

## A volta do futebol em meio à pandemia: a experiência das rádios cearenses na transmissão de jogos via *streaming*<sup>1</sup>

Bruno BALACÓ<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### RESUMO

A pesquisa tem como objetivo analisar de que forma as principais estações de rádio do estado do Ceará trabalham a transmissão de jogos de futebol via *streaming*, utilizando seus perfis de rede social no Facebook e no Youtube. O contexto apresentado é o da retomada do futebol, que teve o calendário afetado em 2020 com a paralisação das partidas por quatro meses, em virtude da pandemia do novo coronavírus. Ancorado nos conceitos de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e hipermediático (LOPEZ, 2010), o levantamento foi realizado com a coleta de dados diretamente nos perfis das emissoras focado em dois pontos: os recursos audiovisuais utilizados e os resultados em alcance e engajamento. Para efeito de recorte, selecionamos como objeto de estudo as experiências das rádios O POVO/CBN, Jangadeiro Band News e Verdinha.

**PALAVRAS-CHAVE:** rádio; rádio esportivo; futebol; transmissão de jogos; *streaming*.

### 1. Introdução

Investir em plataformas digitais se tornou uma questão de sobrevivência para as rádios que trabalham com transmissões esportivas. No cenário atual, em que as audiências recorrem cada vez mais à internet para acompanhar e interagir com outros internautas durante os jogos do clube do seu coração, as emissoras têm apostado cada vez mais na força e popularidade das redes sociais digitais para realizar transmissões via *streaming*, utilizando o recurso da *live*, disponível em sites como Facebook e Youtube.

No Brasil, uma das primeiras empresas de comunicação a apostar nessa estratégia foi a rádio Jovem Pan, de São Paulo. Através do canal Jovem Pan Sports no Youtube, a estação de rádio paulista realiza transmissões em que o foco não está em mostrar os lances do jogo, 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

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP de Rádio e Mídia Sonora, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação na Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: brunoandersonfb@gmail.com.

equipe esportiva em ação durante a jornada, captando reações, como a do momento dos gols. Em pouco tempo, a Jovem Pan colheu bons resultados com esse tipo de iniciativa realizada de forma sistemática. Em maio de 2019<sup>3</sup>, a emissora bateu a marca de um milhão de inscritos em seu canal no Youtube e, no momento de fechamento dessa pesquisa, beirava dois milhões de usuários que assinantes da página.

A transmissão de jogos utilizando plataformas digitais logo se espalhou pelo Brasil e chegou ao estado do Ceará em 2018, quando as rádios locais começaram a experimentar a transmissão de suas jornadas esportivas pela internet, com recursos gráficos e audiovisuais. É sobre essa tendência que discutiremos nesta pesquisa, que tem como objeto de estudo a experiência de três das principais estações de rádio cearense: a O POVO/CBN, a Verdinha AM 810 e a Jangadeiro Band News FM. Como mostra de análise, pegamos como recorte o mês de julho de 2020, que marcou a retomada do futebol no Estado, afetado com quatro meses de paralisação, como medida para conter a proliferação da pandemia de covid-19, que teve seus primeiros efeitos sentidos no Brasil em março de 2020, quando foram registrados os primeiros óbitos pela doença no País.

De caráter qualitativo, nossa análise será embasada na observação direta e na coleta de dados nos perfis de redes sociais das emissoras analisadas, de modo a observar dois pontos de estudo: os recursos audiovisuais utilizados pelas emissoras e os resultados de alcance e engajamento desse tipo de estratégia. Antes de apresentar os dados da amostra, se faz necessária uma contextualização sobre a evolução das transmissões esportivas até a chegada do formato atual.

