, mais especificamente a partir de 1933, considera-se que já a

¹ Cabe ainda destacar que as primeiras experiências bem sucedidas de transmissão de voz sem fio antecedem os anos 1920, tendo sido realizadas pelo Padre Landell de Moura em 16 de julho de 1899, na cidade de São Paulo (Carta de São Paulo, 2024).

partir do final da década de 20 cada vez mais o rádio passou a atuar como agente de propaganda política, ideológica e cultural. (Nascimento, 2002, p. 44).

Um dos exemplos mais emblemáticos do uso do rádio na política foi a campanha eleitoral de Getúlio Vargas. Durante sua candidatura em 1929, a música popular foi incorporada como instrumento de propaganda, com marchinhas que promoviam sua imagem sendo amplamente divulgadas nas emissoras da época.

Desde a campanha presidencial de 1929, a evolução do uso da música popular como instrumento de propaganda tornou-se bastante expressivo. As marchinhas em favor de Vargas, gravadas por Francisco Alves, na Odeon, em janeiro de 1929 – “É sim senhor”, “Seu Doutor” e “Seu Julinho vem aí” encontravam respostas nas defesas de Júlio Prestes gravadas por Jaime Redondo, na Columbia, em dezembro do mesmo ano. (Jambeiro, 2003, p. 39).

Essa estratégia mostrou-se eficiente na construção da identidade política de Vargas, que utilizou o rádio não apenas para promover sua candidatura, mas também para fortalecer sua comunicação direta com o povo após sua ascensão ao poder. A partir de 1930, com sua chegada à presidência, o rádio tornou-se um canal estratégico para a disseminação de mensagens governamentais, consolidando-se como um dos principais pilares da propaganda do Estado Novo. De acordo com registros do Anuário Estatístico do Brasil (IBGE, 1945), entre 1923 e 1944 foram criadas 106 emissoras de rádio, a maior parte delas concentrada nas regiões sul e sudeste do país e quase 80% delas durante o governo Vargas. O crescimento da radiodifusão continuou pelas décadas seguintes e até 1963, período anterior ao golpe militar, o Brasil já somava 803 emissoras (IBGE, 1963). A expansão no período ditatorial significou um aumento de aproximadamente 70%, ao passo que o país iniciou a redemocratização totalizando mais de 1380 emissoras (IBGE, 1985).

2. O impacto das transmissões radiofônicas na popularização do futebol

Como citado, as décadas de 30 e 40 tiveram forte influência na popularização do rádio e no futebol isso também se manifestou, como cita Soares (1994, p. 8.):

[...] o radiojornalismo esportivo foi um dos primeiros gêneros a se firmar no rádio e continua ocupando grande tempo nas principais emissoras brasileiras, com programas permanentes de notícias e comentários durante a semana, que culminam na longa jornada dos dias de jogos.

Isso se dá por diversos fatores, entre eles alcance amplo e democratização do acesso ao equipamento, que, por também ser portátil diferente da televisão, era comum encontrar em muitos domicílios ou também sendo carregados pelos fãs do esporte.

O costume de carregar os aparelhos de rádio portáteis se manteve até a atualidade, sendo levado até mesmo para o estádio e o motivo para tal é a busca por mais informações sobre o jogo ou também o gosto dos torcedores por utilizar a imaginação durante as partidas, como cita Gisela Ortriwano em *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*:

As narrações radiofônicas permitem uma criação poderosa de “imagens mentais”, a ponto de ser muito mais emocionante acompanhar as transmissões de futebol pelo rádio do que ver o jogo no estádio e complementa que o torcedor vai ao estádio acompanhado de seu “radinho”, ou assiste à imagem da televisão, ouvindo a locução de rádio. (Ortriwano, 1985, p. 26-27).

Neste contexto, partindo da democratização e do auxílio da imaginação dos ouvintes para a popularização do rádio no meio do futebol, veio um outro fator de grande importância em diversas áreas na origem das transmissões radiofônicas, que é a construção de ídolos e a identificação popular com os mesmos. Este fator auxilia também na divulgação das novelas e cantores da época, que, no início da década de 30, era sonho participar da programação de programas da rádio. Como por exemplo a Rádio Nacional, que no livro *Rádio Nacional, o Brasil em sintonia*, de Luiz Carlos Saroldi,

afirma que as ‘mocinhas’ chegavam a desmaiar nos programas de auditório ao se encontrar com os cantores da época.

Figura 1: Ator Paulo Gracindo comanda show no aniversário da Rádio Nacional em 1956.



Fonte: Agência Brasil - Acervo EBC/Direitos reservados

Trazendo para o futebol, figuras históricas também aparecem no início da rádio. Sem a televisão, as pessoas não viam os jogadores em ação, mas ouviam seus nomes sendo exaltados pelos locutores e assim nomes como Domingos Antônio da Guia e Leônidas da Silva, se tornam heróis nacionais. Além disso, outro fator de muita importância é o impacto dos narradores para a popularização do radiojornalismo esportivo no Brasil, que dão vida ao início do esporte e servindo de base até a atualidade na linguagem audiovisual, que, em alguns momentos, esses profissionais encontram dificuldades nesta transição, como afirma Vera Regina Toledo Camargo em *A trajetória da mensagem esportiva: dos sons à imagem paulistana*.

Mas alguns que foram para a mídia audiovisual não conseguiram mudar suas falas, trazendo as características do rádio para a televisão. Seguindo a mesma linha narrativa, em que o mais importante é criar um ambiente, de modo a fazer com que o ouvinte imagine as imagens, sinta a emoção da partida esportiva, mesmo não podendo visualizá-la. E deste modo, percebemos que nas narrações esportivas televisivas,

fala-se do óbvio, os locutores esquecem que as imagens falam por si. A fala e o texto deveriam ter a função de ajudar a compreender e não a de criar uma imagem, para o telespectador, já que este está diante dela. (Camargo, 2005, p. 12).

Analisando os textos presentes na obra *O Rádio e as Copas do Mundo*, a pesquisadora Patrícia Rangel (2012, p. 3) explica que a transmissão esportiva ainda não era uma prioridade para os envolvidos no esporte, de modo que, mesmo no recém-inaugurado Maracanã, “as condições técnicas para o trabalho dos radialistas eram extremamente precárias”. De acordo com Rangel (2012, p. 3),

[...] a realização da Copa do Mundo no Brasil foi de grande importância para o rádio, especialmente para a programação esportiva nas emissoras brasileiras. Emissoras que até então praticamente não davam atenção ao esporte, passaram a cobri-lo e naquelas emissoras que já faziam esse tipo de transmissão, houve, a partir da Copa, uma melhor qualificação para as coberturas de jogos e mesmo certo refinamento para a programação esportiva.

Esta questão também é apontada por Bruno Balacó e Maria Érica Lima (2023). Os autores ressaltam o impacto das copas ao explicarem que,

[...] no Brasil, a cobertura do rádio esportivo deslanchou graças, sobretudo, ao êxito da seleção brasileira de futebol em Copas do Mundo de futebol, no período em que o selecionado canarinho conquistou três títulos mundiais quase seguidos, em 1958, 1962 e em 1970. Para dar conta destes acontecimentos de repercussão nacional, as emissoras radiofônicas com atuação no segmento esportivo mobilizaram grandes coberturas, atraindo verbas publicitárias e resultando em audiências expressivas nas transmissões dos jogos. (Balacó; Lima, 2023, p. 221)

Outro aspecto das relações entre futebol, política e sociedade é identificado por Marcos Guterman (2006, p. 36) ao afirmar que “para países de menor projeção nacional, sobretudo na periferia do mundo, o futebol funciona como um veículo de aspirações à grandeza geopolítica”. A seguir, a imagem do então presidente Eurico Gaspar Dutra na abertura da competição, sediada no Brasil naquele ano.

Figura 2: Eurico Gaspar Dutra na abertura da Copa do Mundo da FIFA de 1950.



Fonte: Agência Nacional / Arquivo Nacional

A relação entre política e futebol influencia tanto a construção da narrativa interna quanto a imagem do país no exterior. Esperança e prosperidade são ideias que costumam aparecer especialmente em tempos de Copa do Mundo, geralmente favorecendo às lideranças no poder. Em entrevista ao Portal G1, o historiador e pesquisador da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Carlos Fico, explica que “só um governo pouco habilidoso não se aproveitaria desse tipo de eventual conquista” (Christine; Gomes, 2026).

