



Futebol nas redes sociais digitais: as emissoras de rádio *all news* de Fortaleza na era das transmissões de jogos via *streaming*

Bruno Balacó¹.

Universidade Federal do Ceará (UFC)²

Resumo: O artigo traz a proposta de mostrar a tendência recente das emissoras de rádio *all news* de Fortaleza-CE em expandir a transmissão de jogos de futebol para além do *dial* do FM e do AM passando agora a exibi-los também em tempo real pelas redes sociais digitais, através do *Facebook* e do *Youtube*, utilizando *lives* via *streaming*. Serão analisadas as três emissoras que atuam no segmento noticioso na capital cearense: O Povo CBN, Tribuna Band News e Jovem Pan News. Amparada nos conceitos de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e rádio hipermediático (LOPEZ, 2010), a pesquisa conta com metodologia baseada em entrevistas com profissionais das rádios estudadas e análise de conteúdo dos arquivos digitais das emissoras.

Palavras-chave: rádio; radiojornalismo; futebol; redes sociais digitais; transmissões; streaming.

1. Introdução

Desde que começou a se firmar como mídia de comunicação no mercado brasileiro, na década de 1930, o rádio vem sendo impactado por sucessivas transformações tecnológicas que alteram a produção, emissão e a recepção dos conteúdos transmitidos pelo veículo. Nesta última década, uma das tendências que vem reconfigurando o novo

¹ Mestrando em Comunicação do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Graduado em Jornalismo pela Universidade de Fortaleza (Unifor) e pós-graduado em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Estácio. E-mail: brunoandersonfb@gmail.com.

² Orientado pelo prof. Dr. Edgard Patrício (UFC).

jeito de fazer rádio é o potencial de espalhamento de conteúdos radiofônicos para além das ondas hertzianas do AM/FM, sobretudo através das plataformas digitais. Dentro dessa perspectiva e amparado pelos conceitos de rádio hipermediático (Lopez, 2010) e expandido (Kischinhevsky, 2016), este estudo tem como objetivo mostrar de que maneira as três emissoras de rádio do segmento de *all news* de Fortaleza – O Povo CBN, Tribuna Band News e Jovem Pan News - estão experimentando a transmissão de jogos de futebol nas redes sociais digitais, através de *lives* via *streaming*, ou seja, com veiculação em fluxo contínuo pela internet. Trata-se de uma iniciativa ainda embrionária, que dá os primeiros passos, mas já mostra bons resultados de engajamento e audiência.

Além de um levantamento bibliográfico, essa pesquisa é embasada metodologicamente em entrevistas com profissionais das rádios estudadas, de modo a compreender a repercussão das primeiras transmissões realizadas com áudio da rádio veiculado pelas nas redes sociais por meio de *streaming*. Também foi realizada uma análise de conteúdo dos arquivos digitais das emissoras nas redes sociais analisadas, no caso, *Facebook* e *Youtube*. De caráter exploratório e qualitativo, essa pesquisa mapeou informações sobre o início dessas transmissões nas emissoras. O trabalho também envolveu a coleta de dados com métricas de audiência e alcance, como número de visualizações, curtidas e compartilhamentos das transmissões. Como recorte temporal, a amostra analisada levou em conta a produção realizada pelas três emissoras durante o primeiro semestre de 2019, até mesmo por se tratar de uma iniciativa recente, que só passou a ser explorada nos últimos meses pelos veículos locais.

Para entender o percurso que o rádio fez para chegar até as transmissões de jogos via *streaming*, iniciamos essa produção com um apanhado histórico das irradiações esportivas de futebol no Brasil.

2. A evolução das transmissões de jogos no rádio brasileiro

O marco inaugural das transmissões radiofônicas de jogos no Brasil nos remete ao dia 19 de julho de 1931, quando a Rádio Sociedade Educadora Paulista irradiou, ao vivo e de forma integral, a partida entre as seleções de São Paulo e do Paraná, válida pelo VIII Campeonato Brasileiro de Futebol. A jornada esportiva foi conduzida direta-

mente do local de jogo, o campo da Chácara Paulista, em São Paulo. Coube a Nicolau Tuma³ a primazia de narrar a partida.

Diferente dos dias de hoje, em que as narrações feitas *in loco* são realizadas em locais específicos nas praças esportivas, como as cabines de rádio, na década de 1930 os narradores costumavam fazer suas transmissões nas arquibancadas. Esse cenário dificultava a vida do narrador, que tinha o som de sua locução abafado pelo barulho dos torcedores. Nesse ponto, chama atenção a iniciativa de Ary Barroso, da Rádio Nacional, que para driblar o ruído da torcida assoprava uma gaita, antes de soltar o grito de gol. Um detalhe que não só virou sua marca, como lhe rendeu o apelido de *speaker da gaitinha*.