## 2. Transmissões esportivas no rádio: do amadorismo ao *streaming*

As primeiras transmissões de jogos de futebol pelo rádio começaram na década de 1930, com experiências no Rio de Janeiro e em São Paulo (SOARES, 1994). Na época, ainda não havia cabines de rádio nas praças esportivas e os narradores costumavam fazer suas transmissões nas arquibancadas, junto dos torcedores. 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

---

<sup>3</sup> Canal ‘Jovem Pan Sports’ ultrapassa 1 milhão de inscritos no Youtube. Disponível em: <https://jovempan.com.br/esportes/canal-jovem-pan-sports-ultrapassa-1-milhao-de-inscritos-no-youtube.html>. Acesso em 6 set.2020.

---

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, 2011, p. 45).

O primeiro jogo transmitido por uma emissora de rádio no Ceará – estado que compõe a mostra deste estudo – é um exemplo claro do modo precário de como os jogos eram irradiados. A experiência pioneira foi da Ceará Rádio Clube que, em dezembro de 1939, narrou a íntegra da partida Estrela do Mar 4x1 Maguari, disputada no Campo do Prado e válida pelo Campeonato Cearense de Futebol daquele ano. Conforme o relato de Campos (1984), o repórter Rui Costa Souza transmitia os lances do jogo por telefone a José Cabral, que narrou a partida direto do estúdio da rádio, instalado na época na Av. João Pessoa, no bairro Damas, em Fortaleza.

À medida que as narrações esportivas diretas foram se tornando sistemáticas, as transmissões foram evoluindo, tanto do ponto de vista técnico, com melhores aparatos de estrutura, quanto de pessoal, com a inserção da figura dos comentaristas, plantonistas e repórteres de campo.

A consolidação das transmissões na grade das emissoras ocorreu a partir da década de 1950, impulsionada pelo sucesso da seleção brasileira de futebol, que conquistou três títulos mundiais entre 1958 e 1970. No embalo de grandes coberturas, o rádio esportivo mobilizou audiências expressivas e atraiu patrocinadores. Também na década de 1950 o rádio esportivo brasileiro ganhou a concorrência da televisão. Para frente ao novo veículo de mídia, 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, 1994, p. 74).

A década de 1980 foi marcada pela popularização das transmissões de jogos em emissoras FM, que passaram 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”. (FERRARETTO, 2001, p. 166). 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, prática que ficou conhecida como narração *off tube*, ainda muito comum nos dias de hoje. A década de 1990 também marca a entrada do rádio 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, p.4).

A internet, que chegou ao Brasil em 1995, potencializou os trabalhos de produção, interação com o ouvinte e a 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, plataformas que surgiram ao longo da primeira década dos anos 2000. Ao mesmo tempo em que as redes sociais consolidam como 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. Através das transmissões digitais, uma emissora pode ser escutada em qualquer canto do mundo com acesso à internet. Um conceito que resume 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, p. 140).

---

Além de hipermidiático, entendemos o novo rádio como sendo também um veículo expandido, pegando emprestado o termo difundido no meio acadêmico por Kischinhevsky (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 transistor 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. 13-14).

No caso específico do rádio, esse ‘transbordamento’ 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 pode ser definido como a tecnologia usada na transmissão de informações de áudio e vídeo para computadores ligados a uma rede, especialmente internet. Por esse recurso, um vídeo pode ser assistido pelo usuário enquanto está sendo transmitido. Por não ser necessário fazer download, é possível inclusive transmitir eventos ao vivo. (BARBOSA; RABAÇA, 2001).

Essas inovações possibilitam, entre outras funcionalidades, saber quantos usuários estão visualizando a publicação em tempo real, possibilita a interação com os internautas a partir de espaços de fórum para comentários (no caso do Facebook e Youtube). Ao fim da exibição ao vivo, a *live* fica arquivada no local onde foi transmitida, possibilitando que o usuário possa acessá-la a qualquer momento e possa assisti-lo como um conteúdo sob demanda.

