



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO

ANDRE LUIS SAMORA DE SOUSA JUNIOR

**JORNALISMO ESPORTIVO POTIGUAR NO YOUTUBE:
UMA NOVA FORMA DE COMUNICAÇÃO**

NATAL/RN
2023

ANDRE LUIS SAMORA DE SOUSA JUNIOR

**JORNALISMO ESPORTIVO POTIGUAR NO YOUTUBE:
UMA NOVA FORMA DE COMUNICAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Alice Oliveira de Andrade.

NATAL/RN
2023

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes
- CCHLA

Sousa Junior, André Luis Samora de.

Jornalismo esportivo potiguar no Youtube: uma nova forma de comunicação / André Luis Samora de Sousa Junior. - 2023.
62f.: il.

Monografia (graduação) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Comunicação Social - Jornalismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, 2023.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Alice Oliveira de Andrade.

1. YouTube (Recurso eletrônico). 2. Rádio. 3. Transmissões. 4. Internet. 5. Jornalismo esportivo. I. Andrade, Alice Oliveira de. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 070:796(813.2)

FOLHA DE APROVAÇÃO

JORNALISMO ESPORTIVO POTIGUAR NO YOUTUBE: UMA NOVA FORMA DE COMUNICAÇÃO

ANDRE LUIS SAMORA DE SOUSA JUNIOR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Data da Aprovação: 29 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Profª. Dra. Alice de Oliveira Andrade (orientadora)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

Profª. Dra. Maria do Socorro Furtado Veloso (examinadora interna)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

Profª. Dra. Maria Angela Pavan (examinadora interna)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

AGRADECIMENTOS

Agradeço às pessoas que tiveram um papel bastante importante durante o meu percurso na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

À minha mãe, Cilene Viana, e ao meu pai, Andre Samora, por sempre me apoiarem no meu sonho de me graduar em Jornalismo. À minha avó, Luceia Samora, e ao meu avô, Dilso Gomes, que me ensinaram a gostar de rádio desde pequeno.

Agradeço ao Fernando Amaral por ter me dado a primeira oportunidade no jornalismo esportivo, quando entrei no Universidade do Esporte, em 2018, e foi uma grande escola para mim. À Simone Silva e ao Rodrigo Loureiro pelo meu primeiro estágio no Tudo ao Meio-Dia. Ao Cláudio Sandegi, Mário Campos e Padre Nunes por confiarem em mim e me contratarem pela 91 FM Natal. À Ana Paula Davim, Mara Alice, Heliton Walter e Márcio Araújo por todos os ensinamentos que me passaram, cada um na sua função.

Agradeço aos professores com os quais pude aprender nos últimos anos como discente do curso de Jornalismo, principalmente, Socorro Veloso, Leila Salim, Valquíria Kneipp, Maria Ângela Pavan e Adriano Gomes. Aos meus colegas de curso, em especial Hogla Geovanna, minha dupla em vários trabalhos ao longo dos anos. Por fim, gostaria de agradecer à minha orientadora, Alice Andrade, por me ajudar muito na elaboração desta pesquisa, com paciência e contribuições valiosas.

RESUMO

O YouTube é a plataforma de vídeo mais vista do Brasil e tem sido usada como uma ferramenta para que empresas e jornalistas possam aumentar seu alcance de público na comunicação, principalmente no jornalismo esportivo. Esta pesquisa tem como objetivo analisar como o YouTube é usado pelas emissoras de rádio e webrádio do Rio Grande do Norte nas transmissões esportivas, contribuindo com o crescimento dos investimentos das empresas em uma qualidade visual nos seus conteúdos para a plataforma de vídeos. As hipóteses estabelecidas dizem respeito ao aumento da briga de audiência entre as emissoras, provocada pela ampliação do alcance proporcionado pela plataforma. Além disso, outras consequências como a maior quantidade de materiais viralizados pelas rádios e também o crescimento do número de mulheres nas equipes esportivas. A metodologia inclui pesquisa bibliográfica, estudo de caso e análise das principais empresas que fazem transmissão esportiva no estado. Como técnica de coleta de dados, foram realizadas entrevistas com integrantes do Universidade do Esporte, da Universitária FM, Central Esportiva, 98 FM Natal e 96 FM Natal, o criador do perfil no Instagram Audiência do Futebol RN e as mulheres envolvidas no jornalismo esportivo potiguar. Para contribuir com a fundamentação teórica, articulamos autores como Raquel Recuero (2009), Ariane Pereira e Caroline Albertini (2018), Vivian Belochio (2013) e João Canavilhas (2014).

PALAVRAS-CHAVE: YouTube. Rádio. Transmissões. Internet. Jornalismo esportivo.

ABSTRACT

YouTube is the most watched video platform in Brazil and it has been used as a tool for companies and journalists to increase their public reach in communication, especially in sports journalism. This research aims to analyze how YouTube is used by radio and web radio stations in Rio Grande do Norte in sports broadcasts, contributing to the growth of companies' investments in visual quality in their content for the video platform. The established hypotheses concern the increase in the audience dispute between broadcasters, caused by the expansion of the reach provided by the platform. In addition, other consequences such as the greater amount of material viralized by the radios and also the growth in the number of women in sports teams. The methodology includes bibliographical research, case study and analysis of the main companies that broadcast sports in the state. As a data collection technique, interviews were conducted with members of Universidade do Esporte, Universitária FM, Central Esportiva, 98 FM Natal and 96 FM Natal, the creator of the Instagram profile Audiência do Futebol RN and the women involved in sports journalism in Rio Grande do Norte . To contribute to the theoretical foundation, we articulate authors such as Raquel Recuero (2009), Ariane Pereira and Caroline Albertini (2018), Vivian Belochio (2013) and João Canavilhas (2014).

KEYWORDS: YouTube; Radio. Sports broadcasts. Internet. Sports journalism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Audiência no Brasil entre TV e plataformas de vídeos.....	19
Figura 2 - Faixa etária dos inscritos no canal Rodrigo Ferreira no YouTube.....	24
Figura 3 - Faixa etária dos seguidores do Rodrigo Ferreira no Instagram.....	25
Figura 4 - Em 2018, a equipe do UDE na transmissão de Futebol de 7 Society.....	26
Figura 5 - Primeira transmissão de futebol profissional do Universidade do Esporte.....	27
Figura 6 - A transmissão do UDE na final do Campeonato Potiguar de 2022.....	28
Figura 7 - Integrantes da Central Esportiva em atividade na Arena das Dunas.....	30
Figura 8 - A thumb da partida entre Sport e ABC, pela semifinal da Copa do Nordeste.....	31
Figura 9 - Transmissão da partida entre ABC e Tombense na Central Esportiva.....	32
Figura 10 - A thumb da partida entre Remo e América, pela Série C do Brasileirão.....	33
Figura 11 - Transmissão da partida entre Remo e América na 98 FM Natal.....	33
Figura 12 - A capa do Jogo Rápido com a equipe esportiva da 96 FM.....	35
Figura 13 - Miniatura da partida entre ABC e Novorizontino na emissora.....	36
Figura 14 - Transmissão da partida entre ABC e Novorizontino na 96 FM Natal.....	37
Figura 15 - Ranking mensal de maio de 2023.....	39
Figura 16 - Junior Lins e Matteus Fernandes no gol do acesso do América.....	42
Figura 17 - O jornalista Marcos Lopes fica de joelhos na cabine do Estádio Frasqueirão.....	43
Figura 18 - Discussão de Fernando Marchiori e Edmo Sinedino ao vivo na 96 FM.....	44
Figura 19 - Tais Viviane na cabine do Estádio Frasqueirão, ao lado de Renan Silva.....	46
Figura 20 - Jessyanne Bezerra como repórter de campo na Arena das Dunas.....	47

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	09
2 METODOLOGIA.....	12
3 JORNALISMO ESPORTIVO E INTERNET.....	15
4 A YOUTUBE COMO UMA NOVA FORMA DE COMUNICAÇÃO.....	21
4.1 JORNALISTAS NO YOUTUBE.....	22
4.2 COMO O YOUTUBE É USADO NO JORNALISMO ESPORTIVO POTIGUAR.....	26
4.2.1 UNIVERSIDADE DO ESPORTE.....	26
4.2.2 CENTRAL ESPORTIVA	29
4.2.3 98 FM NATAL.....	32
4.2.4 96 FM NATAL.....	34
5 CONSEQUÊNCIAS NO JORNALISMO ESPORTIVO POTIGUAR.....	38
5.1 BRIGA POR AUDIÊNCIA.....	38
5.2 VIRALIZAÇÃO DE CONTEÚDOS.....	41
5.3 PRESENÇA FEMININA.....	45
5.4 ESPORTE OU FUTEBOL?.....	51
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
REFERÊNCIAS.....	55

1 INTRODUÇÃO

O esporte tem estado presente em minha vida desde a infância. O futebol tornou-se a única forma de comunicação entre meu pai e eu, o que me levou a querer saber cada vez mais sobre o assunto e me tornar um apaixonado por ele. Inclusive, aos 6 anos, eu discutia sobre esse tema com meus vizinhos no condomínio onde morava. Desde que entrei para a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), em 2018, passei a fazer parte do projeto de extensão Universidade do Esporte, na Universitária FM. Em novembro de 2020, comecei a trabalhar na 91 FM Natal, uma emissora que não transmite jogos de futebol em sua programação. Apesar disso, nesse espaço, faço comentários sobre esportes durante a programação jornalística da rádio. Por estar envolvido na área, tenho uma conexão direta com o tema e acompanhei todas as mudanças no jornalismo esportivo do estado ocorridas nos últimos cinco anos, o que gerou as questões que orientam esta pesquisa.