2.1 Democratização do esporte

Outro fator de grande impacto na popularização do futebol interligado ao rádio foi a democratização da informação trazida pela tecnologia - que impacta também o futebol, como citado anteriormente - junto a um esporte democrático e de fácil acesso como ele é. Isso se dá por diversos fatores, dentre eles estão o baixo custo, a simplicidade das regras e a representatividade e identificação popular tão presente neste meio, que - junto a popularidade da rádio - fez com que o conhecimento e a admiração

pelo futebol crescesse no Brasil. O autor Tony Mason fala sobre o tema em seu livro *Passion of the People? Football in South America*.

Por que o futebol é o esporte número um do mundo? Embora possa haver razões complexas para isso, sua lista de atrativos é bem conhecida. Ele pode ser jogado em qualquer lugar, desde terrenos baldios, nas ruas, na praia em algumas regiões do Brasil, e em uma variedade de campos devidamente demarcados, desde as aldeias mais humildes até os estádios metropolitanos mais sofisticados. Os jogadores não precisam de equipamentos especiais ou mesmo de uma bola comercialmente produzida. O futebol é barato, acessível e econômico em termos de tempo, e qualquer pessoa pode jogar, encontrando seu próprio nível. Nesse sentido, é um mundo aberto ao talento. Mas não se trata apenas de jogar. Muitos podem assistir a outras pessoas jogando um jogo que a maioria dos espectadores também já jogou. Isso permite que eles se imaginem como os protagonistas no campo e dá um toque especial à sua apreciação crítica do jogo. (Mason, 1995, p. 7-8, tradução nossa).²

Dessa forma, o rádio contribuiu para a democratização do futebol, o transformando em um esporte acessível a diferentes camadas sociais. Mesmo pessoas que não podiam frequentar os estádios ou que moravam em regiões distantes puderam se conectar ao esporte por meio das transmissões radiofônicas e se apaixonar por uma prática acessível.

2.2 Impacto da democratização

É possível analisar de diversas maneiras o impacto da democratização do acesso ao futebol - fortalecido pelo acesso à informação trazido pela rádio - um deles é o pertencimento e o fortalecimento da identidade cultural. Esse fenômeno pode ser observado de diversas formas, uma delas é a popularização dos times do Rio de Janeiro e São Paulo fora da região Sudeste. No Nordeste, segunda região mais populosa do

² No original: Why is football the world's number-one sport? Although there may be complicated reasons for this, its list of attractions is well known. It can be played anywhere, from waste ground, in the streets, on the beach in parts of Brazil, and on a range of properly marked out pitches from the humblest village to the most sophisticated metropolitan stadium. The players do not require special equipment or even a commercially produced ball. Football is cheap and economical with time, and anyone can play by finding his or her own level. In that sense it is a world open to talent. But it is not only about playing. Many can watch others play a game which most of the spectators will also have played. This enables them to imagine themselves as the actors on the field and gives an edge to their critical appreciation of the play.

Brasil de acordo com o censo do IBGE 2023, o Flamengo aparece em primeiro lugar na pesquisa Datafolha. O time carioca possui 25% da preferência dos torcedores da região, seguido por Corinthians, com 8%. Isso demonstra que, mesmo não sendo moradores da região, esses torcedores pertencem a um grupo e possuem uma identidade cultural própria.

Isso se dá por diversos fatores, um dos principais foi a popularização do rádio nos anos 30 e, posteriormente, a manutenção desse fenômeno nas outras formas de mídia. É o que afirma Vasconcelos (2011, p. 50-51):

Os meios de comunicação como rádio, TV e jornais, e nas últimas décadas a Internet, ajudam a trazer para o torcedor informações sobre times de diversas partes do Brasil e do mundo. Desta forma é possível que, para parte desse público, esses times frequentemente citados na mídia se tornem mais próximos da realidade cotidiana desses torcedores do que equipes da sua própria cidade [...] A influência da mídia na escolha do time pelo qual torcer é um dos principais pontos discutidos pelos anti-mistos. Frases como “não deixe a mídia escolher seu time”, “nordestinos: vítimas da aculturação global” podem ser vistas tanto nas faixas e camisetas confeccionadas, quanto nos debates sobre os mistos.

Outro fator determinante, de acordo com uma matéria publicada pelo UOL (2023), foi que o Flamengo adotou estratégias de marketing na década de 1930 que contribuíram para a ampliação de sua torcida. Com José Bastos Padilha à frente do projeto, o time carioca buscou estratégias alternativas para a expansão da torcida rubro-negra e, "surfou a onda" dos primeiros anos do governo Getúlio Vargas e sua política populista que utilizava a rádio na comunicação com a população. Assim, usando a vantagem que era ter um clube sediado na então capital federal e slogans como "Flamengo é o Brasil" e "Flamengo o time da pátria" , o time carioca alcançou a maior torcida do Brasil através das vozes da Rádio Nacional.

2.3 O legado do rádio esportivo e sua influência na mídia atual

Um aspecto que chama a atenção é o fato de que, entre os diversos gêneros radiofônicos que surgiram juntamente com a cobertura esportiva, muitos desapareceram

ao longo do tempo, enquanto as transmissões de futebol permaneceram ativas. Como destaca Soares (1994, p. 8)

Chama a atenção o fato de a irradiação esportiva manter-se ativa desde o início da década de 30, enquanto estão praticamente extintos o radioteatro, a radionovela, os grandes musicais e os de auditório, seus contemporâneos.

Isso se deve a diversos fatores, dentro os principais estão a forte cultura futebolística, sendo um hábito para milhões de torcedores e, como explicado anteriormente, mesmo com as novas tecnologias, muitos ouvintes e fãs mantiveram a tradição de acompanhar partidas pelo rádio, seja no carro, no trabalho ou em casa. Além disso, a adaptação do rádio às novas mídias funcionou muito bem, diferente dos outros gêneros que acabaram perdendo espaço para o avanço da televisão a partir dos anos 1950. No entanto, a adaptação do jornalismo esportivo no rádio com a concorrência da televisão também não foi fácil, como explica Soares (1994, p.67):

A utilização de efeitos sonoros generalizou-se a partir do início da década de 70. A concorrência da televisão colorida obrigou as emissoras de rádio a tornar a narração do futebol mais atraente e emocionante. Justamente para aumentar a emoção, as emissoras acrescentaram ruídos, musicais ou não, à voz de seus locutores. Quando um dos times ataca, ouve-se o som da torcida. Durante a transmissão, algumas rádios tocam trechos dos hinos dos clubes. Sons de sintetizador preparam o ouvinte para receber informações paralelas às jogadas, como o placar, o tempo de jogo.

Assim, com um esforço das emissoras de rádio e do brilhantismo dos narradores, o gênero se manteve vivo em diversas casas brasileiras.

Atualmente, não se faz mais obrigatório sintonizar as emissoras nos aparelhos de rádio hertzianos, visto que “os conteúdos radiofônicos estão disponíveis também na web e contam com transmissão em plataformas digitais, fazendo uso de imagens, vídeos e diferentes recursos gráficos” (Balacó; Lima, 2023, p. 218). Assim, como outras produções radiofônicas, as transmissões esportivas também acompanharam as adaptações do meio aos processos de convergência.

3. Introdução ao memorial - *Vozes do Futebol*

Com o objetivo de abordar a importância do rádio na popularização do futebol sob uma perspectiva histórica, foi desenvolvido o "Vozes do Futebol", um radiodocumentário que busca apresentar como a radiodifusão desempenhou um papel fundamental na consolidação do esporte como um dos principais elementos da cultura brasileira. A proposta do programa é reconstruir essa trajetória por meio de uma narrativa que combina pesquisa histórica, arquivos sonoros, depoimentos e recursos de linguagem radiofônica, promovendo uma reflexão sobre a relação entre comunicação, esporte e sociedade.

A concepção do produto parte da identificação de uma lacuna na produção de conteúdos sonoros voltados ao rádio esportivo. Embora existam diversos programas dedicados ao futebol, poucos exploram sua dimensão histórica de forma aprofundada, conciliando entretenimento com a divulgação de conhecimentos produzidos no campo acadêmico. Nesse sentido, o radiodocumentário pretende contribuir para a valorização da divulgação científica na área da Comunicação, utilizando o futebol como ponto de partida para discutir o desenvolvimento do rádio, a democratização do acesso ao esporte e sua influência na formação da identidade cultural brasileira.

A proposta narrativa também considera uma característica própria da cobertura esportiva. Conforme destaca Ferraretto (2014, p. 137), o esporte, além de constituir um fato jornalístico, está diretamente relacionado ao entretenimento. Dessa forma, o programa procura equilibrar informação e linguagem envolvente, incorporando recursos sonoros, trilhas, efeitos e estratégias de storytelling capazes de tornar a experiência mais dinâmica e atrativa. Essa perspectiva dialoga com as reflexões de Mario Kaplún (2017), que defende a valorização da linguagem radiofônica como elemento essencial para aproximar o conteúdo do ouvinte.