Além das arquibancadas, as narrações de jogos também eram feitas muitas vezes em locais improvisados, como galinheiros e telhados de casas vizinhas aos gramados. (KLÖCKNER e PRATA, p. 45, 2011).

À medida que as narrações esportivas diretas foram se tornando sistemáticas, as transmissões foram evoluindo, com a busca de melhoria nos equipamentos externos. Um marco desse período foi a 1ª transmissão esportiva de alcance nacional, realizada em 1938, quando Gagliano Neto narrou diretamente da França os jogos da Copa do Mundo de futebol daquele ano, para uma cadeia das Emissoras Byington, formada por duas rádios de São Paulo e outras duas do Rio de Janeiro. “A iniciativa foi considerada, por jornais da época, como um grande passo para a radiodifusão brasileira”. (SOARES, p. 33, 1994).

Na década de 1940, a cobertura de esportes se consolidou na programação radiofônica. Merece destaque especial a atuação da Rádio Panamericana, de São Paulo, responsável por criar o primeiro departamento esportivo do rádio brasileiro, sob a gestão de Paulo Machado de Carvalho Filho. Entre as ações pioneiras, a “Emissora dos Esportes”, como ficou conhecida, criou um novo modelo de transmissão, em que o narrador ganhou a companhia do comentarista e do repórter nas jornadas esportivas. Outro diferencial foi a criação do Plantão Esportivo, em 1948, modernizando a coleta de resultados dos jogos. O sucesso da Panamericana inspirou que outras emissoras a também in-

³ Nicolau Tuma (1911 – 2006) era conhecido na crônica esportiva como *speaker* (em tradução do inglês, locutor) metralhadora, por seu estilo de fala rápida e detalhista, em que chegava a narrar 250 palavras por minuto.

vestissem na transmissão de jogos de futebol. “A rivalidade foi benéfica para o meio esportivo radiofônico, visto que elevou o nível dos profissionais e abriu mais espaços, além de qualificar a programação das emissoras. Com isso, os profissionais foram valorizados”. (KLÖCKNER e PRATA, p. 46, 2011)

Nas três décadas seguintes, a simbiose entre rádio e futebol deslanchou graças, sobretudo, ao êxito da seleção brasileira de futebol, que conquistou três títulos de Copa do Mundo no período, em 1958, 1962 e em 1970, mobilizando grandes coberturas, atraindo verbas publicitárias e resultando em audiências expressivas nas transmissões dos jogos. Além da forte concorrência entre as emissoras, outro fator forçou as emissoras de rádio a buscarem alternativas para seguirem competitivas: a chegada da TV no Brasil, que impulsionou uma reinvenção no modelo de transmissão de jogos. Para fazer frente à televisão, o rádio investiu mais em tecnologia e passou a explorar mais o imaginário do ouvinte. “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 de futebol mais atraente e mais emocionante”. (SOARES, p. 74, 1994).

A década de 1980 é marcada pela popularização das transmissões de jogos em emissoras FM, que passam a acompanhar cada vez mais de perto os clubes nos principais campeonatos de futebol do País. Esse período também ficou marcado pelo “fortalecimento das redes de rádio com a popularização das transmissões via satélite”. (FERRETTI, p. 166, 2001).

Na década de 1990, com a chegada da TV a cabo, vários canais especializados em esporte começaram a transmitir jogos de futebol ao vivo. Esse cenário influenciou que muitas emissoras de rádio, por questões de praticidade e economia de custos, deixassem de enviar equipes aos estádios e passassem a transmitir jogos de futebol pela imagem da TV, em prática que ficou conhecida como *narração off tube* ou simplesmente tubo. Uma prática que se tornou sistemática. A jornada esportiva, nesse caso, é feita geralmente com o narrador e o comentarista no estúdio da rádio, enquanto que o repórter é o único que está presente no local do jogo. Essa prática também recorrente nas emissoras de TV. (JUNG, 2004).

3. O rádio multimidiático e expandido nas plataformas digitais

Ao longo de sua história, o rádio se mostrou um veículo em constante reinvenção e que se adaptou ao surgimento de novos meios de comunicação. Entre tantas mutações sofridas nos últimos anos, duas inovações tecnológicas, segundo Ferraretto (2012), foram fundamentais para a configuração das rotinas no modo de fazer jornalismo no rádio até os dias de hoje: o uso do telefone celular e a internet, que passou a operar comercialmente no Brasil em 1995. A partir desse cenário, conforme o mesmo autor, o rádio entra na fase de convergência, que expressa a “consciência em nível empresarial da aproximação entre comunicação de massa, informática e telecomunicações, corporificada, no caso do rádio comercial, na disponibilização de conteúdo radiofônico para além das ondas eletromagnéticas”. (FERRARETTO, 2012)

A internet, de modo especial, potencializou os trabalhos de produção, interação com o ouvinte e distribuição dos conteúdos através de sites de redes sociais que começam a surgir no final dos anos 1990 e se popularizam ao redor do mundo no início dos anos 2000, na chamada Era Web 2.0, que é a segunda geração de comunidades e serviços oferecidos na internet.