Esta pesquisa se baseia na relação do jornalismo esportivo com as redes sociais na internet. Segundo Fonseca (2014, p.08), com o avanço da tecnologia digital, as redes sociais deixaram de ser de uso apenas pessoal e se transformaram em instrumentos de trabalho para profissionais do jornalismo esportivo. E, além desse tipo de uso, essas plataformas revolucionaram a forma de relacionamento entre as pessoas, incluindo o contato entre torcedores e a imprensa.

O objetivo desta proposta de pesquisa é investigar esse fenômeno do jornalismo esportivo potiguar, marcado pelo fortalecimento das empresas de comunicação nas redes sociais na internet, principalmente no YouTube. A rede social se tornou prioridade dos veículos de comunicação nas transmissões esportivas no estado?

Além disso, buscamos entender o porquê de os jornalistas – e as corporações jornalísticas – estarem transferindo seus conteúdos para a Web. Essas mudanças, consideradas por alguns autores como estruturais (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011), também modificam as rotinas de produção e disseminação do conteúdo jornalístico. Ou seja, a proposta é entender essa forma de comunicação no jornalismo esportivo no Rio Grande do Norte que tem as plataformas digitais, como o YouTube, como eixos centrais para a articulação das rotinas produtivas.

A principal circunstância que justifica a relevância desta investigação é a mudança que o uso das redes sociais na internet causou no jornalismo esportivo potiguar. Desde 2019, as emissoras de rádio do RN estão no YouTube. Porém, o desenvolvimento do conteúdo se

resumia a apenas uma capa¹ do vídeo e a narração – sem imagens em movimento – nada pensando no público que acompanha exclusivamente pela rede social.

Desde 2022, os veículos de comunicação potiguares passaram a tratar o YouTube como uma prioridade para compartilhamento de conteúdo esportivo. Emissoras como 96 FM Natal, 98 FM Natal, 87 FM Natal, Jovem Pan News Natal, CBN Natal, Universitária FM, Central Esportiva e Ed Oliveira Rádio têm feito transmissões esportivas com recursos mais dedicados ao meio digital, como imagens exclusivas para o público que acompanha nesta plataforma e o posicionamento de câmeras no gramado, arquibancadas e na cabine. A impressão é de que o espectador da internet está assistindo à televisão em uma empresa de rádio/webrádio, tudo isso devido a essas reconfigurações. O que vai diferenciar a transmissão no YouTube da radiodifusão tradicional é que não pode mostrar o campo durante a partida, pois essa é uma exclusividade das empresas que pagaram para transmitir os jogos com imagens. É possível exibir o gramado e as arquibancadas antes da partida, no intervalo e depois que termina o jogo.

Pela importância dessa forma de cobertura jornalística digital e pelos recursos disponíveis para descobrir o número de pessoas alcançadas no YouTube, foi criado o perfil no Instagram chamado Audiência do Futebol RN (@radios_rn), pensado para divulgar a audiência das rádios e webrádios que cobrem o futebol no Rio Grande do Norte. Com isso, o perfil se tornou uma página em que os jornalistas e as emissoras compartilham os posts quando obtêm bons resultados. A plataforma de vídeos aumentou a guerra por audiência, influenciando na contratação e demissões de funcionários. Como foi o caso da 96 FM, que trocou quase todos os integrantes da equipe esportiva da 96 FM em agosto de 2022 para a contratação da maioria dos empregados da 98 FM.

Este trabalho de conclusão de curso se insere no campo da monografia, que segundo definição da ABNT (1984), trata-se de um documento escrito que apresenta a descrição exaustiva de determinada matéria, abordando aspectos científicos, históricos, técnicos, econômicos e artísticos. Oliveira (2001, p.17) amplia o conceito definindo monografia como sendo “a abordagem de um único assunto ou problema sob tratamento metodológico de investigação”.

Assim, esta monografia está dividida em seis capítulos, sendo esta introdução o primeiro. No segundo, traçamos o percurso metodológico da pesquisa, incluindo a definição da pesquisa bibliográfica, estudo de caso e a técnica de coleta de dados. O terceiro item, sobre jornalismo esportivo e internet, contém o referencial teórico sobre redes sociais na internet,

¹ A thumbnail, também conhecida como thumb, miniatura ou capa, é um recurso responsável pelo primeiro contato do usuário com o vídeo. Uma boa miniatura se destaca e chama a atenção dos espectadores.

YouTube e a comunicação digital. No quarto capítulo, apresentamos o campo empírico da pesquisa, com informações cronológicas sobre o uso da plataforma de vídeo por empresas e jornalistas no Rio Grande do Norte e no Brasil. O quinto capítulo é analítico, no qual é feita uma avaliação das consequências do fenômeno estudado, além da problematização de questões como o aumento da “briga” pela audiência, a maior viralização² de conteúdos e o crescimento da presença feminina no jornalismo esportivo. Também, refletimos sobre a falta da pluralidade de esportes nas transmissões esportivas, sendo exibido apenas o futebol. Por fim, o sexto capítulo são as considerações finais.

² Viralizar” significa tornar algo muito visto ou compartilhado por várias pessoas, especialmente em redes sociais ou aplicativos de compartilhamento de mensagens.

2 METODOLOGIA

O percurso metodológico desta pesquisa tem como abordagens centrais a pesquisa bibliográfica e estudo de caso. A pesquisa bibliográfica está inserida, principalmente, no meio acadêmico, e tem a finalidade de aprimoramento e atualização do conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas. De acordo com Duarte (2005, p.51), é o planejamento inicial de qualquer trabalho de pesquisa e vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, apresentando todo material que o aluno examinou, de forma a evidenciar o pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões. Por vezes, trata-se da única técnica utilizada na elaboração de um trabalho acadêmico, como na apresentação de um trabalho no final de uma disciplina.

Para desenvolver uma pesquisa bibliográfica, é necessário passar por algumas etapas (DUARTE, 2005). Primeiro, define-se o tema de estudo com precisão. Geralmente é escolhido um assunto que seja instigante para o autor, que de alguma forma já lhe é familiar. Assim, além de uma definição mais precisa sobre o tema, é possível direcionar suas buscas a alguns aspectos do assunto em questão. No caso desta pesquisa, conforme dito anteriormente, tenho ligação desde a infância com o futebol.

Também é necessário delimitar o tema no tempo e no espaço. Ou seja, definir o período e a área geográfica que vai estudar. Neste trabalho, o recorte foi feito para englobar a transição da transmissão esportiva para as redes sociais na internet e as modificações vistas ainda hoje em dia, com foco maior para o jornalismo esportivo no Rio Grande do Norte, mas também com exemplos nacionais.

Em seguida, o pesquisador está apto a realizar o levantamento bibliográfico, identificando na literatura disponível o material que lhe servirá de suporte ao estudo pretendido. Há várias formas de procurar fontes de informações bibliográficas. Nesta pesquisa, a maioria das fontes foram os portais de acesso a vários serviços e informações, inclusive bibliográficos, disponíveis nos sites das instituições mantenedoras. Com o material disponível, fiz a leitura, estabelecendo a prioridade e o interesse para cada parte do trabalho. É importante ficar atento aos dados que venham reforçar, justificar ou ilustrar as ideias e os posicionamentos que se quer apresentar.

Quanto ao estudo de caso, esse caminho metodológico produz conhecimento a respeito de um fenômeno. De acordo com Yin (2001, p.32): “o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto de vida real, quando a

fronteira entre o fenômeno e o contexto não é evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas”. O autor enfatiza ser a estratégia preferida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por que” o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real. Bruyne, Herman e Shoutheete (1991, p.224-225) definem estudo de caso como “análise intensiva, empreendida numa única ou em algumas organizações reais”. Para eles, o estudo de caso reúne informações numerosas e detalhadas para apreender a totalidade de uma situação. Por isso, também sugerem o uso de técnicas de coleta das informações igualmente variadas.

Para Merriam (apud WIMMER, 1996, p.161), o estudo de caso tem como característica essencial ajudar a compreender aquilo que submete à análise, formando parte de seus objetivos a obtenção de novas interpretações e perspectivas, assim como o descobrimento de novos significados e visões antes despercebidas. Também a maioria dos estudos de caso utiliza o raciocínio indutivo, segundo o qual os princípios e generalizações emergem a partir da análise dos dados particulares. Em muitas ocasiões, mais que verificar hipóteses formuladas, o estudo de caso pretende descobrir novas relações entre elementos.

Ou seja, o estudo de caso deve ter preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos, em situações onde não se podem manipular comportamentos relevantes e é possível empregar duas fontes de evidências, que são a observação direta e a série de entrevistas. Embora apresente pontos em comum com o método histórico, o poder diferenciador do estudo de caso reside em “sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências - documentos, artefatos, entrevistas e observações” (YIN, 2001, p.27).

Além da abordagem metodológica, a coleta de dados é uma das etapas fundamentais da pesquisa, na qual são coletadas informações relevantes para o estudo em questão. É o processo de obtenção de informações que serão utilizadas para responder às questões da investigação ou para testar as hipóteses propostas. Para garantir a qualidade da pesquisa, Yin (2001, p. 86) aponta, três princípios a serem empregados na atividade de coleta de dados: (1) a utilização de várias fontes de evidências; (2) a criação de um banco de dados para o estudo de caso; e (3) a manutenção de um encadeamento de evidências.

Durante a coleta de dados, é importante seguir um plano bem definido e seguir critérios rigorosos de qualidade para garantir que os dados coletados sejam precisos, confiáveis e válidos. Então, essa etapa pode ser realizada de diferentes maneiras, dependendo do tipo de pesquisa e dos dados que se deseja coletar. Nesta pesquisa, foi escolhida a entrevista. A entrevista é uma técnica que torna possível a obtenção de informações mais detalhadas devido à interação com atores envolvidos no fenômeno investigado, permitindo uma compreensão mais profunda dos

objetivos de pesquisa. A entrevista oferece, ainda, a possibilidade de sanar dúvidas, explorar opiniões e perspectivas, bem como capturar nuances e experiências pessoais que podem não ser expressas em outros métodos de menos proximidade - como formulários online, por exemplo. Através do diálogo e da escuta ativa, a entrevista permite uma análise mais abrangente e contextualizada.