Outro aspecto que justifica a proposta é o caráter cultural do futebol no Brasil. Mesmo indivíduos que não acompanham o esporte de forma cotidiana costumam manter algum tipo de vínculo afetivo com clubes, competições ou personagens históricos, seja por influência familiar, regional ou social. Esse alcance faz com que o tema ultrapasse o universo esportivo e desperte interesse em diferentes perfis de

público, ampliando o potencial de difusão do conhecimento histórico apresentado pelo radiodocumentário.

Por fim, o produto busca construir uma identidade própria ao valorizar os recursos característicos da linguagem radiofônica. A utilização de narrações, documentos históricos, trilhas sonoras, efeitos e arquivos de época pretende oferecer uma experiência imersiva ao ouvinte, reforçando o potencial do rádio como meio de contar histórias, preservar a memória e aproximar diferentes gerações por meio de uma narrativa que une informação, emoção e entretenimento.

3.1 Apresentação do produto

O radiodocumentário será estruturado em um episódio único, contribuindo para uma experiência radiofônica informativa. Entre esses elementos utilizados, destaca-se a participação de fontes e arquivos históricos, cujo propósito primordial é fornecer aos ouvintes uma imersão nas narrativas dos clubes brasileiros, trazendo profissionais e pesquisadores da área para desenvolver o tema.

Nesse contexto, o programa assume a responsabilidade de explicar as origens e os desenvolvimentos cruciais que moldaram a trajetória do rádio em nosso país e conectá-lo com a popularização do futebol. Sua abordagem clara e objetiva busca uma linguagem que entregue o conteúdo para todos os públicos, mesmo aqueles que não são fãs afincos.

Dessa maneira, o quadro não apenas informa, mas também proporciona uma compreensão mais profunda das raízes culturais e sociais que permeiam o futebol brasileiro. Por meio de relatos vívidos e detalhados, os ouvintes são transportados para os cenários e contextos que deram forma à identidade única do esporte mais popular do país, enriquecendo assim sua apreciação pelo nacional.

Assim, o programa de forma descontraída mas ao mesmo tempo informativa conseguirá informar e entreter seu público, que os interessados e não interessados do futebol.

3.2 Base teórico-conceitual adotada

Conforme anteriormente apresentado, acreditamos que o rádio tem papel fundamental para a popularização do futebol, no começo de sua história levando o acesso a informações à lugares onde não chegavam e criando uma relação que perpetua até hoje, sendo passado de geração a geração como afirma Soares (1994)

Assim, o futebol transcende fronteiras geográficas e culturais, consolidando-se como um fenômeno na cultura brasileira. Sua história, marcada por momentos inesquecíveis, é uma prova de sua influência duradoura. Além dos campos de jogos, o futebol desempenha um papel importante na coesão social, agindo como um elo que conecta comunidades e celebra identidades únicas. Como fenômeno esportivo, não se limita a uma competição, é um espetáculo dinâmico que, através da paixão dos torcedores, molda o panorama emocional e social de uma maneira única. O futebol, por meio de sua essência singular, continua a desencadear um impacto duradouro na sociedade e na alma do mundo contemporâneo.

O produto sonoro proposto busca abordar o esporte não somente como um entretenimento, mas também como uma ferramenta social e que, através do rádio, foi possível democratizar o acesso ao futebol dando mais possibilidades para que esse fenômeno acontecesse. Para isso, recorrerá aos estudos radiofônicos e na área do esporte, dando ênfase aos que estão na intersecção entre as duas áreas, conforme indicado na pesquisa inicial anteriormente apresentada.

Por fim, o objetivo central da produção ultrapassa a simples disseminação de informações sobre futebol, tendo como meta principal a inclusão e a introdução do público a um universo esportivo muitas vezes percebido como complexo, trazendo uma leitura histórica crítica sobre a importância do rádio para a popularização, como isso se deu e como se perpetua até os dias atuais.

3.3 Perfil editorial

A produção do radiodocumentário tem como objetivo principal apresentar a história do rádio esportivo no Brasil, destacando sua importância para a popularização e

democratização do futebol. Conforme explica Ferraretto (2001, p. 57), o radiodocumentário é um formato que possibilita abordar um tema em profundidade, fundamentando-se em pesquisa documental e em arquivos sonoros para reconstituir e analisar acontecimentos relevantes. Além disso, utiliza recursos de sonoplastia, montagem e um roteiro previamente estruturado, permitindo a construção de uma narrativa informativa e envolvente.

Nesse sentido, o produto busca não apenas resgatar a trajetória histórica da relação entre rádio e futebol, mas também valorizar aspectos culturais que marcaram essa conexão ao longo das décadas. A proposta é apresentar histórias, personagens e acontecimentos que contribuíram para a consolidação do futebol como um dos principais elementos da identidade brasileira, despertando o interesse tanto de ouvintes já familiarizados com o esporte quanto daqueles que conhecem pouco sua história. Ao mesmo tempo, pretende oferecer um conteúdo capaz de entreter os apaixonados pelo futebol por meio de curiosidades, relatos históricos e memórias marcantes da radiodifusão esportiva.

Para atingir esse objetivo, o radiodocumentário adota dois estilos de linguagem ao longo de sua narrativa. Nos momentos dedicados à contextualização histórica do rádio e de sua relação com o futebol, será utilizada uma linguagem predominantemente informativa, clara e acessível, preservando o rigor das informações apresentadas. Já nas passagens voltadas aos depoimentos e acontecimentos emblemáticos, a narrativa assume um tom mais descontraído e próximo do ouvinte, incorporando elementos de storytelling para tornar a experiência mais dinâmica e envolvente.

A estrutura do documentário está organizada em quatro eixos temáticos principais: a chegada do rádio ao Brasil, sua aproximação com o futebol, o papel desempenhado na democratização e popularização do esporte e, por fim, a permanência dessa relação na contemporaneidade, considerando as transformações tecnológicas e os novos formatos de consumo do conteúdo radiofônico.

O público-alvo do produto é composto, principalmente, por jovens entre 18 e 30 anos, faixa etária que consome conteúdos esportivos em diferentes plataformas digitais e demonstra interesse por narrativas históricas apresentadas de forma dinâmica. Entretanto, o radiodocumentário também busca alcançar ouvintes de outras faixas etárias, especialmente aqueles que mantêm uma relação afetiva com o rádio esportivo e acompanharam sua evolução ao longo das últimas décadas. Com duração aproximada

de 25 minutos, o programa foi concebido para equilibrar informação, contextualização histórica e entretenimento, tornando o conteúdo acessível tanto para os aficionados por futebol quanto para ouvintes ocasionais interessados na história da comunicação brasileira.

3.4 Análise de similares

No mercado radiofônico, existem inúmeros programas de futebol. No entanto, buscaremos nos encaixar em um lugar em que poucos se destacam, unindo futebol, história, ensinamento e ciência de forma carismática e extrovertida, procurando ensinar e entreter.

O produto desenvolvido teve como principal referência o trabalho do jornalista e produtor de conteúdo Andrey Raychtock. A escolha se deu pela forma como o criador aborda temas relacionados ao futebol, combinando informação, entretenimento e narrativa em uma linguagem acessível e envolvente.

A análise realizada concentrou-se, principalmente, em dois aspectos. O primeiro foi o tom adotado na comunicação, marcado pela proximidade com o público, pela leveza na apresentação e pela capacidade de tratar temas históricos e esportivos de maneira dinâmica, sem perder o rigor das informações. O segundo aspecto foi a construção do storytelling, elemento central dos conteúdos produzidos por Raychtock.

Dessa forma, buscou-se incorporar essas características ao projeto, utilizando uma narrativa que valoriza o contexto histórico, estabelece conexões entre os acontecimentos e mantém o interesse do público ao longo de toda a apresentação, conciliando entretenimento e informação em uma mesma proposta comunicacional.

Além da referência relacionada à linguagem narrativa, também foi realizada uma análise de produtos com abordagem histórica semelhante à proposta deste trabalho. Entre eles, destaca-se a reportagem audiovisual "Caminhos da Reportagem | Rádio Nacional: 80 anos no ar", produzida pela TV Brasil. O material serviu como referência pela forma como contextualiza acontecimentos históricos, utiliza documentos de época e constrói uma narrativa capaz de relacionar a evolução do rádio à formação da identidade cultural brasileira.

Também foi analisada a série sonora "Futebol à Manivela", produzida pela Rádio Globo, que utiliza arquivos históricos da própria emissora para revisitar momentos marcantes do futebol nacional. A produção demonstra como recursos sonoros, narrações originais e registros históricos podem ser utilizados para reconstruir acontecimentos, despertando a memória afetiva do público e enriquecendo a narrativa jornalística.