Ao surgirem no ciberespaço, os sites de redes sociais rapidamente se tornaram a principal representação no ambiente digital para as relações sociais que antes existiam apenas no ambiente *off-line*. Essas relações são estabelecidas pelas conexões de interatividade promovidas nas plataformas digitais, tais como *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*.

Ao mesmo tempo em que as redes sociais consolidam novos espaços de interação no ambiente digital, elas agregam valor aos meios de comunicação a partir do momento em que são utilizadas como ferramentas para o aumento da distribuição e do alcance das mensagens. No que diz respeito ao rádio, esse novo cenário possibilita a propagação de seus conteúdos para além das ondas sonoras, chegando aos sites de redes sociais digitais. Um conceito que ilustra bem esse contexto vivido pelo veículo é o de “rádio hipermidiático”, definido como sendo aquele que “vai além da transmissão em antena, ampliando sua produção através da internet e dos dispositivos de rádio digital, mas que ainda mantém a sua raiz no conteúdo sonoro”. (LOPEZ, 2010).

Além de hipermediático, entendemos o novo rádio como sendo também um veículo expandido, pegando emprestado o termo difundido no meio acadêmico por Kischinevsky (2016):

Para complexificar ainda mais nosso objeto, é preciso definir o rádio como um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites de jornais, os portais de música. A escuta se dá em AM/FM, ondas curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via streaming) ou sob demanda (*podcasting* ou através de busca de arquivos em diretórios). Se o transístor já havia deslocado o rádio para a sala de estar, empurrando-o para o quarto, a cozinha e as ruas, agora o rádio a pilha tem novos companheiros, que permite não apenas a escuta em múltiplos ambientes e temporalidades, mas também a produção, a edição e a veiculação de áudios com agilidade crescente e muitas vezes sem fronteiras. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 13 e 14).

Entre as possibilidades de absorção das potencialidades das redes sociais digitais pelo rádio, está a realização de transmissões de conteúdos por meio de *lives*, utilizando *streaming* de áudio e vídeo. É sobre o investimento nessa tendência dentro do segmento do rádio esportivo que falaremos na sequência, nos detendo especificamente à transmissão de jogos de futebol pelas redes sociais.

5. As transmissões de jogos por sites de redes sociais via *streaming*

O ‘transbordamento’ do rádio em transmissões esportivas nas mídias sociais se tornou realidade entre o final de 2015 e o início de 2016, quando sites como *Twitter*, *Facebook* e *Youtube* lançaram suas ferramentas de *streaming*, que é a tecnologia que permite a transmissão em tempo real de dados de áudio e vídeo pela internet. O *Twitter* saiu na frente lançando o *Periscope*. Em seguida, o *Facebook* inaugurou a ferramenta *Live*, que permite transmissões ao vivo como publicações na linha do tempo dos usuários. Por último, já em 2016, foi a vez do *Youtube* liberar sua ferramenta de *live*. Nos três casos, durante a transmissão é possível acompanhar o número de usuários que está assistindo. Também é possível a leitura em tempo real dos comentários. Ao final da gravação, a *live* fica arquivada no perfil o usuário.

Diante do surgimento dessas novas ferramentas, as emissoras de rádio logo se apropriaram dessa funcionalidade para fazerem transmissões ao vivo pela internet com imagens, captadas a partir de câmeras e webcams instaladas em estúdios, além de ambi-

entes externos às emissoras, como em cabines de rádio dos estádios. Uma das iniciativas pioneiras e também de maior êxito da mídia radiofônica brasileira é a da Jovem Pan, que desde 2016 realiza transmissões diárias de sua programação em *live streaming* em suas contas no *Facebook* e no *Youtube*, com um modelo que traz elementos semelhantes aos adotados pelas emissoras de TV, com enquadramento, jogo de câmeras e apresentadores olhando para a câmera enquanto fazem suas locuções. (RANGEL, 2018).

Na área esportiva, a transmissão de jogos de futebol pela Jovem Pan no *Youtube* é um *case* nacional, através do canal Jovem Pan Sports, que em maio de 2019 superou a marca de um milhão de usuários inscritos. Além disso, o perfil da emissora contabiliza mais de 270 milhões visualizações em suas postagens e um bilhão de minutos assistidos no site de plataforma de vídeos⁴. A título de exemplo, só o vídeo da transmissão do jogo de volta da semifinal do Campeonato Paulista de 2019 entre Santos e Corinthians, no estádio do Pacamebu, gerou 2,7 milhões de visualizações. Por meio do canal, além da transmissão de jogos com áudio original da rádio AM/FM, também são publicados vídeos com comentários e programas esportivos da versão radiofônica da emissora, assim como narrações de gols e conteúdo esportivo exclusivo para a web.