O investimento nesse tipo de estratégia se enquadra naquilo que Mota (2019) rotula de Jornalismo *live streaming*, um conceito que compreende que o novo estágio da instantaneidade intensiva está relacionado com uma potencial ampliação da participação dos usuários das redes sociais na construção de produtos noticiosos que se desenvolvem nesses ambientes digitais:

---

Prática do jornalismo que utiliza tecnologias live streaming para produções noticiosas baseadas na instantaneidade intensiva, cujos processos de produção, difusão e consumo são síncronos e com alta visibilidade das interações dos usuários, sendo potencialmente capaz de integrar os receptores ao conteúdo como co produtores em tempo real ou atual. (MOTA, 2019, p. 193).

Antes de serem apropriadas pelas emissoras de rádio, as transmissões de jogos de futebol via *streaming* já faziam sucesso na internet, em iniciativas capitaneadas por emissoras de TV e até por entidades esportivas. O estado do Ceará tem um *case* particular. Em 2013, a Federação Cearense de Futebol decidiu lançar sua web-TV (a FCF TV) e, desde o dia 25 de setembro daquele ano, realiza transmissões regulares de jogos de competições chanceladas pela entidade, como os torneios de categorias de base, o Estadual feminino e partidas das Séries B e C do Campeonato Cearense. Inicialmente, as transmissões eram hospedadas no próprio site da FCF e nos anos seguintes passaram a ser exibidas também via Facebook e Youtube.

Experiências semelhantes vêm sendo realizadas nos últimos anos também pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e pela Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol), que transmitem, de forma gratuita, jogos das competições que chancelam pelos seus perfis de redes sociais, como Facebook, Youtube e Twitter.

Entre as iniciativas da grande mídia, uma das experiências de *streaming* esportivo é a do “EI Plus”, plataforma de conteúdo online que possibilita ao usuário assistir à programação do Esporte Interativo, incluindo os jogos que o veículo, de propriedade da companhia norte-americana Turner, exibia. O serviço foi lançado em 2013, ano em que o Esporte Interativo adquiriu os direitos de transmissão da Copa do Nordeste, que virou ‘febre’ na emissora, se consolidou como o principal torneio regional do País e rendeu até o apelido de “Lampions League”, em alusão a Champions League, maior competição entre clubes do mundo, disputada na Europa.

O Esporte Interativo (EI) transmitiu o Nordeste por seis temporadas. Em 2018, a Liga do Nordeste, que negociava os direitos de transmissão do torneio, rompeu com o EI e fechou com novos parceiros para a TV: Fox Sports e SBT, através de suas afiliadas no Nordeste. Já a transmissão via *streaming* ganhou um canal próprio: o Live FC, lançado a dois meses do início do torneio em 2019, como uma plataforma *pay per view* que viabilizou a transmissão de todas as partidas da competição. Através de seu canal

---

no Youtube, a Copa do Nordeste também passou a exibir um jogo por rodada ao vivo, de forma gratuita.

Além da FCF TV, do EI Plus e do Live FC, outros *streamings* esportivos que surgiram com destaque nos últimos anos foram o MyCujoo (lançado em 2013 e que hoje exibe alguns campeonatos estaduais e jogos das Séries C e D do Campeonato Brasileiro), o Premiere Play (*pay per view* do Grupo Globo, que transmite estaduais – como o Baiano e o Pernambucano – além dos jogos das Séries A e B do Brasileirão) e a DAZN (serviço de *streaming* que chegou ao Brasil em 2019 – inicialmente com transmissões gratuitas pelo YouTube e depois cobrando pelo acesso via pagamento de mensalidade).

### **3. As rádios cearenses na era do *streaming***

Diante do surgimento das ferramentas de *lives* em redes sociais via *streaming*, 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 ambientes externos às emissoras, como em cabines de rádio dos estádios.

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 compram 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).