Nesta pesquisa, dividimos a entrevista em dois blocos, com 10 entrevistas ao todo. No primeiro, selecionamos como fontes os responsáveis por quatro emissoras de rádio do Rio Grande do Norte que fazem uso do YouTube para a transmissão esportiva. O primeiro, Fernando Amaral, por ser o fundador do Universidade do Esporte, da Universitária FM, que foi a primeira rádio que focou na transmissão via YouTube. Por trazerem inovações na cobertura do jornalismo esportivo na plataforma, falamos com os criadores da Central Esportiva: Arthur de Souza, Gustavo Sousa, PH Dias e Junior Lins, integrante da webrádio. Além disso, foram contempladas também as duas empresas radiofônicas mais tradicionais do estado na transmissão esportiva, a 96 FM Natal, com a entrevista do diretor da empresa, Ênio Sinedino, e a 98 FM Natal, com a conversa com Wosley Cavalcanti, diretor de programação da emissora.

No segundo bloco, realizamos entrevistas complementares que enriqueceram o corpus empírico da pesquisa. Rodrigo Ferreira, criador do Instagram sobre a audiência das rádios no YouTube, foi um dos entrevistados. Além disso, entrevistamos todas as mulheres que hoje fazem parte de equipes esportivas no estado. Jessyane Bezerra, da Jovem Pan News Natal, e Tais Viviane, da 98 FM, concederam entrevista para a pesquisa. Cecília Batalha, da Universitária FM, decidiu não falar. Por ter feito, dentro da UFRN, um dos mais importantes portais de notícias sobre o futebol feminino no país, a jornalista Amanda Porfírio também foi entrevistada.

Antes de conversar com os entrevistados(as), elaboramos um roteiro com todas as dúvidas sobre a temática relacionadas ao nosso objetivo geral de pesquisa. Todas as pessoas que moram em Natal foram entrevistadas presencialmente e o áudio gravado pelo aplicativo de mensagens WhatsApp. No caso da Amanda Porfírio, que atualmente mora no Rio de Janeiro, a entrevista foi realizada remotamente.

Após a coleta, é necessário realizar a curadoria e organização desses dados para que possam ser analisados de forma adequada e articulados com o referencial teórico estudado. A análise dos dados coletados é uma etapa importante para que sejam respondidas as perguntas da pesquisa e as hipóteses propostas. É uma tarefa de fôlego, pois exige do pesquisador paciência, perseverança e esforço pessoal. Por isso, quanto mais elaborado é o processo de sistematização, menos desperdício de tempo haverá no trabalho de campo.

3 JORNALISMO ESPORTIVO E INTERNET

O espaço da internet contribuiu para transformações significativas pelas quais o jornalismo esportivo vem passando na última década. Além de ampliarem o alcance dos conteúdos, as plataformas online têm propiciado uma maior interatividade entre jornalistas e públicos, possibilitando a participação de forma mais célere e engajada. As redes sociais da internet, que surgem nesse contexto, também trouxeram novos desafios e possibilidades para a prática jornalística. No artigo “Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão”, Raquel Recuero (2009) define em três etapas o jornalismo feito na web:

A primeira e mais óbvia contribuição das redes sociais para o jornalismo é o uso das redes sociais estabelecidas na Internet como fontes. Bradshaw (2008), por exemplo, enumera uma série de fatos através dos quais as redes sociais na Internet atuaram de forma determinante como fontes de informação. Assim, através das redes sociais, é possível encontrar especialistas que podem auxiliar na construção de pautas, bem como informações em primeira mão. [...] A segunda relação das redes sociais no ciberespaço para com o jornalismo é a atuação dessas através da filtragem de informações. Neste caso, as redes sociais vão atuar de forma a coletar e republicar as informações obtidas através de veículos informativos ou mesmo de forma a coletar e a republicar informações observadas dentro da própria rede. [...] A terceira contribuição está relacionada também com o fato de que as redes sociais são espaços de circulação de informações. Com isso, tornam-se também espaços de discussão dessas informações, onde as notícias, por exemplo, são reverberadas. Esse terceiro item está diretamente relacionado com o segundo. Podemos ver essas reverberações, por exemplo, no item “trending topics” do Twitter. Esse item mostra os assuntos mais comentados na ferramenta. [...] Entretanto, essas redes podem atuar de forma próxima ao jornalismo, complementando suas funções, filtrando matérias relevantes, concedendo credibilidade e importância para as matérias jornalísticas através das reverberações (RECUERO, 2009, p. 7-12).

Essas três etapas mostram como é importante o jornalista ter cautela nas novas formas de comunicação através das redes sociais. Por ser um profissional assíduo na web, pode se tornar um especialista em um determinado assunto e, como esporte é uma área “nichada”, facilita para que o jornalista consiga mostrar o seu trabalho. Porém, é necessária a atenção nos assuntos que dominam as redes sociais na internet e ser cuidadoso na curadoria do conteúdo, de modo que chegue mais explicativo e didático aos espectadores. Com o crescimento da internet, as pessoas, principalmente os mais jovens, querem um conteúdo reduzido para que possam consumir cada vez mais temas.

Segundo a jornalista Vivian Belochio (2013), com a mudança do jornalismo com a chegada das redes sociais, pode ter havido uma modificação no ponto de vista do público sobre o consumo e a interação de conteúdos jornalísticos. No entanto:

Por outro lado, os próprios jornalistas podem ter alterado a sua forma de produzir e de pensar os formatos da informação oferecida aos destinatários. Acredita-se que esse quadro pode resultar na transformação, dentro das redações, da forma como é imaginado o perfil dos leitores e/ou consumidores dos produtos noticiosos (BELOCHIO, 2013, p. 05).

O conteúdo feito para mídia tradicional massiva é completamente diferente da maneira que é planejado para as redes sociais na internet. É necessária uma linguagem mais objetiva – embora não signifique informalidade ou desleixo – e ampliar a interatividade com os seguidores, tirando dúvidas se preciso e abrindo o espaço para respostas e opiniões do público. A eficiência de empresas e jornalistas nessa nova forma de comunicação digital está na maneira como se relacionam com seu público. Em outras palavras, conexão e interação são palavras-chave entre a atuação digital das empresas e o público consumidor.

Porém, a velocidade com que uma notícia se espalha tem seus pontos positivos e negativos. Se o jornalista for rápido e publicar uma informação nas redes, seu conteúdo tem grande chance de “viralizar”. Ao falar sobre os erros, Canavilhas (2014) aponta que:

As bombas na Maratona de Boston em 2013 são um caso a ser destacado. A mídia precipitou-se sobre informações pobremente checadas, resultando em numerosos erros graves nas reportagens. Algumas organizações midiáticas identificaram os indivíduos errados como suspeitos das explosões, levando a danos significativos às reputações destas pessoas e à reputação da própria mídia, bem como a processos legais por difamação”. O autor ainda reforça a importância do cuidado na web: “Na era digital, o valor do jornalismo na sociedade está se expandindo. Os cidadãos fazem mais do que simplesmente obter informação de fontes noticiosas. Eles contribuem para o fluxo informacional. Assim, o valor do jornalismo deve ser alargado para abarcar a crescente natureza participativa das notícias em um mundo conectado (CANAVILHAS, 2014, p. 166 -181).

Com a velocidade na viralização de notícias, a apuração se tornou ainda mais necessária no jornalismo, pois todo tipo de informação pode ser compartilhado com velocidade, sejam elas verdadeiras ou mentirosas, trazendo desinformação³ para o público. Os jornalistas sabem da importância da credibilidade e honestidade na profissão, sendo fundamentais para a publicação das notícias. Atualmente, o YouTube se tornou um novo espaço para a informação, com a chegada de vários jornalistas e empresas midiáticas. Com isso, a credibilidade segue como ponto fundamental para a elaboração de um bom serviço. Independentemente da área em que se desenvolva, a base de toda produção jornalística sempre será a apuração.

³ Desinformação é informação falsa, dada no propósito de confundir ou induzir a erro.

No início, o YouTube era usado para compartilhar vídeos com os amigos, principalmente de humor. Em 2009, teve início um processo de profissionalização de empresas jornalísticas entrando na rede social, passando a utilizar a plataforma como uma nova possibilidade de aproximação com o público. Anos depois, o site de vídeos passou a ser percebido também por jornalistas profissionais como um novo meio de propagação das notícias. Diversos jornalistas, ao deixarem um veículo de comunicação tradicional – por demissão voluntária ou involuntária –, investiram em carreiras ligadas ao YouTube. Caroline Albertini e Ariane Pereira (2018) definem a visualidade na plataforma de vídeos a partir de alguns critérios.

A visualidade é um critério que se faz presente em todos os vídeos. Por ser audiovisual, há a necessidade de imagens para que o material seja construído. Diferente da televisão, em que é preciso, segundo os manuais de telejornalismo, primar pelo casamento entre texto e imagens, inclusive como forma de conquistar credibilidade e dar veracidade ao que está sendo dito, o YouTube não segue essa regra. Os vídeos da plataforma recorrem a outra prática televisiva, que é o aparecimento do jornalista na tela - seja ele apresentador ou repórter do telejornal, mas sobretudo o segundo ao aparecer, na chamada passagem, no local dos acontecimentos, mostrando que houve apuração dos fatos -, intensificando-a ao limite. Ou seja, a imagem do YouTuber é suficiente para a conquista da credibilidade e, sobretudo, da simpatia/empatia do público. Ele é o "astro". Ao mesmo tempo, também é possível elucubrar que o fenômeno do YouTube e dos YouTubers tem levado a uma reconfiguração do telejornalismo, que com o pretexto das novas tecnologias da informação e da comunicação, cada vez mais, tem voltado a seus primórdios, com os apresentadores mais tempo em cena, com as reportagens (gravadas e editadas) utilizando de várias passagens na construção narrativa (sendo que até pouco tempo os manuais recomendavam uma única aparição do repórter) e o uso crescente das entradas ao vivo, sempre com os repórteres em quadro, em substituição às reportagens (ALBERTINI; PEREIRA, 2018, p.07-08).