Em relação ao formato, a Jovem Pan adota um modelo de transmissão de jogos pelas redes sociais em que o foco não está em mostrar os lances do jogo em campo, uma vez que a emissora não possui os direitos de transmissão da partida com imagens. Dessa forma, a câmera fica posicionada de modo a mostrar a equipe esportiva em ação durante a jornada, captando reações, como a do momento dos gols.

Nesse tipo de transmissão, tanto a da Jovem Pan quanto a das demais emissoras, a gravação da jornada esportiva fica disponível para acesso no canal do *Youtube* e é arquivada nos perfis dos usuários no *Facebook*. O material também pode ser incorporado e compartilhado por qualquer portal ou site. Diante disso, as emissoras podem medir o alcance de suas transmissões basicamente de três formas: pela audiência obtida pelo *dial* das ondas radiofônicas – em dados fornecidos por institutos de pesquisa, como o IBOPE, pela soma das visualizações nos vídeos de sites das redes sociais *Facebook*,

⁴ Canal ‘Jovem Pan Sports’ ultrapassa 1 milhão de inscritos no Youtube. Disponível em <https://jovempan.uol.com.br/esportes/canal-jovem-pan-sports-ultrapassa-1-milhao-de-inscritos-no-youtube.html>. Acesso em 10 de junho de 2019.

Twitter e *Youtube*, além da soma das visualizações via *streaming* da rádio que fica disponível no site oficial da emissora e em players de agregadores de conteúdo como *Rádios.com.br* e o *Tudoradio.com*.

Diferente das emissoras de TV, que precisam desembolsar cotas milionárias para exibir ao vivo os jogos de futebol, as rádios transmitem as partidas de campeonatos locais e nacionais de forma gratuita. Isso porque a legislação que regulamenta o esporte e faz alusão ao direito de negociação da transmissão dos eventos esportivos no Brasil, a Lei 9.615/98 (conhecida como Lei Pelé), aborda apenas a questão da imagem na transmissão dos jogos de futebol, sem nada mencionar sobre transmissão de áudio ou voz. Já para as grandes competições esportivas, como Copa do Mundo, apenas as empresas radiofônicas que comprem os direitos de transmissão dos jogos podem irradiar as partidas. No caso da Copa, a FIFA (Federação Internacional de Futebol), que organiza a competição, prevê em seu estatuto um “artigo que lhe confere o direito de exclusividade de radiodifusão e transmissão dos eventos sob sua jurisdição”. (BONIN, CAPRARO, MAOSKI e MEZZADRI, 2016)

6. As emissoras de rádio *all news* de Fortaleza

Das 25 emissoras⁵ de rádio AM e FM com atuação na cidade de Fortaleza, três integram o segmento de *all news*, com programação 24 horas voltadas para conteúdos noticiosos, que é a amostra que nos interessa neste artigo. São elas: O Povo CBN, que opera com programação espelhada no FM 95.5 e no AM 1010; a Jovem Pan News Fortaleza, sintonizada no FM 92.9; e a Tribuna Band News, que opera no FM 101.7.

A O Povo CBN faz parte do sistema de rádios do Grupo de Comunicação O POVO. A emissora é a pioneira no Estado no segmento exclusivamente noticioso, com quase 40 anos de atividade no mercado radiofônico local. Lançada como ‘FM do Povo’, a emissora FM 95.5 foi inaugurada em 1980. Ao longo de sua trajetória, integrou a Rede Nacional de Rádio Cidade e a Rádio Jovem Pan na década de 1990, foi afiliada da Rádio Globo nos anos 2000 e, desde 2005, integra a Rede CBN (Central Brasileira de Notícias). Já a estação que opera no AM 1010 foi inaugurada no dia 25 de março de

⁵ Segundo dados repassados ao autor do artigo pela Associação Cearense de Emissoras de Rádio e Televisão (ACERT).

1982, com o nome de “AM do Povo”. Também, desde 2005, retransmite em grande parte do dia a programação da Rede CBN.

A rádio O Povo CBN realiza transmissões de partidas de futebol de forma regular desde o dia 10 de janeiro de 1994, quando lançou sua equipe esportiva, intitulada de ‘Timão de Povo’ – denominação que segue sendo usada até os dias de hoje.