Dessa forma, o produto desenvolvido busca reunir características presentes em ambas as referências. Do trabalho de Andrey Raychtock, procura incorporar o tom de comunicação e a construção do storytelling. Já das produções da TV Brasil e da Rádio Globo, pretende absorver a abordagem histórica, o uso de materiais de arquivo e a contextualização dos acontecimentos, resultando em uma narrativa que alia informação, entretenimento e valorização da memória do rádio e do futebol brasileiro.

3.5 Entrevistados e recursos sonoros

A participação de entrevistados é um elemento fundamental para a construção do radiodocumentário, uma vez que contribui para conferir credibilidade, dinamismo e aproximação com o ouvinte. Considerando que a cobertura esportiva no rádio é marcada pelo protagonismo de narradores e repórteres, seus depoimentos tornam-se essenciais para compreender as particularidades desse gênero radiofônico e a relação construída entre os profissionais da comunicação e o público ao longo das décadas. Por opção, a apresentação dos profissionais acontece somente na ficha técnica, buscando uma construção narrativa que valorize a complementaridade das falas, atribuindo também maior dinamismo e velocidade ao produto.

A produção contou com a participação do narrador esportivo Antônio Carlos, conhecido como "Canhão", profissional da Rádio Itatiaia, uma das principais emissoras esportivas do país. Seu depoimento traz a experiência prática da narração esportiva, abordando aspectos como os desafios da profissão, as especificidades da cobertura radiofônica e a importância da linguagem sonora na transmissão das emoções do futebol.

Além da visão profissional do narrador, o radiodocumentário contou com a participação do jornalista e pesquisador Márcio Guerra, referência nos estudos sobre

rádio e esporte. Sua contribuição teve como objetivo contextualizar historicamente a relação entre o rádio e o futebol, explicando como essa parceria contribuiu para a popularização do esporte e para a consolidação do radiojornalismo esportivo como um dos gêneros mais importantes da radiodifusão brasileira.

Para complementar os depoimentos, foram utilizados diferentes recursos sonoros característicos do formato documental, como narrações esportivas históricas, trechos de transmissões marcantes, trilhas sonoras, jingles de época, sons ambientes de partidas de futebol e vinhetas de emissoras que fizeram parte da história da radiodifusão esportiva. Para isso, a seleção dos áudios se deu a partir da busca em diferentes acervos disponibilizados online (inclusive por fãs do esporte), bem como por materiais jornalísticos.

Acreditamos que a combinação desses elementos - entrevista e documentos sonoros - possibilita a criação de uma experiência imersiva, reforçando o caráter histórico do produto e aproximando o ouvinte dos acontecimentos retratados.

3.6. Identidade Visual

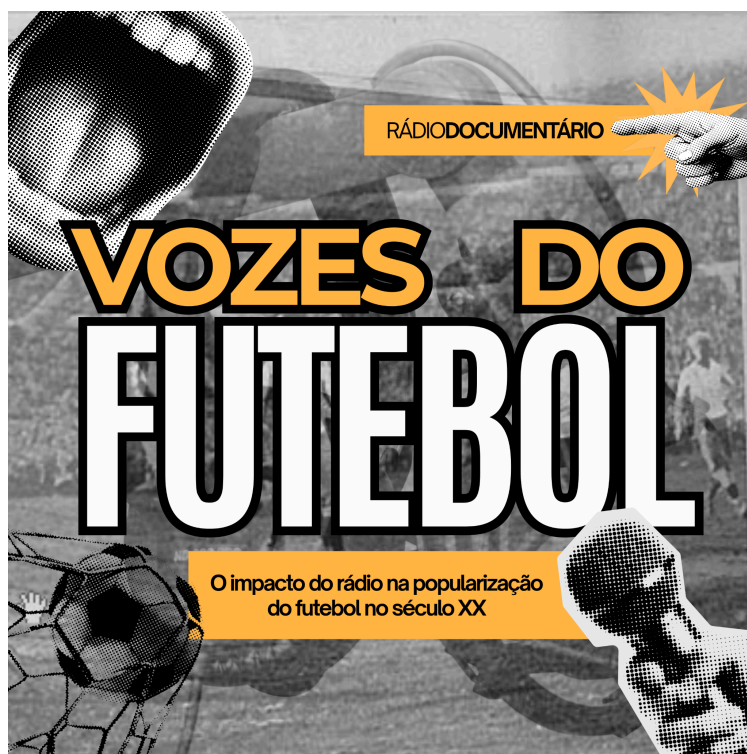
A identidade visual do programa foi desenvolvida a partir da estética da colagem, reunindo elementos que remetem ao universo da comunicação e do futebol em uma composição que estabelece um diálogo entre o passado e o presente. A proposta visual busca representar a essência do radiodocumentário, que parte da história da radiodifusão esportiva para compreender sua permanência e suas transformações na contemporaneidade.

Foram utilizados elementos gráficos inspirados em aparelhos de microfones clássicos, recortes de jornais e bolas de futebol, que são elementos ligados ao esporte e à comunicação. A combinação desses componentes com recursos gráficos contemporâneos simboliza a evolução do rádio ao longo das décadas e sua capacidade de adaptação às novas tecnologias, sem perder sua identidade.

Assim, a identidade visual do programa não exerce apenas uma função ilustrativa, mas também narrativa, reforçando visualmente a proposta do documentário de conectar diferentes períodos históricos e demonstrar como o rádio permanece

relevante na cultura esportiva brasileira, mesmo diante das transformações dos meios de comunicação.

Figura 3: Identidade visual da produção.



Fonte: elaboração própria, 2026

A imagem foi criada utilizando o Canva, levando em consideração a adaptação do formato às plataformas selecionadas para divulgação do material sonoro.

3.7. Característica da Publicação e Divulgação

O radiodocumentário será disponibilizado nas plataformas Spotify ³e YouTube⁴, ampliando seu alcance e facilitando o acesso por diferentes perfis de público. A escolha dessas plataformas considera os atuais hábitos de consumo de conteúdo em áudio e

³ Acessível no link:

https://open.spotify.com/episode/7qbDqfWhVj7wTN1zBmzObm?si=ZqRziHM2ToeldSaa8Tg6rw&utm_source=copy-link

⁴ Acessível no link: <https://youtu.be/gWbQUuBX0Ts>

vídeo, permitindo que o produto seja acessado tanto por ouvintes que preferem serviços de streaming quanto por usuários que utilizam plataformas audiovisuais.

A distribuição em múltiplos ambientes digitais também busca ampliar a difusão do conteúdo e favorecer seu compartilhamento, alcançando não apenas os aficionados por futebol e rádio esportivo, mas também pessoas interessadas em história, comunicação e cultura brasileira. Dessa forma, pretende-se potencializar o alcance do radiodocumentário e aproximar o público da proposta de valorizar a memória da radiodifusão esportiva no Brasil.

3.8 Radiodocumentário

A escolha pela linguagem do radiodocumentário se deu pela forma de abordagem que esse formato possibilita, permitindo uma mescla entre informação e diferentes maneiras de contar histórias. Dessa forma, o formato escolhido possibilita unir a linguagem jornalística à construção de uma narrativa, utilizando entrevistas, informações e elementos sonoros para desenvolver o tema. Assim, o radiodocumentário contribui para enriquecer a abordagem proposta pelo trabalho e tornar o conteúdo mais dinâmico e acessível ao público.

Além disso, outro fator que enriquece e auxilia na linguagem do radiodocumentário é a utilização de áudios históricos. A busca por esse tipo de material foi uma das principais dificuldades encontradas durante a produção, principalmente pela dificuldade de encontrar arquivos disponíveis e com boa qualidade sonora. Foram utilizadas diferentes fontes na tentativa de localizar gravações que pudessem contribuir para a construção do produto e aproximar o ouvinte do período abordado. Dessa forma, cada novo áudio histórico encontrado representava uma descoberta importante e uma satisfação durante o processo de produção, já que esses materiais contribuíam diretamente para enriquecer a linguagem de radiodocumentário.

Considerações finais

Diante do exposto, o radiodocumentário "Vozes do Futebol" propõe discutir, de forma informativa, acessível e envolvente, a influência do rádio na popularização do futebol e na construção da cultura esportiva brasileira. Mais do que resgatar acontecimentos históricos, o produto busca evidenciar como a radiodifusão foi determinante para democratizar o acesso ao esporte, aproximando milhões de brasileiros de partidas, personagens e histórias que ajudaram a consolidar o futebol como um dos principais símbolos da identidade nacional.