Além da necessidade da visualidade, também é necessário entender a diferença entre a concorrência na televisão e rádio para o que é feito através do YouTube. Para Albertini e Pereira (2018, p.06), a concorrência, no meio internet, é vista de forma diferente. Se nas empresas jornalísticas tradicionais, e em especial a televisão, são os índices de audiência que colocam uma emissora na frente da outra e garantem os recursos publicitários, no YouTube o processo de concorrência tem características particulares. Em primeiro lugar, por ser uma plataforma ampla em que qualquer pessoa consegue produzir e disseminar conteúdo, há espaço e campo de trabalho para muitos, diferentemente da TV. Além disso, os canais não concorrem com outros canais, mas com eles mesmos tendo em vista que o que garante mais recursos - advindos do próprio YouTube ou de patrocínios - é a melhora no próprio desempenho, o que é medido pelo crescimento constante no número de inscritos, pelo número de visualizações média dos vídeos e pelo número de "*likes*"⁴.

⁴ Estrangeirismo que significa "curtir". É usado para dizer que gosta de algo.

Como plataforma, o YouTube oferece ao jornalismo uma possibilidade de disseminação de conteúdos com engajamento (a partir de compartilhamento e comentários, por exemplo), diversidade da linguagem, alcance e monetização. Com isso, é possível entender o motivo pelo qual a audiência no YouTube se tornou tão importante também para as emissoras potiguares. Cada empresa sabe o desempenho do seu concorrente em tempo real e o conteúdo que está alcançando melhores números. Ou seja, é mais comum copiar – ou se inspirar em - formatos de sucesso para conquistar bons resultados. Então, uma maior audiência pode significar mais ganhos financeiros, mas também um maior alcance do conteúdo para o público.

A comunicação digital é um conjunto de ações estratégicas, soma de métodos e ferramentas de comunicação que se aplicam na internet, redes sociais e dispositivos móveis. O objetivo é gerar aproximação entre as pessoas e a empresa. Essa comunicação vem se popularizando e pode ser usada como estratégia para alcançar mais público dentro do ambiente digital, ou seja, há uma maior visibilidade da empresa. Ela é um dos pontos importantes, pois interfere diretamente em como os cidadãos veem a marca no mercado.

No Brasil, 78,3% da população está conectada, o que coloca o país na quinta posição do ranking dos que mais usam internet, segundo estudo da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)⁵. Então, tornou-se maior a possibilidade de qualquer pessoa interagir, comentar, compartilhar e produzir informações na web, tendo um novo caminho para a comunicação entre empresas e seus públicos.

O YouTube é o segundo maior buscador da internet, ficando atrás somente do Google. No Brasil, são mais de 138 milhões de usuários inscritos, de acordo com a Data Reportal⁶, e eles passam mais de uma hora por dia assistindo vídeos na plataforma, gerando bilhões de visualizações. É um canal digital que oferece muitas oportunidades de negócios, seja como influencer, produtor de conteúdo ou para divulgação da sua marca. Segundo o Sebrae, as estratégias de comunicação digital no YouTube são diversas.

Para produzir uma comunicação eficaz nessa plataforma, é necessário produzir os conteúdos com títulos curtos, atrativos e com palavras-chave; ter descrição detalhada e informativa; colocar as outras redes sociais da pessoa ou da empresa; usar *hashtags* e *tags* na descrição; *thumbnails* personalizada e conteúdo objetivo para conquistar seu público logo nos primeiros segundos do vídeo.

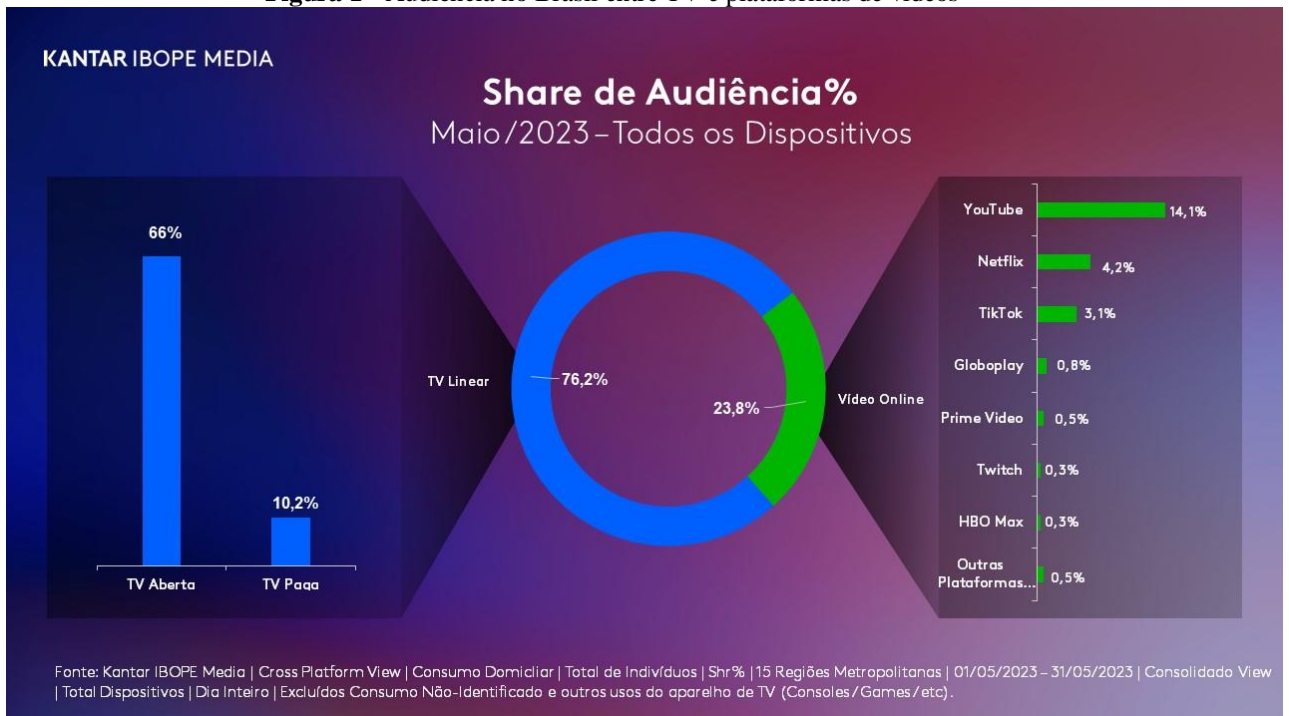
⁵ Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/transito-e-transportes/2021/04/brasil-esta-entre-os-cinco-paises-do-mundo-que-mais-usam-internet>>. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

⁶ Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>>. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

Depois de publicado, é importante acompanhar os comentários do vídeo e responder a todos para gerar um relacionamento com o seu público. Outra estratégia é pesquisar temas que estão em alta e que fazem sentido ser tratado para o nicho dos inscritos do canal. Desta forma, os vídeos geram mais visualizações pelo alto volume de busca. Além disso, é preciso solicitar de forma planejada para a pessoa se inscrever no canal, curtir o vídeo e compartilhar o conteúdo.

Atualmente, a plataforma de vídeos também criou o Shorts, um formato de vídeos curtos do YouTube. A duração é de até 60 segundos – assemelhando-se aos *stories* de outras redes sociais, como o Instagram, mas com foco nos vídeos verticalizados. Os passos para criar um short são simples e intuitivos. O usuário pode colocar imagens, adicionar trilhas sonoras e usar outros recursos de edição para criar vídeos dinâmicos. De acordo com o Sebrae⁷, as vantagens de usar os Shorts na sua estratégia de comunicação digital são: conteúdo de rápido consumo e linguagem simples; aumenta a visibilidade da sua marca; aumenta os inscritos do canal e é uma maneira mais fácil de criar e publicar vídeos. Com planejamento, é mais possível aumentar o alcance e a visibilidade no YouTube.

Figura 1 - Audiência no Brasil entre TV e plataformas de vídeos



Fonte: Kantar Ibope Media

⁷ Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-aplicar-estrategias-de-marketing-digital-no-seu-canal-do-YouTube,4836fd582fb53810VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

O YouTube é a plataforma de vídeo online mais vistas do Brasil, segundo dados da Kantar Ibope Media⁸ – empresa que mede a audiência de TV e vídeos online no país. Os dados são de maio de 2023. A participação da TV linear (aberta e paga), somando todos os dispositivos (smartphones, tablets, laptops e TVs conectadas ou não), representou 76,2%, enquanto os formatos de vídeo on-line registraram 23,8%. Entre as plataformas de vídeo, o YouTube é o primeiro com 14,1%, são quase 10% a mais que a segunda colocada, que é a Netflix com 4,2%. Depois vem o TikTok (3,1%), Globoplay (0,8%), Prime Video (0,5%), Twitch (0,3%), HBO Max (0,3%) e outras plataformas (0,5%). A Kantar utiliza amostra de domicílios distribuídos em 15 regiões metropolitanas. São elas: São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Vitória, Porto Alegre, Curitiba, Florianópolis, Goiânia, Distrito Federal, Salvador, Fortaleza, Recife, Belém e Manaus.