Depois de atuar por mais de 30 anos sozinha no segmento de *all news* no rádio fortalezense, a O Povo CBN ganhou a companhia da Tribuna Band News, que foi lançada no dia 11 de março de 2013. A emissora, vinculada ao Sistema Jangadeiro de Comunicação, opera na frequência FM 101.7, afiliada da rede Band News FM, que tem sede em São Paulo. A Tribuna Band News também transmite ao vivo os principais jogos dos clubes do futebol cearense, em rede com a rádio Jangadeiro FM (FM 88.9) – pertencente ao mesmo Grupo - que, por sua vez, possui uma rede de afiliadas dentro do Ceará. Dessa forma, as transmissões da Tribuna Band News possuem alcance no FM em diferentes regiões do Estado, o que se configura um diferencial em relação às suas concorrentes do setor, que operam como estações de alcance apenas na Região Metropolitana de Fortaleza.

Novata entre as emissoras locais do segmento de *all news*, a Jovem Pan News Fortaleza, que pertence ao Grupo Cidade de Comunicação, começou a operar no dia 14 de junho de 2018, na frequência FM 92.9, se tornando a 20ª afiliada da rede Jovem Pan News, que tem sua base instalada em São Paulo.

A programação da emissora segue os mesmos moldes de suas concorrentes do segmento no Estado, com predomínio de retransmissão do noticiário da Rede. As transmissões de jogos de futebol são feitas em cadeia com a rádio AM Cidade (AM 860), também pertencente ao Grupo Cidade de Comunicação.

7. Análise das emissoras

Como recorte temporal, a pesquisa mapeou as transmissões de jogos de futebol através do *Facebook* e do *Youtube* ao longo do primeiro semestre de 2019 nas três emissoras de rádio *all news* de Fortaleza: O Povo CBN, Tribuna Band News e Jovem Pan News Fortaleza. Identificamos nessas experiências duas categorias de transmissão *streaming*: a) com áudio da rádio e tela fixa com arte gráfica e b) com áudio da rádio e imagens em vídeo da equipe transmitindo o jogo.

7.1 O Povo CBN

Em caráter experimental, a O Povo CBN lançou sua 1ª transmissão de jogo de futebol através das redes sociais no dia 10 de março de 2019, quando a emissora realizou uma *live* no *Facebook*, gerada no perfil do O POVO Online⁶, da partida Ceará 0x0 Fortaleza, válida pelo Campeonato Cearense. As imagens do *streaming* combinavam o áudio da transmissão da rádio, que ia ao ar nos prefixos FM 95.5 e AM 1.010, sincronizado com um vídeo, captado por webcam instalada na cabine de rádio do estádio, que mostrava narrador e comentarista em ação durante a jornada esportiva.

A transmissão pela rede social foi dividida em dois vídeos, cada um deles exibindo um dos tempos do jogo. Na época da exibição, a transmissão do 1º tempo atingiu mais de 11 mil visualizações, com 33.924 de pessoas alcançadas, além de 56 compartilhamentos e mais de 400 curtidas. Já a *live* do 2º tempo rendeu mais de 7,8 mil visualizações, além de 29.496 pessoas alcançadas, 22 compartilhamentos e 323 curtidas.

Ao longo do primeiro semestre de 2019, a O Povo CBN só realizou mais uma transmissão nesses moldes, no dia 8 de junho, no jogo Ceará 0x0 Bahia, realizado na Arena Castelão e válido pela 8ª rodada do Campeonato Brasileiro. Na ocasião, a *live* gerou mais de 16 mil visualizações, com 52.972 pessoas alcançadas, além de 43 compartilhamentos e 592 curtidas. A mesma partida também foi transmitida simultaneamente no *Youtube*, em conteúdo gerado no canal do O POVO Online. Essa iniciativa rendeu na época mais de 24 mil visualizações na transmissão, além de 310 curtidas.

Outras quatro partidas de futebol foram transmitidas no *Facebook* do O POVO Online nos primeiros seis meses do ano, mas dessa vez sem vídeo, apenas com imagem fixa de uma arte gráfica que fazia alusão ao jogo. Foram os seguintes jogos: Ceará 1x1 Fortaleza (no dia 17 de março, gerando 23 mil visualizações), Ceará 0x1 Fortaleza (no dia 21 de abril, resultando em 28 de mil visualizações), Botafogo-PB 0x1 Fortaleza (no dia 29 de maio, rendendo 9,4 mil visualizações) e Athletico-PR 1x0 Fortaleza (no dia 5 de junho, gerando 6,5 mil visualizações). O balanço das transmissões de jogos via *streaming* nas redes sociais pode ser verificado no quadro a seguir:

⁶ A O Povo CBN opta por gerar os áudios de streaming da rádio na conta do Facebook e no Youtube do O Povo Online, pertencente ao mesmo grupo de comunicação, visando atingir o maior número de pessoas possível, já que os perfis do O Povo Online contam com uma base bem maior de seguidores que os perfis da rádio nas redes sociais.