A escolha do formato radiodocumentário justifica-se por sua capacidade de reunir pesquisa histórica, arquivos sonoros, entrevistas e recursos narrativos em uma produção de fácil acesso e compreensão. Ao longo de aproximadamente 25 minutos, o programa percorre a trajetória do rádio no Brasil, sua aproximação com o futebol, o desenvolvimento do radiojornalismo esportivo e sua permanência na contemporaneidade, articulando esses acontecimentos por meio de depoimentos de especialistas, profissionais da área e registros históricos.

O produto foi concebido para dialogar com diferentes perfis de público. Embora tenha como foco principal jovens adultos interessados em esportes e comunicação, sua linguagem busca incluir tanto os torcedores mais apaixonados quanto ouvintes ocasionais, valorizando o caráter cultural e histórico do futebol para além dos resultados e das competições.

Durante a etapa de desenvolvimento, um dos principais desafios identificados foi o acesso a arquivos sonoros históricos. A preservação desse material ainda representa uma limitação para pesquisadores e produtores, tornando necessária uma busca criteriosa em acervos públicos, emissoras e instituições especializadas. Apesar dessa dificuldade, a utilização desses registros é essencial para conferir autenticidade ao radiodocumentário e proporcionar ao ouvinte uma experiência mais imersiva.

Do ponto de vista do jornalismo esportivo, o projeto contribui para ampliar a discussão sobre a relevância histórica do rádio na formação da cultura futebolística brasileira. Ao mesmo tempo, demonstra que a linguagem radiofônica permanece atual ao adaptar-se às plataformas digitais e aos novos hábitos de consumo de conteúdo,

preservando características que fizeram desse meio um dos principais responsáveis pela aproximação entre o futebol e seus torcedores.

Assim, "Vozes do Futebol" pretende não apenas resgatar a memória da radiodifusão esportiva, mas também evidenciar seu legado na construção da identidade cultural brasileira. Ao reunir informação, pesquisa histórica, entretenimento e linguagem sonora, o radiodocumentário reafirma que, mesmo diante das transformações tecnológicas, o rádio continua sendo uma voz capaz de emocionar, informar e conectar gerações por meio da paixão pelo futebol.

REFERÊNCIAS

BALACÓ, B.; DE OLIVEIRA LIMA, M. Érica. A Cobertura esportiva em tempos de plataformização: um olhar sobre as experiências das rádios cearenses. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 22, n. 44, 2024. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1074>. Acesso em: abr. 2025.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. *A trajetória da mensagem esportiva: dos sons à imagem paulistana*. Campinas: Unicamp, 2005. CD-ROM.

CHRISTINE, Júlia; GOMES, Pedro Henrique. *De Pelé a Neymar: como futebol e política no Brasil se cruzam nas Copas do Mundo*. Portal G1, 13 jun. 2026. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2026/06/13/de-pele-a-neymar-como-futebol-e-politica-no-brasil-se-cruzam-nas-copas-do-mundo.ghtml>. Acesso em: 15 jun. 2026.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

FERRARETTO, Luiz Artur. *De 1919 a 1923, os primeiros momentos do rádio no Brasil*. *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 3, n. 1, p. 1-15, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: Teoria e prática*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Um aniversário quase esquecido: os 90 anos (ou mais) do rádio comercial no Brasil*. *Revista Brasileira de História da Mídia*. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, v. 12, n. 2, p. 178-194, jul.-dez. 2023.

GUTERMAN, Marcos. *O futebol explica o Brasil: o caso da Copa de 70*. 2006. 140 f. Dissertação (Mestrado em História) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Anuário Estatístico do Brasil – 1946*, ano VIII. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb_1946.pdf. Acesso em: mar. 2025.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Anuário Estatístico do Brasil – 1963*, ano XXIV. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb_1963.pdf. Acesso em: mar. 2025.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Anuário Estatístico do Brasil – 1985*. Disponível em:

https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb_1985.pdf. Acesso em: mar. 2025.

ISER, Wolfgang. *O ato da leitura: uma teoria do efeito estético*. Tradução de Johannes Kretschmer. São Paulo: Editora 34, v. 1, 1996.

JAMBEIRO, Othon. *Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação*. Salvador: Edufba, 2003.

JOSÉ, Carmen Lúcia. *História Oral e Documentário Radiofônico: distinções e convergências*. *Revista Conexão*, Caxias do Sul-RS, v. 2, n. 3, p. 121-132, 2003.

JOSÉ, Carmen Lúcia. *Estruturas do Documentário Radiofônico: Padrão e Desviante*. *Nheengatu*, v. 2, n. 3, 2015. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/nheengatu/article/view/34257/23538>. Acesso em: mar. 2025.

MASON, Tony. *Passion of the People? Football in South America*. London; New York: Verso, 1995. 174 p.

NASCIMENTO, Márcio. *PRA-9 Rádio Mayrink Veiga: Um lapso de memória na história do rádio brasileiro*. Rio de Janeiro: Litteris Editora, 2002.

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

PESSOA, Sonia Caldas. *Radiodocumentário: gênero em extinção ou locus privilegiado de aprendizado*. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais. Curitiba, 04 a 07 set. 2009. Acesso em: mar. 2025.

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

ROQUETTE-PINTO, Vera Regina. *Roquette-Pinto, o rádio e o cinema educativos*. *Revista USP*, n. 53, p. 12, 2002.

SOARES, Edileusa. *A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo*. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

VASCONCELOS, Artur Alves de. *Identidade futebolística: os torcedores "mistos" do Nordeste*. 2011. 90 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Fortaleza, 2011.

APÊNDICE A

Episódio 1 - Vozes do Futebol - O impacto do rádio na popularização do futebol no século XX.

■ RADIODOCUMENTARIO VOZES DO FUTEBOL - FINAL.MP3

Spotify:

https://open.spotify.com/episode/7qbDqfWhVj7wTN1zBmzObm?si=ZqRziHM2ToeldSaa8Tg6rw&utm_source=copy-link

Youtube: <https://youtu.be/gWbQUuBX0Ts>

APÊNDICE B

Roteiro episódio 1 - Vozes do Futebol - O impacto do rádio na popularização do futebol no século XX.

PROGRAMA: VOZES DO FUTEBOL	REDATOR: FELIPE HANSON	TEMPO: 23:13
RETRANCA: FUTEBOL	EDITOR: FELIPE HANSON	

VHT DE ENTRADA Narração Pelé TEC: Áudio nacional	ANTES DE TODA A MODERNIDADE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO QUE CONHECEMOS HOJE, COMO A INTERNET, AS REDES SOCIAIS E A TELEVISÃO, HAVIA UM COMPANHEIRO INSEPARÁVEL DOS BRASILEIROS: O RÁDIO. EM UMA ÉPOCA EM QUE O CINEMA ERA POUCO ACESSÍVEL PARA GRANDE PARTE DA POPULAÇÃO E A TELEVISÃO AINDA NÃO FAZIA PARTE DA REALIDADE DO PAÍS, O RÁDIO OCUPAVA LUGAR DE DESTAQUE NOS LARES, SE TORNANDO FONTE DE INFORMAÇÃO, ENTRETENIMENTO E CONEXÃO ENTRE AS PESSOAS. NO MESMO PERÍODO OUTRA PAIXÃO COMEÇAVA A PULSAR NO CORAÇÃO DO POVO BRASILEIRO: O FUTEBOL.
---	--

-TEC: Narração 1970	E FOI JUSTAMENTE O ENCONTRO DESSAS DUAS PAIXÕES QUE AJUDOU A CONSTRUIR UMA DAS MAIORES RELAÇÕES DA NOSSA CULTURA ESPORTIVA. ENQUANTO A BOLA ROLAVA NOS GRAMADOS, O RÁDIO ENCURTAVA DISTÂNCIAS, LEVANDO A EMOÇÃO DOS ESTÁDIOS PARA DENTRO DAS CASAS, BARES, PRAÇAS E ZONAS RURAIS. SE O FUTEBOL ERA A ALMA DA FESTA, O RÁDIO ERA A VOZ QUE A ESPALHAVA PELO PAÍS. A CADA NARRAÇÃO, GRITO DE GOL E LANCE DESCRITO COM DETALHES, MILHÕES DE BRASILEIROS PASSARAM A IMAGINAR PARTIDAS QUE NÃO PODIAM VER. FOI ASSIM QUE O RÁDIO TRANSFORMOU JOGOS EM ESPETÁCULOS E JOGADORES EM HERÓIS POPULARES. POR MUITAS VEZES, O FUTEBOL FOI A ALEGRIA EM TEMPOS DIFÍCEIS. ESSA ALEGRIA CHEGAVA PELOS PEQUENOS APARELHOS DE RÁDIO, QUASE SEMPRE COLADOS AO OUVIDO DE TORCEDORES APAIXONADOS. ALI, ENTRE CHIADOS E TRANSMISSÕES EMOCIONADAS, COMO EM 1970 ASSIM, GERAÇÕES APRENDERAM A AMAR O ESPORTE E A COMPARTILHAR EMOÇÕES QUE ULTRAPASSARAM QUALQUER DISTÂNCIA.
----------------------------	--

MAIS DO QUE UM MEIO DE COMUNICAÇÃO, O RÁDIO FOI A PONTE QUE LIGOU O BRASIL AO FUTEBOL. E, JUNTOS, ELES AJUDARAM A CONTAR A HISTÓRIA DE UM PAÍS QUE APRENDEU A SONHAR, VIBRAR E SE EMOCIONAR AO SOM DE UMA NARRAÇÃO ESPORTIVA.