No próximo capítulo, falaremos sobre o YouTube como uma plataforma na qual é desenvolvida uma nova forma de comunicação para o jornalismo esportivo potiguar. Embora a utilização dessa e de outras ferramentas digitais não seja nova, no recorte empírico local, esse uso é recente e tem trazido reconfigurações no modo como o conteúdo é produzido.

⁸ Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/com-31-da-audiencia-tiktok-e-3a-plataforma-mais-vista-no-pais/>>. Acesso em: 12 de jun. de 2023.

4 YOUTUBE COMO UMA NOVA FORMA DE COMUNICAÇÃO

No Brasil, a transição das rádios mais tradicionais para a transmissão de jogos esportivos também no YouTube começou em 2017, com a Super Rádio Tupi. Em São Paulo, iniciou no mesmo ano, com a transmissão do Campeonato Brasileiro pela Jovem Pan. Ao longo dos anos, outras emissoras tradicionais entraram na plataforma: a Transamérica SP em 2018; a Energia 97, Rádio Bandeirantes, BandNews FM e Itatiaia em 2019; Rádio Jornal, em Recife, em 2020; Rádio Globo/CBN e Transamérica RJ em 2021. Em todos os casos, as câmeras estão voltadas para os integrantes da empresa, sendo no estúdio ou no estádio. Além de informações na tela como as escalações, substituições, jogadores que tomaram cartão ou marcaram gols e tempo de acréscimo.

Em um breve recorte temporal no Rio Grande do Norte, tem-se que a primeira emissora a fazer transmissão de jogos no YouTube foi a 98 FM Natal⁹, em 28 de fevereiro de 2019. Meses depois, a 87 FM Natal¹⁰ também fez isso em 18 de maio do mesmo ano. Após um ano e dois meses, a CBN Natal¹¹ decidiu entrar na rede social em 22 de julho de 2020. A Universitária FM¹², através do projeto de extensão da UFRN chamado Universidade do Esporte, fez a primeira transmissão em 13 de novembro de 2020. Com sua criação, em 2020, a rádio Jovem Pan News Natal¹³ começou a fazer transmissões de jogos no YouTube em 24 de fevereiro de 2021.

Já a 96 FM Natal¹⁴, estava fora do futebol há 10 anos e decidiu recriar uma equipe esportiva em 2022, com sua primeira cobertura em 9 de janeiro. Porém, as transmissões das emissoras apenas tinham uma capa do jogo no YouTube e o áudio, sem uma produção mais personalizada para a plataforma digital ou pensada para o público que acompanha apenas por essa rede social. No Campeonato Potiguar de 2022, foi percebida a mudança do formato dos veículos de comunicação, tendo câmeras nos integrantes de cada rádio, no campo e na torcida. Além disso, passaram a transmitir a escalação dos jogos e conteúdos exclusivos para quem acompanha no YouTube. No RN, as emissoras também iniciam a transmissão na rede social antes do que no dial.

⁹ Canal do YouTube 98 FM Natal <<https://www.youtube.com/@98fmnatal>>.

¹⁰ Canal do YouTube 87 FM Natal <<https://www.youtube.com/@87FMNATAL>>.

¹¹ Canal do YouTube CBN Natal <<https://www.youtube.com/@CBNNatal>>.

¹² Canal do YouTube Universidade do Esporte <<https://www.youtube.com/@UniversidadedoEsporte>>.

¹³ Canal do YouTube Jovem Pan News Natal <<https://www.youtube.com/@JovemPanNewsNatal>>.

¹⁴ Canal do YouTube 96 FM Natal <<https://www.youtube.com/@96fmnatalrn>>.

Ao transmitirem os jogos pelo YouTube, as rádios têm a oportunidade de alcançar um público significativamente maior em comparação à transmissão tradicional radiofônica. A rede social é uma plataforma global, acessível a pessoas em diferentes espaços geográficos, permitindo que as emissoras alcancem novos ouvintes que podem não ter acesso à frequência de rádio local ou a um dispositivo de captação de radiodifusão para acompanhar os jogos.

4.1 JORNALISTAS NO YOUTUBE

Há um fenômeno que tem ocorrido no jornalismo esportivo brasileiro e envolve também a ampliação da atuação jornalística esportiva no YouTube. Jornalistas estão pedindo demissão das emissoras tradicionais para criar seu canal na plataforma. O principal caso de sucesso no Brasil é Casimiro Miguel, que saiu no início de 2022 do SBT, em que apresentava o programa SBT Esporte Rio desde 2019, para focar no YouTube e na Twitch. Após esta decisão, o *streamer* começou a fazer transmissões esportivas com imagens, sendo a primeira vez na história que a Copa do Mundo de Futebol Masculino foi exibida na plataforma de vídeos.

Aliás, com a competição, a Cazé TV¹⁵ tem o recorde de visualizações simultâneas da história do YouTube, com 6,9 milhões de pessoas no jogo entre Brasil e Croácia. Tendo parceria com a Fifa, o canal transmitiu o Mundial de Clubes e a Copa do Mundo Sub-20. Entre 20 de julho a 20 de agosto, mostrará a Copa do Mundo de Futebol Feminino, inclusive com a contratação da jornalista Fernanda Gentil, que saiu da TV Globo. Além disso, também transmitiu os jogos do Botafogo e Vasco no Campeonato Carioca de 2023 e exibe todas as partidas do Atlético Paranaense como mandante no Campeonato Brasileiro deste ano. Porém, não parou no futebol, exibiram o Mundial de Judô, em que o Brasil conquistou duas medalhas de bronze, com Rafael Silva e Beatriz Souza. Transmitirá também o Pan-Americano de Santiago de 2023, que dará a maioria das vagas para as Olimpíadas de 2024. Até o momento, ao todo, são pelo menos 19 eventos de esportes olímpicos exibidos no canal até o final de 2023, modalidades como natação, judô, escalada esportiva, ginástica, ciclismo BMX, skate e até mesmo o breaking. Atualmente, o canal tem 8 milhões de inscritos. Hoje, até mesmo outros jornalistas saem da mídia tradicional para fazer parte da Cazé TV na plataforma de vídeo, como Guilherme Beltrão e o narrador Luis Felipe Freitas, que saíram da TNT Sports, emissora da TV por assinatura.

¹⁵ Canal do YouTube CazéTV <<https://www.youtube.com/@CazeTV>>.

Até mesmo o Grupo Globo, maior conglomerado de mídia e comunicação da América Latina, de acordo com o ZenithOptimedia¹⁶, vem sofrendo com este fenômeno. O caso mais emblemático foi o Galvão Bueno, que não renovou seu contrato após 41 anos para criar o Canal GB¹⁷ no YouTube. A primeira transmissão na plataforma com imagens foi o amistoso entre Brasil e Marrocos, em 25 de março de 2023. Além dele, o jornalista André Hernan foi outro que deixou a emissora para focar no YouTube. Atualmente, participa do Camisa 21 e tem seu próprio canal com o seu nome, André Hernan¹⁸ transmite com imagens o Campeonato Paulista Feminino. Tiago Leifert foi mais um que saiu da TV Globo para criar seu canal 3 Na Área¹⁹, que tem participação de Rica Perrone e Eduardo Semblano. O apresentador tem um programa toda segunda e sexta, às 10h, no YouTube.

No Rio Grande do Norte, em abril de 2022, quatro integrantes do Universidade do Esporte saíram da equipe para criar um canal no YouTube focado completamente na plataforma, chamado Central Esportiva²⁰. A primeira cobertura foi na estreia do ABC na Série C de 2022 contra o Ferroviário, no dia 16 de abril do mesmo ano. Atualmente, a webrádio tem a transmissão esportiva mais assistida da história do jornalismo esportivo no YouTube, com 104 mil visualizações na partida entre Sport e ABC na semifinal da Copa do Nordeste.

Com sua demissão da 96 FM Natal, Ed Oliveira foi outro profissional que decidiu criar seu próprio canal no YouTube, chamado Ed Oliveira Rádio/TV Caju RN²¹ e fazendo sua primeira cobertura em 11 de janeiro de 2023, na partida entre ABC e Força e Luz. Dias depois, em 15 de janeiro, a TV ABC²² começou também a fazer a cobertura na plataforma, com contratações de jornalistas locais como Jackson Capixaba, Andrei Torres e Jarbas França. Porém, o projeto foi descontinuado e o último jogo transmitido foi em 7 de março de 2023. Ou seja, atualmente são sete canais diferentes fazendo a cobertura do futebol potiguar.

Nesse contexto de produção para o YouTube, há uma outra particularidade do mercado jornalístico esportivo do RN. Diferente do cenário nacional que exige exclusividade nos contratos, os jornalistas potiguares têm a liberdade de abrir um canal no YouTube mesmo estando vinculados a uma empresa de comunicação. Este é o caso do narrador Marcos Lopes, que tem o programa Resenha do Barba todas as segundas-feiras, às 12h, no seu canal próprio.

¹⁶ Disponível em: < <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/grupo-globo-e-o-17o-maior-conglomerado-de-midia-do-mundo/>>. Acesso em: 19 de jun. de 2023.

¹⁷ Canal do YouTube Canal GB <<https://www.youtube.com/@galvaobueno>>.

¹⁸ Canal do YouTube André Hernan <<https://www.youtube.com/@andrehernan>>.

¹⁹ Canal do YouTube 3 Na Área <<https://www.youtube.com/@3naarea>>.

²⁰ Canal do YouTube Central Esportiva <<https://www.youtube.com/@CentralEsportivaRN>>.

²¹ Canal do YouTube TV Caju <<https://www.youtube.com/@tvcajurn3774>>.

²² Canal do YouTube TV ABC <<https://www.youtube.com/@TVABC>>.