(Tabela 1) Transmissões via streaming na Tribuna Band News (Jan/Jun de 2019)

Plataforma	Técnica	Total
Facebook	Áudio da transmissão e tela com arte gráfica	4
Facebook	Áudio da rádio + imagens da equipe transmitindo o jogo	2
	Somatório das duas técnicas no Facebook	6
Youtube	Áudio da transmissão e tela com arte gráfica	1
Youtube	Áudio da rádio + imagens da equipe transmitindo o jogo	0
	Somatório das duas técnicas no Youtube	1
	Somatório das transmissões via Facebook e Youtube	7

Renílson Sousa, narrador da O Povo CBN e que esteve à frente das duas jornadas esportivas que a emissora realizou no semestre com vídeo na cabine de rádio, avaliou a experiência como satisfatória. O profissional aposta que a iniciativa tem todas as condições de emplacar daqui pra frente:

A repercussão das duas primeiras transmissões com imagens da cabine superou todas as nossas expectativas. Durante a jornada, nossa equipe técnica destacava que tinha muita gente ligada nas transmissões das redes sociais, interagindo, dizendo que estava longe, mas acompanhando a transmissão pelo *streaming*. E a gente lembrando na transmissão do rádio que estávamos ao vivo também no *Facebook* e no *Youtube*, que as pessoas poderiam interagir por lá. É um novo mundo. Tivemos também muitos retornos dos anunciantes. Quando a gente falava os nomes, logo eles avisavam por mensagem que estavam acompanhando também pela internet. Muita gente pode dizer que fica uma espécie de Big Brother [em alusão ao reality show da Rede Globo] do rádio, mas é tranquilo pra gente. Eu assino em baixo que continue. Quanto mais pudermos chegar a novos públicos, novos ouvintes, melhor. Isso só reforça a força do rádio, na minha opinião. (SOUSA, 2019)

7.2 Tribuna Band News

A Tribuna Band News foi a 1ª emissora do segmento de *all news* de Fortaleza a investir na transmissão de jogos via *streaming* pelas redes sociais. A iniciativa já é realizada com regularidade desde o segundo semestre de 2018 e, desde então, é executada em todas as partidas dos três principais clubes do futebol cearense: Ceará Sporting Club, Fortaleza Esporte Clube e Ferroviário Atlético Clube. As *lives* são geradas simultaneamente pelo *Facebook* e pelo *Youtube*, utilizando o perfil do Futebolês, que é a plataforma de esportes do Sistema Jangadeiro de Comunicação. Em todas as transmissões geradas com áudio da Tribuna Band News, a técnica utilizada é a mesma: sem vídeo e com arte gráfica fixa com informações da partida (escudo dos clubes, competição e horário de início do jogo). A peça gráfica destaca ainda o número do *WhatsApp* da emissora.

ra, um dos canais de interação do ouvinte-internauta com a emissora. Ao todo, foram 18 jogos transmitidos no primeiro semestre pelo *Facebook* e pelo *Youtube*.

Entre as *lives* realizadas no *Facebook*, destaque para a transmissão do jogo Fortaleza 0x0 Ferroviário, realizado na Arena Castelão, no dia 21 de fevereiro, e que rendeu 9,5 mil visualizações, 33 compartilhamentos e 295 curtidas. Já entre as transmissões do *Youtube*, a de maior êxito foi o duelo Fortaleza 4x0 Vitória, pelas quartas de final da Copa do Nordeste, realizado no dia 9 de abril de 2019, que contou com mais de 66 mil visualizações, além de 705 curtidas.

Vale registrar ainda que a Tribuna Band News realizou no dia 8 de junho de 2019 uma transmissão de jogo de futebol exclusiva para o *Youtube* do canal Futebolês⁷, exibindo o jogo Grêmio 1x0 Fortaleza. A operação contou com imagens do narrador e comentarista durante a jornada esportiva, gravada no estúdio multimídia da TV Jangadeiro, que pertence ao mesmo grupo de comunicação da Tribuna Band News.

A iniciativa, contudo, não entra na contagem do mapeamento das transmissões radiofônicas via *streaming*, uma vez que a veiculação contou com áudio e vídeo exclusivo do *Youtube*, sem ligação com o conteúdo gerado para a rádio, que no horário transmitia outra partida de clube cearense, o jogo Ceará 0x0 Bahia. Eis o balanço das transmissões da emissora no semestre:

(Tabela 2) Transmissões via streaming na Tribuna Band News (Jan/Jun de 2019)

Plataforma	Técnica	Total
Facebook	Áudio da transmissão e tela com arte gráfica	18
Facebook	Áudio da rádio + imagens da equipe transmitindo o jogo	0
	Somatório das duas técnicas no Facebook	18
Youtube	Áudio da transmissão e tela com arte gráfica	18
Youtube	Áudio da rádio + imagens da equipe transmitindo o jogo	0
	Somatório das duas técnicas no Facebook	18
	Somatório das transmissões via Facebook e Youtube	36

Por se tratar de uma ação sistemática, as transmissões de jogos pelas redes sociais na Tribuna Band News estão se consolidando como uma das marcas da cobertura esportiva do veículo, conforme destaca o *social media* da emissora Matheus Nunes, que é também um dos responsáveis por fazer as *lives* dos jogos irem ao ar:

⁷ O canal do Futebolês no *Youtube* reúne todas as transmissões esportivas do Sistema Jangadeiro, incluindo os programas de rádio, de TV e as jornadas esportivas do rádio.