EU SOU FELIPE HANSON E ESTE É O RADIODOCUMENTÁRIO VOZES DO FUTEBOL, UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE O PAPEL DO RÁDIO NA POPULARIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO AO LONGO DO SÉCULO XX.

CAP 1 - INTRODUÇÃO DO RÁDIO NO BRASIL

FONTES: HISTORIADOR

MUITO ANTES DE SE TORNAR COMPANHIA INSEPARÁVEL DOS BRASILEIROS, O RÁDIO DESPERTAVA A CURIOSIDADE. NA DÉCADA DE 1920, AS PRIMEIRAS TRANSMISSÕES ACONTECIAM DE FORMA EXPERIMENTAL E TINHAM UM PROPÓSITO DIFERENTE DAQUELE QUE MAIS TARDE CONQUISTARIA MILHÕES DE OUVINTES. EM VEZ DE BUSCAR AUDIÊNCIA OU LUCRO, OS PIONEIROS DA RADIODIFUSÃO ACREDITAVAM QUE O RÁDIO PODERIA EDUCAR, INFORMAR E APROXIMAR UM PAÍS MARCADO POR GRANDES DISTÂNCIAS.

UM DOS MOMENTOS MAIS SIMBÓLICOS DESSA TRAJETÓRIA OCORREU EM 7 DE SETEMBRO DE 1922, DURANTE AS COMEMORAÇÕES DO CENTENÁRIO DA INDEPENDÊNCIA DO BRASIL.

-TEC: Roquette Pinto	ERA O INÍCIO DE UMA REVOLUÇÃO QUE MUDARIA PARA SEMPRE A FORMA COMO OS BRASILEIROS SE COMUNICAVAM. NO ANO SEGUINTE, A FUNDAÇÃO DA RÁDIO SOCIEDADE DO RIO DE JANEIRO FORTALECEU ESSA VISÃO. LIDERADOS POR EDGARD ROQUETTE-PINTO, OS IDEALIZADORES ENXERGAVAM O RÁDIO COMO UM VERDADEIRO "LIVRO FALADO", CAPAZ DE LEVAR CONHECIMENTO A LUGARES ONDE OS LIVROS, AS ESCOLAS E OS JORNAIS MUITAS VEZES NÃO CHEGAVAM. EM UM PAÍS COM ALTOS ÍNDICES DE ANALFABETISMO E ENORMES DESAFIOS SOCIAIS, O RÁDIO SURGIA COMO UMA FERRAMENTA DE TRANSFORMAÇÃO. COM O PASSAR DOS ANOS, PORÉM, SUA FUNÇÃO FOI ALÉM DA EDUCAÇÃO. NAS DÉCADAS DE 1930 E 1940, O RÁDIO SE CONSOLIDOU COMO O PRINCIPAL MEIO DE COMUNICAÇÃO DE MASSA DO BRASIL. O BARATEAMENTO DOS APARELHOS E O SURGIMENTO DE UMA NOVA CLASSE MÉDIA PERMITIRAM QUE ELE ENTRASSE DEFINITIVAMENTE NOS LARES BRASILEIROS. AO MESMO TEMPO, GOVERNOS E LIDERANÇAS POLÍTICAS PERCEBERAM O ENORME PODER DAQUELE MEIO QUE FALAVA DIRETAMENTE AO OUVIDO DA POPULAÇÃO.
-----------------------------	--

TEC Getúlio SONORA: Márcio Guerra	DURANTE A ERA VARGAS, O RÁDIO SE TORNOU PEÇA CENTRAL NA COMUNICAÇÃO ENTRE ESTADO E SOCIEDADE. DISCURSOS, PROGRAMAS OFICIAIS E ATÉ MÚSICAS PASSARAM A SER UTILIZADOS PARA CONSTRUIR NARRATIVAS POLÍTICAS E FORTALECER A IMAGEM DO GOVERNO. AINDA ASSIM, SUA INFLUÊNCIA ULTRAPASSAVA OS INTERESSES DO PODER. O RÁDIO INFORMAVA, DIVERTIA, EMOCIONAVA E CRIAVA UM SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO COLETIVO. EM POUCAS DÉCADAS, O QUE COMEÇOU COMO UMA EXPERIÊNCIA RESTRITA A POUCOS APAIXONADOS PELA TECNOLOGIA, TRANSFORMOU-SE EM UM FENÔMENO NACIONAL. O RÁDIO ENCURTOU DISTÂNCIAS, DEMOCRATIZOU O ACESSO À INFORMAÇÃO E AJUDOU A CONSTRUIR PARTE DA IDENTIDADE CULTURAL BRASILEIRA. FOI ELE QUEM LEVOU NOTÍCIAS, MÚSICA, ENTRETENIMENTO E, MAIS TARDE, A EMOÇÃO DO FUTEBOL PARA MILHÕES DE PESSOAS, VIRANDO UMA DAS VOZES MAIS IMPORTANTES DA HISTÓRIA DO PAÍS. 2. O IMPACTO DAS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS NA POPULARIZAÇÃO DO FUTEBOL
---	---

TRC: Márcio Guerra	FONTES: HISTORIADOR E PROFISSIONAL DA ÁREA. RETORNANDO AO FUTEBOL, É EVIDENTE QUE O IMPACTO DAS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS EM SUA POPULARIZAÇÃO FOI GIGANTESCO. COMO DISCUTIDO ANTERIORMENTE, AS DÉCADAS DE 1930 E 1940 MARCARAM A CONSOLIDAÇÃO DO RÁDIO COMO PRINCIPAL MEIO DE COMUNICAÇÃO DE MASSA NO BRASIL. NESSE MESMO PERÍODO, O FUTEBOL DEIXAVA DE SER UMA PRÁTICA RESTRITA A DETERMINADOS GRUPOS SOCIAIS PARA SE TRANSFORMAR EM UMA VERDADEIRA PAIXÃO NACIONAL. A ASCENSÃO DE AMBOS OS FENÔMENOS NÃO OCORREU POR ACASO: RÁDIO E FUTEBOL CRESCERAM JUNTOS E ESTABELECEM UMA RELAÇÃO DE DEPENDÊNCIA MÚTUA QUE AJUDOU A MOLDAR A CULTURA BRASILEIRA. DIVERSOS FATORES CONTRIBUÍRAM PARA ESSE PROCESSO. ENTRE ELES, DESTACAM-SE O AMPLO ALCANCE DAS EMISSORAS E A DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO AOS APARELHOS RECEPTORES. DIFERENTEMENTE DE OUTROS MEIOS QUE SURGIRIAM POSTERIORMENTE, O RÁDIO DESENVOLVEU UMA CARACTERÍSTICA FUNDAMENTAL: A PORTABILIDADE. PRESENTE EM RESIDÊNCIAS, ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS E ESPAÇOS
---------------------------	---

TEC: Antonio Carlos	PÚBLICOS, ELE TAMBÉM PODIA ACOMPANHAR OS TORCEDORES EM SEUS DESLOCAMENTOS, PERMITINDO QUE O FUTEBOL FOSSE CONSUMIDO EM QUALQUER LUGAR. O VÍNCULO ENTRE O PÚBLICO E O RÁDIO SE TORNOU TÃO FORTE QUE ERA COMUM ENCONTRAR TORCEDORES LEVANDO SEUS APARELHOS ATÉ MESMO PARA DENTRO DOS ESTÁDIOS. EMBORA ESTIVESSEM PRESENCIANDO A PARTIDA AO VIVO, MUITOS PREFERIAM ACOMPANHAR SIMULTANEAMENTE A NARRAÇÃO RADIOFÔNICA, BUSCANDO INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES, COMENTÁRIOS E A EMOÇÃO TRANSMITIDA PELOS LOCUTORES. ESSA PRÁTICA, QUE PERMANECE PRESENTE EM ALGUNS CONTEXTOS ATÉ OS DIAS ATUAIS, DEMONSTRA A FORÇA SIMBÓLICA QUE O RÁDIO ADQUIRIU JUNTO AOS FÃS DO ESPORTE. PARTE DESSE FASCÍNIO PODE SER EXPLICADA PELA CAPACIDADE ÚNICA DA LINGUAGEM RADIOFÔNICA DE ESTIMULAR A IMAGINAÇÃO DO OUVINTE. COMO OBSERVA GISELA ORTRIWANO, AS NARRAÇÕES ESPORTIVAS POSSIBILITAM UMA PODEROSA CRIAÇÃO DE "IMAGENS MENTAIS". DESSA FORMA, CADA LANCE DESCRITO PELO NARRADOR GANHAVA VIDA NA MENTE DO TORCEDOR, QUE CONSTRUÍA SEU PRÓPRIO ESPETÁCULO A PARTIR DAS PALAVRAS QUE SAÍAM DO APARELHO. MAIS DO QUE RELATAR
----------------------------	--