Inclusive, aproveita para usar cortes do *Jogo Rápido*, programa que apresenta na 96 FM, para ter mais conteúdo no *Marcos Lopes TV*²³. Na 98 FM Natal, o narrador Bruno Manfredini²⁴ exhibe como conteúdo suas narrações feitas na emissora. Na Band RN, o comentarista Rafael Moraes²⁵ é outro que tem a possibilidade de permanecer na TV e também publicar suas opiniões no YouTube. Além deles, Rodrigo Ferreira²⁶, setorista do ABC na 96 FM, tem seu canal na plataforma, com um programa de segunda a sexta-feira chamado *Giro Alvinegro*, às 12h.

Rodrigo Ferreira é um exemplo de um jornalista que usou o YouTube como mais uma plataforma possível para exibir seus conteúdos e alcançar mais pessoas. O jornalista começou a trazer o conteúdo que já produzia no Twitter, no Instagram e Facebook para o YouTube também. Atualmente, todas as redes sociais na internet disponibilizam métricas, inclusive por faixa etária, para saber a idade do público-alvo. Rodrigo notou uma diferença muito grande entre as pessoas que acompanham o seu trabalho. No YouTube, a maioria tem a partir de cinquenta e cinco anos.

Figura 2 - Faixa etária dos inscritos no canal Rodrigo Ferreira no YouTube



Fonte: Rodrigo Ferreira

²³ Canal do YouTube Marcos Lopes TV <<https://www.youtube.com/@marcoslopestv>>.

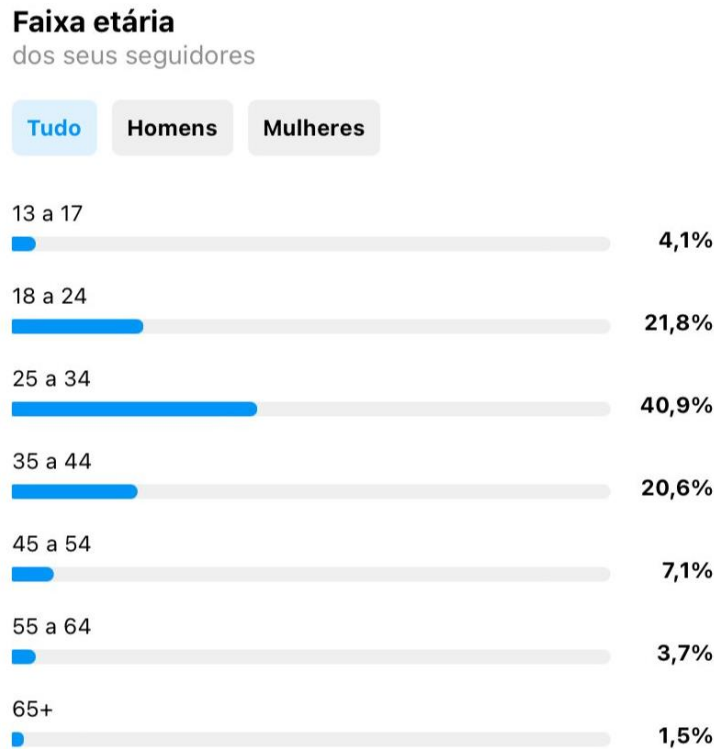
²⁴ Canal do YouTube Bruno Manfredini <<https://www.youtube.com/@BrunoManfredini>>.

²⁵ Canal do YouTube Rafael Morais <<https://www.youtube.com/@RafaelMorais2>>.

²⁶ Canal do YouTube Rodrigo Ferreira <<https://www.youtube.com/@RodrigoFerreiraJor>>.

No Instagram, por exemplo, mais de 80% dos seguidores estão na faixa de dezoito até quarenta e quatro anos. “É um público totalmente diferente do que eu atingia, faço que meu conteúdo chegue para pessoas mais jovens e pessoas mais velhas ao mesmo tempo”, afirma Rodrigo Ferreira, repórter da 96 FM Natal (FERREIRA, 2023, informação verbal)²⁷.

Figura 3 - Faixa etária dos seguidores do Rodrigo Ferreira no Instagram



Fonte: Rodrigo Ferreira

Sobre ter seu canal no YouTube e ser contratado por uma mídia tradicional, Rodrigo explica: “No Rio Grande do Norte, eu não encontrei resistência em nenhum momento, tanto na CBN, na minha antiga casa, como também na 96 FM. Eles sempre deixaram muito aberto” (FERREIRA, 2023, informação verbal)²⁸. O jornalista é comentarista do Jogo Rápido, às 19h30, e é repórter de campo em todas as partidas do ABC. Porém, ele admite que pode tirar o público da emissora: “Em que pese que eu me torne um concorrente na questão das visualizações. Talvez o cara quer assistir um e deixa de assistir o outro porque já me viu um mais cedo”, comenta Rodrigo Ferreira.

²⁷ FERREIRA, Rodrigo. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

²⁸ FERREIRA, Rodrigo. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

Logo, os profissionais do jornalismo esportivo potiguar têm experimentado a atuação em plataformas digitais estando ou não ligados a empresas locais de comunicação. Seja como um projeto alternativo ao saírem dessas emissoras ou como uma atuação complementar à atuação nas empresas, é perceptível a ampliação local desse nicho. Percebe-se, portanto, que as mudanças no comportamento de consumo de mídia têm impactado no modo como o jornalismo esportivo está se adaptando às plataformas digitais.

4.2 COMO O YOUTUBE É USADO NO JORNALISMO ESPORTIVO POTIGUAR

Ao transmitirem os jogos pelo YouTube, as rádios têm investido cada vez mais em imagens e conteúdos de qualidade. Por isso, é necessário entender como funciona a cobertura de cada veículo de comunicação e as suas peculiaridades na plataforma de vídeos.

4.2.1 UNIVERSIDADE DO ESPORTE

O Universidade do Esporte foi criado em 2016, com o objetivo de criar um programa de esporte para a Rádio Universitária FM, exibido segunda e quinta-feira, às 20h. A princípio, seria apenas com funcionários da emissora, até que surgiu a ideia de se trazer estudantes que pudessem usar o espaço como um aprendizado prático, se tornando um projeto de extensão da UFRN com servidores e discentes.

Figura 4 - Em 2018, a equipe do UDE na transmissão de Futebol de 7 Society



Fonte: Universidade do Esporte

Em 2018, Eduardo Madruga, na época integrante do UDE, recebeu um convite para fazer a transmissão da Copa Dunas de Futebol 7 Society, uma competição com sete jogadores e que é muito popular no futebol amador de Natal. Fernando Amaral, fundador do projeto, gostou da ideia e começou a fazer treinamentos com os estudantes. Até porque era necessário ter narrador, comentarista, repórter, operador técnico e cinegrafista, como a transmissão era com imagens, contou com a ajuda dos aparatos técnicos da TV Universitária.

Além disso, havia fotógrafos e pessoas responsáveis por fazer o texto sobre o jogo. A cobertura era toda feita via Facebook, seja a transmissão ou as matérias. Com o sucesso, a Rádio Universitária FM decidiu fazer a cobertura dos jogos do ABC e América.

Figura 5 - Primeira transmissão de futebol profissional do Universidade do Esporte



Fonte: Universidade do Esporte

Em 16 de março de 2019, foi feita a primeira transmissão de futebol profissional da emissora, na partida entre América e Força e Luz, pelo Campeonato Potiguar. Com a *live* feita no Facebook, o Universidade do Esporte usou desde o seu início ferramentas visuais para quem quisesse acompanhar pela rede social do que no rádio, como câmera no narrador e comentaristas, placar, escalação dos times, sinalização dos jogadores que tomaram cartão, foram substituídos e que marcaram os gols do jogo. Na época, a maior rede social do projeto era o Facebook, então toda cobertura era feita na plataforma.

Em 13 de novembro de 2020, foi feita a primeira transmissão do UDE no YouTube, com a partida entre Cruzeiro de Macaíba e Bahia, pela segunda divisão do campeonato nacional feminino. Porém, era algo bem inconstante, às vezes, havia *live* no Facebook e YouTube, mas na maioria das ocasiões era apenas no Facebook. Apenas em 2022 começaram a planejar a transmissão de todos os jogos no YouTube, com a saída do Vinícius Kato, operador técnico, para a 96 FM Natal e a chegada do Arthur de Souza para o projeto. Por já ter experiência na produção de eventos, trouxe ideias e modernidades para o canal. Por exemplo, investiu em três câmeras no estádio, sendo duas fixas mais simples, uma focada na equipe e outra no gramado.

Enquanto tem uma profissional com movimentação, com imagem fechada na torcida, no treino dos jogadores, no aquecimento dos goleiros e na entrada dos atletas pelo túnel. Além disso, participação de torcedores ao vivo e mensagem dos telespectadores na tela. Uma transmissão com qualidade televisiva. Com isso, a Universitária FM alcançou uma audiência histórica entre as emissoras potiguaras. Por conta disso, as outras rádios que tinham apenas uma thumb no vídeo e a transmissão só por áudio, sem nada pensando no público que acompanha exclusivamente pela rede social, decidiram fazer uma reformulação na forma que usavam a plataforma de vídeos. A fórmula do UDE começou a ser uma inspiração para outros veículos de comunicação, sendo referência no modo como é feito jornalismo esportivo no Rio Grande do Norte.

Figura 6 - A transmissão do UDE na final do Campeonato Potiguar de 2022



Fonte: Universidade do Esporte

Em 25 de abril de 2022, o Universidade do Esporte estreou seu programa esportivo na TV Universitária, que é exibido toda segunda, às 17h. Com isso, nas transmissões do YouTube também passaram a ser usadas matérias que foram veiculadas na televisão, além de conteúdos exclusivos. A cobertura da partida começa 1h30 antes, tanto no YouTube como na rádio. Porém, quando o jogo ocorre no mesmo horário que o programa nacional A Voz do Brasil, a partida é transmitida apenas na plataforma de vídeos. Por pertencer a uma rádio pública, o programa não pode ter patrocínio. Segundo Fernando Amaral (AMARAL, 2023, informação verbal)²⁹, até o dinheiro da monetização é pouco, sendo o projeto financiado pela Superintendência de Comunicação da UFRN (Comunica).