Sabemos que tudo está interligado, a TV com as redes sociais e o rádio. As redes sociais são hoje o maior meio de interação com o público. A importância das nossas lives é justamente essa, pegar essa interação dos torcedores que estão assistindo o jogo e colocá-las no ar. Além de acompanharem ao jogo, eles querem aparecer de alguma forma no veículo, com comentário postado na rede social e que é contemplado na transmissão da rádio. Além disso, essa iniciativa representa uma audiência complementar, que pode ser medida ali na hora e que traz um retorno imediato, através de visualizações, curtidas, comentários, etc. (NUNES, 2019).

A emissora já trabalha com a possibilidade de experimentar também fazer transmissões de jogos pelas redes sociais diretamente dos estádios de futebol, com a câmera direcionada para narrador e comentarista, tal qual já fez este ano a O Povo CBN. De forma independente, em sua conta particular no *Facebook*, o narrador Alessandro Oliveira, da Tribuna Band News, já realiza narrações de jogos em vídeo *streaming*, diretamente das praças esportivas.

7.3 Jovem Pan News Fortaleza

Das três rádios *all news* da capital cearense, a Jovem Pan News Fortaleza foi a que aderiu por último às transmissões de jogos de futebol via *streaming* pelas redes sociais. A primeira experiência da emissora foi realizada no dia 25 de maio de 2019, no jogo Fortaleza 1x1 Vasco, realizado na Arena Castelão e válido pelo Campeonato Brasileiro. A transmissão foi veiculada na conta do *Youtube* da emissora, que conta com 2,8 mil seguidores. Ao todo, a publicação rendeu 2,5 mil visualizações, além de 51 curtidas. Vale destacar ainda a receptividade do público diante da inovação da empresa. “Gente, parabéns pela transmissão pelo canal Youtube”, diz uma das mensagens publicada na aba de comentários da transmissão da rede social.

Ao longo do semestre, a Jovem Pan News Fortaleza transmitiu outros quatro jogos pelo *Youtube*: Avaí 1x2 Ceará (no dia 27 de maio, rendendo 365 visualizações), Ceará 0x1 Santos (no dia 2 de junho, gerando 3,6 visualizações), Ceará 0x0 Bahia (8 de junho de 2019, com 459 visualizações) e Vasco 1x0 Ceará (no dia 13 de junho, com 281 visualizações). No *Facebook*, a emissora apareceu de forma mais tímida, com apenas uma transmissão gerada nos primeiros seis meses do ano, relativa ao jogo Vasco 1x0 Ceará, no dia 2 de junho, válido pelo Campeonato Brasileiro, que gerou 537 visualizações, 51 curtidas e 4 compartilhamentos

Assim como a Tribuna Band News, as *lives* da Jovem Pan News Fortaleza, tanto no *Facebook* quanto no *Youtube*, funcionam com a técnica de reprodução do áudio da transmissão da rádio, no FM 92.2, nas redes sociais, mas sem vídeo e imagens em movimentação nos estúdios. A imagem fixa na tela mostra informações básicas do jogo (escudos dos clubes e placar), além do número de *WhatsApp* na emissora, visando estimular o envio de mensagens dos ouvintes-internautas durante a transmissão. Seguem os dados de transmissões via *streaming* que a Jovem Pan News Fortaleza registrou no primeiro semestre de 2019:

(Tabela 3) Transmissões via streaming na Tribuna Band News (Jan/Jun de 2019)

Plataforma	Técnica	Total
Facebook	Áudio da transmissão e tela com arte gráfica	1
Facebook	Áudio da rádio + imagens da equipe transmitindo o jogo	0
	Somatório das duas técnicas no Facebook	1
Youtube	Áudio da transmissão e tela com arte gráfica	5
Youtube	Áudio da rádio + imagens da equipe transmitindo o jogo	0
	Somatório das duas técnicas no Youtube	5
	Somatório das transmissões via Facebook e Youtube	6

Gomes Farias, coordenador das jornadas esportivas da rádio Jovem Pan News Fortaleza, defende que as transmissões via *streaming* são aliadas do rádio esportivo, mas pondera que a emissora vem enfrentando problemas técnicos para transmitir os conteúdos de forma satisfatória pelas redes sociais:

Analiso essa chegada das redes sociais como algo que veio para mudar as transmissões esportivas. Imagina a alegria do anunciante em saber que agora o seu produto, que antes tinha sua marca divulgada apenas em Fortaleza, agora pode atingir os quatro cantos do País e do mundo graças a força das redes sociais. Hoje, tentamos marcar presença em todas as mídias. É uma forma de chegar mais perto do nosso ouvinte. Tem programas nossos que, segundo os do IBOPE, chegam a contar com 170 mil ouvintes por minuto. Mas há um ponto que precisamos melhorar e que vem nos incomodando que é o *delay* (atraso no sinal) do *streaming* do rádio na internet, em relação ao tempo de jogo na TV, que apresenta essa diferença. Mesmo com internet em alta velocidade, tem gente que ainda tem problemas para assistir. (FARIAS, 2019).

Cabe destacar o fato de que a emissora ainda não realizou nenhuma operação com vídeo nas redes sociais envolvendo jogos de futebol, mesmo contando com uma webcam instalada no estúdio e que repassa ao vivo, no *Facebook* e no *Youtube*, a programação noticiosa da emissora.

8. Considerações finais

Diante do que foi discorrido, é possível verificar que a experiência das emissoras de rádio *all news* de Fortaleza com transmissões via *streaming* nas redes sociais digitais ainda é embrionária e apenas dá os primeiros passos rumo à consolidação da prática como algo rotineiro na vida das emissoras. Percebe-se a dificuldade em duas das emissoras, a O Povo CBN e a Jovem Pan News Fortaleza, em tornar a prática do *streaming* do rádio na mídia social algo regular e sistemático. Contudo, ressalta-se a iniciativa da O Povo CBN em ter realizado transmissões com imagens da equipe esportiva em tomadas externas, realizadas diretamente nos locais de jogo, com o suporte de *webcams* instaladas nas cabines de rádio dos estádios de futebol.

A iniciativa das emissoras noticiosas cearenses ainda está distante do nível de excelência, por exemplo, que as transmissões realizadas pelo canal Jovem Pan Sports, que foi um dos veículos pioneiros nesse tipo de investida e que realiza essa prática há mais de três anos, contando com estrutura semelhante ao de uma emissora de TV. Vislumbra-se, diante dos *feedbacks* positivos que as rádios *all news* de Fortaleza vem obtendo, um cenário de melhorias constantes nos próximos meses, possibilitando a profissionalização desse serviço ao público ouvinte-internauta, de modo a avançar, sobretudo, na qualidade da geração de imagens e na evolução da parte gráfica dos materiais disponibilizados nas redes sociais.

Percebe-se também que existe um público cativo e potencial para acompanhar jogos de futebol através das *lives* geradas pelas redes sociais, tendo em vista os números expressivos de visualizações que muitas das transmissões das emissoras cearenses alcançam, citando aqui como destaque o *case* do jogo Fortaleza 4x0 Vitória, que rendeu 66 mil visualizações no perfil do no Futebolês, a partir da geração do áudio veiculado pela Tribuna Band News. Números esses que incrementam de forma considerável a audiência das emissoras, que podem utilizar esses dados, inclusive, para atrair novos anunciantes, diante do potencial do alcance das transmissões no meio digital, complementado o retorno já obtido na operação em ondas hertzianas.

9. Referências

- BONIN, A.; CAPRARO, A.; MAOSKI, D.; MEZZADRI, F. **A transmissão radiofônica de jogos de futebol: a incoerente gratuidade de um espetáculo esportivo?** Revista Brasileira de Ciências do Esporte [online]. 2016, vol.38, n.2, pp.186-193
- FARIAS, G. **Entrevista concedida ao autor por telefone.** 3 jul. 2019
- FERRARETTO, L. **Rádio: o veículo, a história e a técnica.** Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2001.
- _____. **Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil.** Revista EPTIC On-Line. Aracaju/São Cristovão, UFS, v. XXIV, 2012.
- JUNG, M. **Jornalismo de rádio.** 3. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2016.
- KLÖCKNER, L.; PRATA, N. (org.). **Mídia Sonora em 4 Dimensões.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011.
- LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica.** Covilhã, Portugal: LabCom, 2010. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf>. Acesso: 20 de mar. 2019
- NUNES, M. **Entrevista concedida ao autor por telefone.** 3 jul. 2019
- RANGEL, C. **Rádio para ouvir e assistir: a experiência da rádio Jovem Pan no Facebook.** In: **Anais do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.** Belo Horizonte, MG: Fumec, 2018.
- SOARES, E. **A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo.** São Paulo: Summus Editorial, 1994.
- SOUSA, R. **Entrevista concedida ao autor por telefone.** 2 jul. 2019.