TEC: áudio histórico gol baltazar TEC: AUDIO GOL DO URUGUAI	ACONTECIMENTOS, O RÁDIO TRANSFORMAVA PARTIDAS DE FUTEBOL EM EXPERIÊNCIAS EMOCIONAIS, APROXIMANDO MILHÕES DE BRASILEIROS DE UM ESPORTE QUE, AOS POUCOS, SE CONSOLIDAVA COMO UM DOS PRINCIPAIS ELEMENTOS DA IDENTIDADE NACIONAL. ALÉM DOS FATORES JÁ MENCIONADOS, OUTROS ACONTECIMENTOS HISTÓRICOS FORAM FUNDAMENTAIS PARA FORTALECER A RELAÇÃO ENTRE O RÁDIO E O FUTEBOL NO BRASIL. ENTRE ELES, DESTACA-SE A COPA DO MUNDO, UM DOS MAIORES EVENTOS ESPORTIVOS E CULTURAIS DO PLANETA. FOI POR MEIO DAS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS QUE MILHÕES DE BRASILEIROS PUDEAM ACOMPANHAR OS MOMENTOS MAIS MARCANTES DA TRAJETÓRIA DA SELEÇÃO NACIONAL, CRIANDO UMA CONEXÃO EMOCIONAL SEM PRECEDENTES ENTRE O PÚBLICO E O ESPORTE. O IMPACTO DESSA RELAÇÃO SE TORNOU EVIDENTE, ESPECIALMENTE ENTRE AS DÉCADAS DE 1950 E 1960. NOS ANOS 50, O PAÍS VIVEU UMA DE SUAS MAIORES FRUSTRAÇÕES ESPORTIVAS COM A DERROTA NA FINAL DA COPA DO MUNDO, EPISÓDIO QUE FICARIA ETERNIZADO COMO O "MARACANAZO".
---	--

TEC:jingle áudio taça do mundo	A COMOÇÃO NACIONAL, PROVOCADA PELO RESULTADO, DEMONSTROU QUE O FUTEBOL JÁ OCUPAVA UM ESPAÇO IMPORTANTE NO IMAGINÁRIO COLETIVO BRASILEIRO. O RÁDIO FOI O PRINCIPAL RESPONSÁVEL POR LEVAR ESSA EMOÇÃO AOS QUATRO CANTOS DO PAÍS, PERMITINDO QUE PESSOAS DE DIFERENTES REGIÕES COMPARTILHASSEM O MESMO SENTIMENTO DE TRISTEZA E DECEPÇÃO. POUCOS ANOS DEPOIS, VIERAM AS CONQUISTAS DOS MUNDIAIS DE 1958 E 1962. AS VITÓRIAS DA SELEÇÃO BRASILEIRA TRANSFORMARAM O FUTEBOL EM UM SÍMBOLO DE ORGULHO NACIONAL E CONTRIBUÍRAM PARA CONSOLIDAR SUA POSIÇÃO COMO ELEMENTO CENTRAL DA IDENTIDADE CULTURAL DO PAÍS. NOVAMENTE, O RÁDIO DESEMPENHOU PAPEL FUNDAMENTAL NESSE PROCESSO. AS NARRAÇÕES EMOCIONADAS DOS JOGOS APROXIMARAM A POPULAÇÃO DOS FEITOS DA EQUIPE BRASILEIRA E AJUDARAM A CONSTRUIR A IMAGEM HEROICA DE JOGADORES QUE SE TORNARIAM ÍDOLOS ETERNOS. ENTRE ESSES NOMES, DESTACOU-SE PELÉ, CUJA ASCENSÃO COINCIDIU COM UM PERÍODO DE GRANDE POPULARIDADE DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS. ASSIM, MAIS DO QUE INFORMAR RESULTADOS, AS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS
---------------------------------------	--

tec: Antonio Carlos TEC: Vozes das Copas MIS	CONTRIBUÍRAM PARA CRIAR MEMÓRIAS COLETIVAS E FORTALECER O SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO EM TORNO DA SELEÇÃO BRASILEIRA. DESSA FORMA, AS COPAS DO MUNDO NÃO APENAS AMPLIARAM O INTERESSE PELO FUTEBOL, MAS TAMBÉM REFORÇARAM A IMPORTÂNCIA DO RÁDIO COMO MEDIADOR DESSA PAIXÃO. EM UM PERÍODO EM QUE A TELEVISÃO AINDA POSSUÍA ALCANCE LIMITADO, ERA PELO SOM DAS NARRAÇÕES QUE O PAÍS CHORAVA DERROTAS, CELEBRAVA TÍTULOS E CONSTRUÍA SUA RELAÇÃO AFETIVA COM O ESPORTE. 3 DEMOCRATIZAÇÃO E IMPACTO DO ESPORTE PELA RÁDIO HÁ QUEM DIGA QUE FUTEBOL É BOBAGEM. QUE SÃO APENAS VINTE E DOIS HOMENS CORRENDO ATRÁS DE UMA BOLA DURANTE NOVENTA MINUTOS. PARA QUEM VÊ DE FORA, TALVEZ PAREÇA MESMO DIFÍCIL ENTENDER TAMANHA PAIXÃO. MAS O FUTEBOL NUNCA FOI APENAS UM ESPORTE.. PARA MUITOS, ELE É A CONVERSA QUE APROXIMA PAI E FILHO DEPOIS DE UM DIA
--	--

	INTEIRO DE SILÊNCIO. É O MOTIVO QUE REÚNE A FAMÍLIA AO REDOR DA MESA AOS DOMINGOS. É A LEMBRANÇA QUE PERMANECE VIVA DE UM AVÔ QUE JÁ PARTIU, MAS QUE CONTINUA PRESENTE A CADA GOL DO TIME QUE ENSINOU OS NETOS A AMAR. É UM MOMENTO PARA ESQUECER DAS DIFICULDADES DA VIDA, SE DIVERTIR E CELEBRAR. O FUTEBOL GUARDA MEMÓRIAS, CRIA LAÇOS E ATRAVESSA GERAÇÕES. E, DURANTE MUITO TEMPO, FOI O RÁDIO QUEM CARREGOU TUDO ISSO. MAIS DO QUE TRANSMITIR PARTIDAS, ELE TRANSMITIA EMOÇÕES. REUNIA FAMÍLIAS INTEIRAS EM VOLTA DE UM PEQUENO APARELHO, ENQUANTO VOZES APAIXONADAS DESCREVIAM LANCES QUE CADA OUVINTE COMPLETAVA COM A PRÓPRIA IMAGINAÇÃO. ERA COMUM VER PAIS, FILHOS, AVÓS E VIZINHOS DIVIDINDO O MESMO ESPAÇO, TODOS COM OS OUVIDOS ATENTOS E O CORAÇÃO ACELERADO. O RÁDIO NÃO APENAS NARRAVA O FUTEBOL; ELE CONECTAVA PESSOAS. TRANSFORMAVA UM SIMPLES JOGO EM UM MOMENTO DE UNIÃO, EM UMA MEMÓRIA COMPARTILHADA QUE PERMANECIA VIVA POR MUITOS ANOS. TALVEZ SEJA POR ISSO QUE O FUTEBOL E O RÁDIO TENHAM CAMINHADO TÃO BEM JUNTOS. UM OFERECIA A EMOÇÃO, O OUTRO
--	--