4.2.2 CENTRAL ESPORTIVA

A Central Esportiva teve sua primeira transmissão em 16 de abril de 2022, com estreia do ABC (Rio Grande do Norte) na Série C, contra o Ferroviário do Ceará. Gustavo Sousa, o Binho, Arthur de Souza, Matteus Fernandes e PH Dias saíram do Universidade do Esporte para criar a webrádio. O jornalista Gustavo Sousa, ao explicar o processo de idealização do projeto, aponta:

A gente estava há três anos fazendo transmissão esportiva, os números com o passar dos meses foram melhorando, evoluindo e batendo recordes. Como a gente está perto de terminar a universidade, não faria sentido continuar no projeto, era necessário entrar no mercado de trabalho, mas a gente poderia criar o nosso próprio veículo de comunicação. Então, decidimos empreender por meio do YouTube, tendo um canal próprio para captar patrocínio e poderia também desenvolver vários projetos que não deram certo no UDE. (SOUSA, 2023, informação verbal)³⁰.

No início, a ideia era fazer um canal offtube³¹, porque os membros ainda não tinham registro na Associação dos Cronistas Esportivos do Rio Grande do Norte (ACERN). Ou seja, não tinham acesso ao estádio ou acesso à cabine. Em um mês, com realização da carteira da associação, a Central Esportiva adquiriu sua cabine no Estádio Frasqueirão e Arena das Dunas. Além disso, já que Arthur de Souza tem os equipamentos necessários para uma transmissão, nada impediu a empresa de mudar de ideia e cobrir os jogos de forma presencial.

²⁹ AMARAL, Fernando. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 1 jun. 2023.

³⁰ SOUSA, Gustavo. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

³¹ Offtube significa que foi feito de um estúdio onde narrador e comentarista analisam as imagens de uma tela.

Figura 7 - Integrantes da Central Esportiva em atividade na Arena das Dunas



Fonte: Central Esportiva

Permanecendo com o formato que funcionou no Universidade do Esporte, a Central aperfeiçoou os métodos. Fizeram a inclusão de influenciadores do ABC e América na transmissão, o que ajudou a trazer mais público para um canal criado do zero por jornalistas recém-formados. Essa atitude refletiu nos veículos comerciais, que também colocaram a participação de torcedores em suas exibições para atrair audiência.

Hoje em dia, a empresa investe em qualidade técnica e interação. Além de posicionarem várias câmeras no estádio, como faziam no Universidade do Esporte, também trouxeram mais ferramentas para aumentar a interação com os telespectadores, como a criação de conta no WhatsApp. Com isso, o público pode mandar foto, vídeo e mensagem para ser exibida no ar. “A rádio tem sua grade, não tem como ler todas. Não tem uma mensagem que passe em branco, a Central lê todas as mensagens. Foi uma marca que a nossa empresa implementou na transmissão esportiva potiguar”, comenta com orgulho Gustavo Sousa, o Binho (SOUSA, 2023, informação verbal)³².

³² SOUSA, Gustavo. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

Na capa da *live*, tem apenas o escudo das equipes e o logo da Central Esportiva, da competição e dos patrocinadores. Apesar de ser nova no mercado, tem cinco parceiros: as empresas Coopefarma Tancredo Neves, a BetNacional, WillBank, Futebol Interativo e Berti's Pizza. Segundo Arthur de Souza (SOUZA, 2023, informação verbal)³³, a maior renda da Central Esportiva vem dos patrocinadores, o valor recebido pela monetização do YouTube ajuda, mas não é o suficiente para se sustentar.

Figura 8 - A thumb da partida entre Sport e ABC, pela semifinal da Copa do Nordeste



Fonte: Central Esportiva

Durante as coberturas, antes de começar a partida do jogo de futebol, a Central Esportiva mostra o aquecimento dos atletas, a entrada dos jogadores em campo e a torcida. Durante o jogo, a câmera fica apenas no narrador. Na transmissão, há um campo interativo com informações técnicas como o número de faltas no jogo, escanteio, posse de bola, finalizações e quem marcou o gol. Além disso, mostram-se os jogadores que foram substituídos e os atletas que receberam cartão amarelo ou vermelho. Porém, a principal função é que a pessoa que está assistindo em casa saiba onde está a bola naquele momento. Na exibição também tem o placar e o logo de um dos patrocinadores, que muda constantemente, e da própria Central Esportiva.

³³ SOUZA, Arthur de. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

Figura 9 - Transmissão da partida entre ABC e Tombense na Central Esportiva



Fonte: Central Esportiva

Atualmente, o canal tem um programa chamado Resenha da Central, toda segunda e quinta, às 21h. Além disso, tem uma parceria com o Novo Notícias. O portal coloca o link da Central Esportiva nas matérias sobre as partidas do ABC e América.

4.2.3 98 FM NATAL

A 98 FM Natal está há mais tempo com transmissão esportiva, de forma consecutiva, desde a Série A do Brasileiro de 2007, com a partida entre América e Vasco. A equipe atualmente é formada por Renan Silva, Bruno Manfredini, Tais Viviane, Exmar Tavares, Marco Lira, Leo Felix e Santos Neto. Como todas as emissoras, a 98 FM Natal também investe em câmeras na transmissão. Inclusive, fecharam um acordo com a 2S produções, que trabalha especificamente com transmissões televisivas. Agora, o canal tem as imagens do jogo para mostrar na *live* os melhores momentos da partida, podendo fazer análises de situações polêmicas. Por exemplo, um pênalti não marcado, uma expulsão questionável ou um impedimento irregular. Ou seja, o ouvinte que não viu o lance, pode acompanhar na plataforma de vídeos. Apesar disso, a rádio não faz transmissão exclusivo para o YouTube, apenas quando o pré-jogo ocorre simultaneamente com transmissão do programa nacional A Voz do Brasil ou pelo jornal principal da emissora, o Repórter 98.

Figura 10 - A thumb da partida entre Remo e América, pela Série C do Brasileiro



Fonte: 98 FM Natal

Na miniatura da transmissão, a rádio usa o logo das empresas parceiras e da própria emissora, junto com o dia e o horário do início da *live*, os símbolos dos clubes e um jogador de destaque de cada time. No pré-jogo – período que antecede o início oficial da partida, mas que já há movimentação nos estádios – a 98 FM Natal mostra as imagens ao vivo do ambiente.

Figura 11 - Transmissão da partida entre Remo e América na 98 FM Natal



Fonte: 98 FM Natal

Durante o jogo, a câmera fica direcionada ao narrador e comentarista. Na tela são exibidas informações como um campo interativo para que a pessoa que está assistindo em casa saiba onde está a bola naquele momento – seja na lateral, no escanteio, no ataque do time potiguar ou do adversário. Também tem o placar, a escalação dos dois clubes, os jogadores que receberam cartão de advertência ou expulsão e os atletas que marcaram os gols no jogo. Além das imagens dos dois treinadores.

Como a empresa não considera que a monetização da plataforma é lucrativa, a forma de patrocínio principal é através de patrocinadores. Wosley Cavalcante, diretor artístico e de programação da 98 FM Natal (CAVALCANTI, 2013, informação verbal)³⁴, afirma que a divulgação dos números de audiência do YouTube ajuda a fechar patrocínios, mas o foco segue sendo a sintonia radiofônica. Apesar desta fala, nos últimos meses o canal sofria com constantes derrotas e chegou a ficar em quinto lugar em algumas partidas. Com os investimentos recentes, voltou para a vice-liderança e se aproximou dos números da líder atual, a 96 FM Natal.

4.2.4 96 FM NATAL

A 96 FM Natal, a mais antiga emissora FM do Rio Grande do Norte, transmitiu jogos de futebol até 2012. Segundo Ênio Sinedino, diretor da rádio (SINEDINO, 2023, informação verbal)³⁵, a 96 FM tinha uma equipe qualificada na área esportiva e era líder de audiência na época. Porém, o projeto ficou financeiramente inviável, por conta do custo do salário dos jornalistas e das viagens pelo Brasil inteiro para acompanhar o ABC e o América. Porque era necessário pagar a viagem, as diárias e a alimentação das pessoas. Sem patrocinadores suficientes, a empresa deixou as transmissões esportivas em 2012. Dez anos depois, o retorno só foi possível pela garantia financeira através dos patrocinadores fechados com antecedência. Os integrantes iniciais eram formados por Ed Oliveira, Edmo Sinedino, Mallyk Nagib, Junior Lins e Marcus Arboés. Em agosto de 2022, a 96 FM contratou Marcos Lopes, Jackson Capixaba e Dionísio Outeda (O Gringo). Atualmente, a equipe permanece com Edmo Sinedino, Mallik Nagib, Marcos Lopes e Gringo. Além do âncora Wilson Mancini e o repórter Rodrigo Ferreira, que era funcionário da CBN Natal.

³⁴ CAVALCANTI, Wosley. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 6 jun. 2023.