No estado do Ceará, a prática de expandir as transmissões radiofônicas para o ambiente das redes sociais digitais começou a ganhar espaço em 2018, a partir da

Jangadeiro Band News (na época, Tribuna Band News) e se tornou sistemática no ano seguinte, com as principais emissoras do Estado – caso das rádios O POVO/CBN, Jangadeiro Band News, Verdinha AM 810, Jovem Pan News Fortaleza e Rádio Clube AM 1200 - utilizando seus perfis no Facebook e no Youtube para oferecerem à sua audiência uma forma alternativa de acompanhar as jornadas esportivas dos jogos dos clubes cearenses, em especial, do Ceará Sporting Club e do Fortaleza Esporte Clube, que são as equipes mais tradicionais e de maior torcida no futebol cearense.

Em 2020, as experiências de transmissões pelo *streaming* tiveram uma pausa forçada de quatro meses. Como medida preventiva para conter o avanço do novo coronavírus no Estado, os jogos do Campeonato Cearense foram suspensos por tempo indeterminado<sup>4</sup>. A medida foi seguida pelas demais competições esportivas pelo País.

Dessa forma, o rádio esportivo ficou sem sua matéria-prima principal durante mais de 100 dias, até que, como parte das medidas de retomada gradual das atividades econômicas, uma portaria divulgada pela Federação Cearense de Futebol (FCF)<sup>5</sup> autorizou a retomada dos jogos de futebol no Estado a partir do dia 13 de julho de 2020, sem a presença de torcida e mediante um rígido protocolo de medidas de segurança, limitando o acesso da imprensa esportiva, privilegiando, num primeiro momento, as emissoras de TV detentoras dos direitos de transmissões das competições. Mesmo ausente do palco das partidas, as emissoras cearenses voltaram a realizar transmissões nas ondas sonoras do AM/FM e pelo *streaming*, com equipes (narradores, comentaristas, repórteres, plantonistas, operadores, etc.) trabalhando no modelo de narração *off tube*, assistindo às partidas pela TV a partir das sedes das emissoras.

Neste estudo, propomos a análise das experiências, entre as emissoras ligadas aos grandes veículos de comunicação do estado do Ceará, que seguiram realizando transmissões de jogos pelas redes sociais neste período de retomada do futebol: as rádios O POVO/CBN, Jangadeiro Band News e Verdinha.

---

<sup>4</sup>Em ofício divulgado em seu site oficial, a Federação Cearense de Futebol determinou a suspensão dos jogos de forma a atender às recomendações sugeridas em decreto editado pelo Governo do Estado para o combate ao coronavírus, após o agravamento do quadro da pandemia, com a confirmação dos primeiros óbitos no Estado.

<sup>5</sup> **Cearense Ypióca: Portaria define realizações de jogos a partir de segunda-feira (13)**. Disponível em: [http://futebolcearense.com.br/2011/noticia\\_ver.asp?id=11321](http://futebolcearense.com.br/2011/noticia_ver.asp?id=11321). Acesso em 5.set.2020.



#### 4. Análise das experiências

A primeira emissora cearense a investir na transmissão regular de jogos pelas redes sociais digitais foi a Jangadeiro Band News, emissora ligada ao Sistema Jangadeiro de Comunicação e que surgiu em 2013, como filiada da rede Band News no Ceará. Desde o segundo semestre de 2018 a emissora utiliza os perfis do Futebolês (plataforma de esportes do Sistema Jangadeiro) no Facebook e no Youtube para reproduzir o sinal sonoro que vai ao ar na Grande Fortaleza através da frequência FM 101.7. No período que compreende a amostra da pesquisa (de 13 a 28 de julho de 2020), a emissora transmitiu duas partidas, ambas válidas pela Copa do Nordeste, realizadas na cidade de Salvador: CRB 1x2 Ceará (22 de julho) e Ceará 1x0 Vitória (25 de julho)

No que diz respeito aos recursos audiovisuais utilizados, a emissora transmitiu as duas partidas com a mesma técnica: áudio da transmissão da rádio combinado com imagens de uma câmera que enquadra de frente o narrador Alessandro Oliveira em ação durante a partida, em um estúdio da emissora. Na tela, constavam informações do tempo e do placar da partida, além de uma chamada para que a audiência se inscrever no canal do Futebolês e deixasse sua curtida na transmissão. No *chat* de comentários das duas redes sociais digitais, dezenas de comentários foram postados ao longo das duas transmissões, sendo alguns deles levados ao ar pelo narrador da emissora, captando desde registros de audiência a leitura de mensagens sobre o andamento da partida.