tec: Márcio Guerra	LHE DAVA VOZ. E, DESSA PARCERIA, NASCEU UMA DAS MAIS BELAS TRADIÇÕES DA CULTURA BRASILEIRA: A DE UM POVO QUE APRENDEU A SONHAR, VIBRAR E SE EMOCIONAR AO SOM DE UMA NARRAÇÃO ESPORTIVA. A PARTIR DESSE SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO CONSTRUÍDO EM TORNO DO FUTEBOL, TORNA-SE POSSÍVEL OBSERVAR UM DOS IMPACTOS MAIS SIGNIFICATIVOS DAS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS NO BRASIL: A EXPANSÃO DAS TORCIDAS PARA ALÉM DOS LIMITES GEOGRÁFICOS DE SEUS CLUBES DE ORIGEM. O RÁDIO NÃO APENAS POPULARIZOU O ESPORTE, MAS TAMBÉM AJUDOU A CONSTRUIR IDENTIDADES COLETIVAS QUE ULTRAPASSARAM FRONTEIRAS REGIONAIS E APROXIMARAM MILHÕES DE BRASILEIROS DE EQUIPES LOCALIZADAS A CENTENAS OU ATÉ MILHARES DE QUILOMETROS DE DISTÂNCIA. ESSE FENÔMENO PODE SER OBSERVADO NA AMPLA PRESENÇA DE TORCEDORES DE CLUBES CARIOCAS E PAULISTAS EM DIFERENTES REGIÕES DO PAÍS. NO NORDESTE, POR EXEMPLO, SEGUNDA REGIÃO MAIS POPULOSA DO BRASIL SEGUNDO O CENSO DE 2023 DO IBGE, PESQUISAS DE OPINIÃO APONTAM O FLAMENGO COMO O CLUBE DE MAIOR TORCIDA, SEGUIDO PELO
---------------------------	--

TEC: Hino do Flamengo 1932	CORINTHIANS. ESSES NÚMEROS DEMONSTRAM QUE A IDENTIFICAÇÃO CLUBÍSTICA NÃO ESTÁ NECESSARIAMENTE LIGADA À LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA, MAS TAMBÉM AOS PROCESSOS HISTÓRICOS E MEDIÁTICOS QUE APROXIMARAM DETERMINADOS CLUBES DO COTIDIANO DA POPULAÇÃO. GRANDE PARTE DESSA INFLUÊNCIA ESTÁ RELACIONADA À POPULARIZAÇÃO DO RÁDIO A PARTIR DAS DÉCADAS DE 1930 E 1940, COMO ANTES CITADO. EM UM PERÍODO EM QUE O ACESSO À INFORMAÇÃO ERA LIMITADO E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO ESTAVAM CONCENTRADOS NOS GRANDES CENTROS URBANOS, AS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS LEVARAM PARA TODO O TERRITÓRIO NACIONAL NOTÍCIAS, NARRAÇÕES ESPORTIVAS E CONTEÚDOS PRODUZIDOS PRINCIPALMENTE NO EIXO RIO-SÃO PAULO. NESSE CONTEXTO, ALGUNS CLUBES SOUBERAM APROVEITAR DE MANEIRA ESTRATÉGICA AS OPORTUNIDADES OFERECIDAS PELA EXPANSÃO DA RADIODIFUSÃO. O CASO MAIS EMBLEMÁTICO É O DO FLAMENGO. DURANTE A DÉCADA DE 1930, O CLUBE DESENVOLVEU AÇÕES DE DIVULGAÇÃO QUE COINCIDIRAM COM A EXPANSÃO DO RÁDIO E COM A CRESCENTE CENTRALIZAÇÃO POLÍTICA E CULTURAL DO PAÍS.
--	--

tec: sonora Marcio

BENEFICIADO POR ESTAR SEDIADO NA ENTÃO CAPITAL FEDERAL, O FLAMENGO AMPLIOU SUA EXPOSIÇÃO NACIONAL POR MEIO DAS TRANSMISSÕES DA RÁDIO NACIONAL E DE CAMPANHAS QUE ASSOCIAVAM SUA IMAGEM À IDENTIDADE BRASILEIRA. SLOGANS COMO "FLAMENGO É O BRASIL" E "FLAMENGO, O TIME DA PÁTRIA" REFORÇAVAM ESSA CONEXÃO SIMBÓLICA E CONTRIBUÍAM PARA APROXIMAR O CLUBE DE TORCEDORES ESPALHADOS POR DIFERENTES REGIÕES.

DESSA FORMA, O RÁDIO NÃO APENAS LEVOU O FUTEBOL PARA DENTRO DOS LARES BRASILEIROS, MAS TAMBÉM DESEMPENHOU UM PAPEL DECISIVO NA FORMAÇÃO DAS GRANDES TORCIDAS NACIONAIS. AO TRANSMITIR PARTIDAS, NARRAR CONQUISTAS E CONSTRUIR HISTÓRIAS QUE MOBILIZAVAM EMOÇÕES COLETIVAS, O MEIO AJUDOU A TRANSFORMAR CLUBES REGIONAIS EM MARCAS DE ALCANCE NACIONAL, FENÔMENO QUE AINDA PODE SER OBSERVADO NO FUTEBOL BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO.

4. O LEGADO DO RÁDIO ESPORTIVO E SUA INFLUÊNCIA NA MÍDIA ATUAL

FONTES: HISTORIADOR

AO ANALISAR A PERMANÊNCIA DO RÁDIO NO CENÁRIO CULTURAL BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO, UM ASPECTO CHAMA ATENÇÃO: ENTRE OS DIVERSOS GÊNEROS

tec: sonora Marcio	RADIOFÔNICOS QUE MARCARAM A CHAMADA "ERA DE OURO" DA RADIODIFUSÃO — COMO O RADIOTEATRO, AS RADIONOVELAS, OS PROGRAMAS MUSICAIS E OS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO — POUCOS CONSEGUIRAM SOBREVIVER ÀS TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS OCORRIDAS AO LONGO DO SÉCULO XX. NESSE CONTEXTO, O RÁDIO CONSOLIDOU-SE COMO UM DOS MEIOS PREFERIDOS PARA ACOMPANHAR PARTIDAS, CRIANDO TRADIÇÕES QUE PERMANECEM VIVAS ATÉ OS DIAS ATUAIS. MESMO COM A POPULARIZAÇÃO DA TELEVISÃO A PARTIR DA DÉCADA DE 1950 E, POSTERIORMENTE, DA INTERNET E DAS PLATAFORMAS DIGITAIS, MUITOS TORCEDORES CONTINUARAM ACOMPANHANDO OS JOGOS PELAS TRANSMISSÕES RADIOFÔNICAS. SEJA NO CARRO, DURANTE O TRABALHO, NO TRANSPORTE PÚBLICO OU DENTRO DOS PRÓPRIOS ESTÁDIOS, O RÁDIO MANTEVE CARACTERÍSTICAS QUE O DIFERENCIAM DE OUTROS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: MOBILIDADE, IMEDIATISMO E PROXIMIDADE COM O PÚBLICO.
tec: Sonora Antonio Carlos	A PERMANÊNCIA DO RÁDIO ESPORTIVO TAMBÉM ESTÁ DIRETAMENTE LIGADA À EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DO PRÓPRIO MEIO. ATUALMENTE, NÃO É MAIS NECESSÁRIO

VH FICHA TÉCNICA 15”	UTILIZAR EXCLUSIVAMENTE APARELHOS RECEPTORES TRADICIONAIS PARA ACOMPANHAR UMA TRANSMISSÃO. OS CONTEÚDOS RADIOFÔNICOS ESTÃO PRESENTES NA INTERNET, EM APLICATIVOS, PLATAFORMAS DE STREAMING, REDES SOCIAIS E CANAIS DE VÍDEO, INCORPORANDO IMAGENS, RECURSOS GRÁFICOS E DIFERENTES FORMATOS MULTIMÍDIA. ASSIM, EMBORA A TECNOLOGIA TENHA TRANSFORMADO PROFUNDAMENTE OS HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA, O RÁDIO ESPORTIVO DEMONSTROU UMA NOTÁVEL CAPACIDADE DE ADAPTAÇÃO. AO UNIR TRADIÇÃO E INOVAÇÃO, CONSEGUIU PRESERVAR SUA ESSÊNCIA E CONTINUAR DESEMPENHANDO UM PAPEL RELEVANTE NA FORMA COMO MILHÕES DE BRASILEIROS ACOMPANHAM E VIVENCIAM O FUTEBOL. ESTE PROGRAMA FOI PRODUZIDO COMO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO, EM 2026. COM AS PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS DOS JORNALISTAS ANTONIO CARLOS E MÁRCIO GUERRA, APRESENTAÇÃO, PRODUÇÃO E EDIÇÃO POR FELIPE HANSON . APOIO TÉCNICO: THIAGO CALDEIRA. ORIENTAÇÃO: PROFESSORA JULIANA GOBBI.
-----------------------------	--

VH ENCERRAMENTO 10"	
---------------------	--