**Figura 1** – Modelo de transmissão da Jangadeiro Band News pelo Youtube para o jogo Ceará 1x0 Vitória, realizado no dia 25 de julho de 2020



Fonte: Reprodução Youtube do Futebolês

Em relação aos dados de alcance e engajamento, as duas transmissões do Youtube geraram 346 mil visualizações, com destaque para a transmissão do jogo Ceará 1x0 Vitória, que rendeu 214 mil visualizações, o que chega a ser expressivo, se levarmos em conta que o canal onde ocorreu a transmissão contava naquele momento com 118 mil inscritos. No Facebook, onde o Futebolês conta com uma página de 25 mil curtidas, as duas transmissões geraram 355 reações e 8,8 mil visualizações. O destaque também foi a transmissão de Ceará 1x0 Vitória, que sozinha rendeu 5,8 mil visualizações. Na emissora, os números mostram que o desempenho das transmissões pelo Youtube rende um desempenho bem mais satisfatório que o Facebook.

Já a Rádio Verdes Mares AM, conhecida como Verdinha, é uma emissora informativa ligada ao Sistema Verdes Mares (SVM) e que pode ser sintonizada na capital cearense no AM 810. Dentro do período de análise, a emissora transmitiu nove partidas de futebol utilizando seus perfis de rede social. Em oito jogos, a emissora utilizou como recurso do áudio da transmissão no rádio agregado com imagens do narrador na cabine instalada na sede da emissora, captadas a partir de uma câmera posicionada ao lado dos profissionais de narração. Na tela constavam também recursos gráficos, com as escalações e técnicos dos dois clubes, as substituições, o placar e o tempo de jogo. Na tela, há um apelo também para que os usuários se inscrevam no canal da emissora. Já o narrador, chama a atenção para a interação com o público, estimulando o envio de mensagens no *chat* no Facebook e no Youtube.

**Figura 2** – Modelo de transmissão da Verdinha pelo Face e pelo Youtube, em exemplo do jogo Ceará 1x0 Ferroviário, no dia 19 de julho de 2020.



Fonte: Reprodução do Youtube da Verdinha AM 810

No jogo Ceará 1x0 Vitória, válido pela Copa do Nordeste e realizado no dia 25 de julho de 2020, a Verdinha realizou uma transmissão exclusiva em seu perfil no Youtube e inovou ao utilizar uma estrutura similar ao de uma transmissão televisiva, em um estúdio que não o tradicional utilizado para as transmissões radiofônicas.

Em um espaço utilizado para as transmissões de TV do Sistema Verdes Mares, o narrador Antero Neto e comentarista Daniel Rocha ficaram posicionados entre um monitor de TV, olhando para frente, um pouco abaixo de onde estava posicionada a câmera de transmissão da partida, com o olhar focado no monitor por onde viam e comentavam os lances de jogo.

**Figura 3** – Modelo de transmissão no Youtube da Verdinha para o jogo Ceará 1x0 Vitória, realizado em estúdio de TV com narrador e comentarista.



Fonte: Reprodução Youtube da Verdinha AM 810

As nove transmissões realizadas pela Verdinha no Youtube geraram um total de 344 mil visualizações, um dado expressivo, levando em conta que a emissora contava com 113 mil inscritos no momento da pesquisa. O jogo que registrou maior audiência foi justamente esse, com 46 mil visualizações. Já no Facebook, foram 10 partidas transmitidas (uma a mais que no Youtube), obtendo um consolidado de 192 mil visualizações, além de 5.730 reações de curtidas. A partida de maior audiência também foi o jogo Ceará 1x0 Vitória, com o registro de 49,4 mil visualizações. Os resultados da Verdinha no Facebook podem ser considerados bem satisfatórios, já que as transmissões

atingiram um público maior até que o número de curtidores da página no Face, que no momento em que o levantamento foi feito era de 181 mil.

A rádio O POVO/CBN, que pertence ao Grupo de Comunicação O POVO e opera na capital cearense em duas frequências espelhadas (FM 95.5 e AM 1010), realizou nove exibições de jogos pelas redes sociais no período. No Facebook, as transmissões são feitas na *fanpage* da emissora. Já no Youtube, a O POVO/CBN hospeda suas transmissões no canal do O POVO Online, espaço que integra todos os conteúdos audiovisuais abertos do Grupo de Comunicação O POVO.

Em todas as transmissões da OPOVO/CBN, a emissora utilizou os mesmos recursos técnicos: áudio da transmissão da rádio e tela com arte gráfica fixa e informação do placar da partida. Dados como o tempo de jogo e as escalações das equipes não eram informados. A emissora também costuma contemplar as interações do *chat* de comentários do Facebook e Youtube durante a jornada esportiva, promovendo assim a participação da audiência a partir da fala do narrador ou do comentarista.

**Figura 4** – Modelo de transmissão da Rádio O POVO/CBN pelo Facebook para o jogo CRB 1x2 Ceará, no dia 22 de julho de 2020.



Fonte: Reprodução Facebook da Rádio O POVO/CBN

Pelo Youtube, as transmissões geraram 99,7 mil visualizações no canal do O POVO Online. O ponto alto foi a transmissão do jogo Fortaleza 0x0 Sport (no dia 25 de julho), pelas quartas de final da Copa do Nordeste, que gerou 18 mil visualizações. No Facebook, as transmissões geraram 115,3 mil visualizações na *fanpage* da emissora.

---

Além disso, as experiências pelo Facebook registraram um total de 14,5 mil reações/curtidas.

Em relação ao Youtube, os dados podem ser considerados modestos, já que cada transmissão gerou, em média, um alcance de nove mil visualizações – um dado de pouco expressivo, se comparado ao alcance potencial do perfil utilizado pela emissora, que conta com uma base de 181 mil inscritos nesta rede social. No Facebook, por outro lado, os dados foram mais animadores e se tornam expressivos, diante do potencial público da página, que conta com 20,8 mil usuários curtidores, que são notificados a cada transmissão realizada no perfil.

Esses números de audiência via redes sociais, comparados à audiência captada a partir do site Radios.com.br, que é a outra métrica de escuta disponível no *streaming* envolvendo as emissoras cearenses, são expressivos. Segundo essa base<sup>6</sup>, no mês de julho de 2020, a Verdinha AM 810 liderou a audiência em Fortaleza, com 426.540 visitas ao longo do mês. A Jangadeiro Band News (na época ainda Tribuna Band News) pontuou com 23.909 visitas no período. A O POVO/CBN não aparece no levantamento, que lista os dados de acesso de 49 emissoras da Capital.

Utilizando como parâmetro os dados da Kantar IBOPE Media, que capta o número de ouvintes por minuto, é possível captar identificar a audiência das emissoras em FM (o que exclui a Verdinha AM 810 dessa mostra) de Fortaleza com acesso pela internet. De acordo com a coleta divulgada em agosto de 2020<sup>7</sup>, refletindo os dados de julho, a Jangadeiro Band News (na época Tribuna Band News) FM 101.7 aparece como líder entre as emissoras informativas e em 15º no geral, com audiência de 6.392 ouvintes por minuto na faixa de 6h às 19h e com 5.174 ouvintes no horário de 5h às 00h. A O POVO/CBN FM 95.5 aparece um pouco abaixo, em 18º lugar no geral, com 3.664 ouvintes na faixa de 6h às 19h e 3.049 ouvintes de 5h às 00h.

---

<sup>6</sup> Disponível em [https://www.radios.com.br/relatorios/stat\\_2020-07\\_regiao\\_6-105](https://www.radios.com.br/relatorios/stat_2020-07_regiao_6-105). Acesso em 12.ago.2020

<sup>7</sup> Disponível em <http://gentedemidia.blogspot.com/2020/08/radio-sai-audiencia-de-emissoras-com.html>. Acesso em 12.ago.2020

---

## 5. Considerações finais

A análise dos dados coletados nesta pesquisa demonstra que o investimento nesse tipo de estratégia em expandir a transmissão dos jogos, da antenna para as redes sociais digitais, através do *streaming*, tem gerado para as rádios cearenses bons resultados de alcance, com números consideráveis de visualizações e interações com os ouvintes/internautas, que agregam não só acréscimo de audiência para emissoras, como também reforçam laços de aproximação com o seu público. Pelos números é possível notar que a Jangadeiro Band News e a Verdinha conseguiram se sair melhor nas transmissões realizadas pelo Youtube, em relação à O POVO/CBN, que teve um alcance mais discreto. No entanto, a emissora do Grupo O POVO conseguiu obter melhores resultados atuando na transmissão de jogos pelo Facebook.

Levando em conta que as três emissoras são concorrentes diretas e disputam a audiência do torcedor pelo mesmo produto – a transmissão de um jogo de futebol time cearense pelo *streaming* – a Jangadeiro e a Verdinha estão um passo à frente da O POVO/CBN que, pelo menos no período da coleta de dados, transmitiu suas jornadas pelas redes sociais com menos recursos, sem imagens em vídeo da equipe esportiva em tempo real e sem outros elementos que pudessem chamar atenção do internauta, como o tempo de jogo, as escalações e as substituições, que foram as estratégias adotadas por suas concorrentes.

Além do investimento em recursos gráficos e audiovisuais, as emissoras cearenses também se apropriam de outra vantagem que a transmissão via *streaming* gera: a possibilidade de interação, captando os comentários – inclusive com a obtenção de *feedbacks* da qualidade do áudio e registros de audiência de ouvintes pelo mundo - que são postados no chat do Facebook e Youtube e acabam sendo incorporados na jornada esportiva da rádio.

É preciso considerar que, nesse contexto de retomada do futebol em 2020, que ocorreu longe ainda do controle da proliferação de covid-19 no País, as emissoras analisadas enfrentaram muitas dificuldades, como a redução de seus quadros funcionais como consequência do cenário econômico adverso causado pela pandemia, foram impossibilitadas de gerar e exibir imagens diretamente dos estádios de futebol. Além disso, atuaram com parte das equipes em regime de *home office*, como medida de

segurança, num contexto que ainda demandava cuidados especiais com as questões sanitárias – como manter distanciamento social, evitar aglomerações, uso de máscaras e de álcool em gel. Todo esse contexto fez com que os locais de trabalho habituais dos profissionais de rádio, os estúdios e as redações, fossem ocupados da forma mais cautelosa e preventiva possível.

Por fim, a partir do trabalho que vem sendo realizado, projeta-se que à medida que o cenário de limitações impostas pela pandemia de covid-19 seja superado, as emissoras de rádio do estado do Ceará possam voltar a investir plenamente em novos recursos de transmissão, com novos elementos gráficos, audiovisuais e interativos para cada vez mais obterem audiência e retorno de suas iniciativas no *streaming*.

## 6. Referências bibliográficas

BARBOSA, G.; RABAÇA, C. **Dicionário de Comunicação. 2. ed. e rev. e atualizada** - Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

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

CAMPOS, E. **50 anos de Ceará Rádio Clube**. Fortaleza: UFC, 1984.

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 Cristóvão, UFS, v. XXIV, 2012.

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

MOTA, A. **Jornalismo Live Streaming: Um estudo das apropriações jornalísticas da tecnologia de transmissão audiovisual ao vivo no Facebook**. (Dissertação de Mestrado) Universidade Federal da Bahia: Salvador, 2019.

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