³⁵ SINEDINO, Ênio. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

Figura 12 – A capa do Jogo Rápido com a equipe esportiva da 96 FM



Fonte: 96 FM Natal

Desde o início do novo projeto, a rádio investiu nas transmissões via YouTube. Inclusive, a empresa se surpreendeu com o resultado: “Foi um sucesso tão grande. Estourou de audiência, surpreendente para a gente”, disse Ênio Sinedino, diretor da emissora (SINEDINO, 2023, informação verbal)³⁶. A 96 FM segue o que outras rádios fazem, usam câmeras de qualidade para filmar o gramado e a cabine de imprensa. Atualmente, incorporaram o drone, o que torna a transmissão cada vez mais com nível televisivo. Ênio alerta que este fenômeno traz uma nova situação no jornalismo esportivo: “Com o advento do YouTube, é necessário cuidado com a aparência. Na rádio, por ser só áudio, a pessoa podia ir até de camiseta e short. Agora tem uma audiência que está te vendo, então tem que ter uma preocupação estética também”.

Por alguns anos, a Secretaria de Estado de Segurança Pública e da Defesa Social do Rio Grande do Norte (Sesed-RN), proibiu o uso de rádios de pilha nos estádios. Com isso, as pessoas mais velhas, que tinham o costume de ouvir as emissoras com seu aparelho no estádio, decidiram acompanhar pelo YouTube. Em fevereiro de 2023, a Sesed voltou atrás na decisão, mas agora o hábito é ouvir as transmissões pela plataforma de vídeos. Também tem pessoas que acompanham os jogos na televisão, mas deixam o smartphone com o áudio no YouTube. Além disso, tem cidadãos que não possuem TV por assinatura ou o streaming que adquiriu o direito

³⁶ SINEDINO, Ênio. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

de transmissão da partida. Casos que explicam o grande sucesso, principalmente da 96 FM, que é líder absoluta em audiência.

Em relação com a transmissão em si, o começo depende do horário dos jogos e da grade de programação da emissora. A cobertura inicia uma hora antes da partida no dial e no YouTube. Porém, se o jogo for em um horário que tenha outro programa, a transmissão fica exclusiva na plataforma de vídeo uma hora antes da partida e só entra ao vivo no rádio o jogo em si. Então tudo depende da grade.

Apesar de ter o canal monetizado, o dinheiro ainda não representa lucro para a empresa. “Ainda não é tão rentável, ainda não é tão lucrativo, mas a tendência é que se torne lucrativo. Por isso, a gente está investindo muito nessa questão das redes sociais e das novas plataformas”, afirmou o diretor da 96 FM (SINEDINO, 2023, informação verbal)³⁷. Porém, as visualizações contribuem e muito para que a emissora tenha mais patrocínios: “A média da nossa audiência é quase três vezes a média de audiência do segundo colocado. Então serve como um argumento de venda. Aos poucos o mercado está entendendo essa nova composição de transmissão de rádio no YouTube”, completa Ênio Sinedino.

Figura 13 - Miniatura da partida entre ABC e Novorizontino na emissora



Fonte: 96 FM Natal

A 96 FM coloca na thumbnail do jogo que transmitirá as seguintes informações: as pessoas que farão a partida, o dia e o horário de início da *live*, os símbolos dos clubes, os bordões

³⁷ SINEDINO, Ênio. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

do narrador Marcos Lopes, como o “adivinhe” e “levanta” de Marcos Lopes, e ainda o logo de todos os patrocinadores, sendo mais uma forma de divulgação das empresas parceiras.

Figura 14 - Transmissão da partida entre ABC e Novorizontino na 96 FM Natal



Fonte: 96 FM Natal

Durante toda a transmissão, fica passando o logo das empresas que patrocinam o esporte da 96 FM. Além também da parte falada pelo narrador, como slogan das marcas e testemunhais. No decorrer da partida, além do logo dos patrocinadores e da rádio, permanece na tela o placar do jogo e o horário de Brasília. Em 17 de junho de 2023, no jogo entre América e Confiança, a emissora estreou o *podcast* “Aquecimento 96”. No *link* da transmissão, durante 50 minutos, o narrador Marcos Lopes e o setorista do clube na rádio, Mally Nagib do América ou Rodrigo Ferreira do ABC, conduzem uma entrevista com um atleta do time potiguar envolvido na partida. O primeiro entrevistado foi Bruno Pianissolla, goleiro do América. É mais um investimento da emissora em conteúdo exclusivo para o YouTube.

5 CONSEQUÊNCIAS NO JORNALISMO ESPORTIVO POTIGUAR

Com o novo formato de transmissão esportiva no YouTube dos veículos de comunicação do Rio Grande do Norte, várias consequências modificaram o jornalismo esportivo potiguar. Neste capítulo, serão analisados estes pontos.

5.1 BRIGA POR AUDIÊNCIA

Um dos principais pontos observados com o crescimento e foco das emissoras de rádio no YouTube é a briga pela audiência. Segundo o site oficial do Ibope³⁸, a única forma de medição de audiência em rádio é realizada pelo método de *recall*. Nesse tipo de pesquisa, o entrevistado informa quais rádios ouviu nas últimas 48 horas, além de outras emissoras sintonizadas, ainda que com menor frequência, nos últimos 90 dias.

A pesquisa se utiliza de amostra móvel trimestral, ou seja, os resultados divulgados em janeiro equivalem aos dados de outubro, novembro e dezembro. Os entrevistados possuem, pelo menos, mais de 10 anos de idade, residem em domicílios particulares e permanentes e fazem parte das classes A, B, C, D ou E, segundo o Critério de Classificação Econômica do Brasil (CCEB). Como são feitas por computadores portáteis, os dados são atualizados automaticamente, processados e verificados para compor os resultados que vão ser divulgados. Ou seja, tem uma forma de descobrir quem lidera na rádio, mas é necessário contratar uma empresa para fazer o serviço e demora três meses.

Com o YouTube, é possível saber em tempo real qual emissora está na frente, já que a plataforma mostra o número de aparelhos conectados de forma simultânea. Após a transmissão ao vivo, os dados de acesso mostram de forma célere o canal que terminou em primeiro lugar pelo número de visualizações.

Devido à importância dessa nova forma de cobertura jornalística e pela facilidade para saber o número de pessoas alcançadas, o jornalista Rodrigo Ferreira criou o perfil no Instagram chamado Audiência do Futebol RN³⁹. A página tem como objetivo divulgar a audiência das rádios e webrádios que cobrem o futebol no Rio Grande do Norte. Após as partidas, são divulgadas as colocações das empresas no *ranking* de audiência e o número de visualizações por jogo. Ao fim do mês, o perfil publica as visualizações totais mensais, as visualizações totais

³⁸ Disponível em: <<https://teletronix.com.br/blog/medir-audiencia-em-radio-saiba-importancia-e-como-faze-lo/>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

³⁹ Instagram da página Audiência do Futebol RN <https://www.instagram.com/radios_rn>.

no ano e a média de visualizações por transmissão durante o mês. Atualmente, os jornalistas de rádios e grupos jornalísticos independentes compartilham as publicações do perfil quando obtêm bons resultados, o que gera uma “disputa” entre as emissoras que atuam do YouTube e desejam bons números de audiência. As empresas, inclusive, publicam as informações nos seus sites oficiais quando os dados são favoráveis. Por exemplo, a 96 FM comemorou 1 milhão de visualizações em transmissões esportivas em 2023 a partir desse índice. Isso mostra que, de fato, já há uma busca por essas novas métricas de plataformas digitais.

Figura 15 - Ranking mensal de maio de 2023

Audiência do Mês

Maio de 2023

1º) 96 FM Natal	388 mil
2º) Central Esportiva	198,7 mil
3º) 98 FM Natal	144 mil
4º) CBN Natal	128,1 mil
5º) JP News Natal	104,1 mil
6º) FM Universitária	61,5 mil
7º) 87 FM Natal	31,6 mil
8º) ParnaRadio	17,7 mil



Fonte: Audiência do Futebol RN

Perguntado sobre o motivo da criação do perfil, Rodrigo Ferreira via as emissoras comemorando a liderança, mas não ficava claro para o público geral os números de todas as empresas. “Todo jogo vou fazendo a métrica, espero sempre pelo menos 24 horas, que é para os números do YouTube serem consolidados, como sugere os especialistas”, explica o jornalista (FERREIRA, 2023, informação verbal)⁴⁰. Inclusive, Rodrigo revelou que foi procurado até por pessoas da Paraíba que acharam interessante a ideia para que eles possam repetir o ranking da audiência no estado vizinho.

Em relação à competitividade, um dos nossos resultados aponta para o fato de que aumentou a disputa, mas também o investimento financeiro: “Hoje tem uma briga maior pela audiência, mas é bacana ver o maior esforço que essas emissoras estão fazendo para tentar

⁴⁰ FERREIRA, Rodrigo. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

deixar a sua transmissão mais atrativa para o público”, diz Rodrigo Ferreira (FERREIRA, 2023, informação verbal)⁴¹.

De acordo com o dono do Instagram de audiência, com a chegada do YouTube, fez com que a exigência por imagem por parte do telespectador fosse maior. Antigamente a pessoa ficava satisfeita só em estar ouvindo no rádio comum. Atualmente, além disso, no YouTube é esperada uma imagem e uma cobertura do período do pré-jogo que pode ser comparada tecnicamente até mesmo a transmissões televisivas. Com isso, o principal beneficiado é o torcedor-espectador, que estará consumindo um conteúdo de melhor qualidade a partir desses avanços e busca por melhorias de um grupo aprendendo com o outro.

As emissoras admitem que se preocupam com a audiência, mas não reconhecem que é uma briga só por uma liderança, usam outros argumentos para afirmar que querem mais público. No caso da 96 FM, segundo Ênio Sinedino (SINEDINO, 2023, informação verbal)⁴², quanto mais audiência, fica mais fácil fechar patrocínios. É compreensível, já que a emissora ficou 10 anos sem transmissão esportiva por conta da falta de parcerias financeiras. De acordo com Wosley Cavalcanti, da 98 FM Natal (CAVALCANTI, 2013, informação verbal)⁴³, a audiência no YouTube é um termômetro importante, porém, a maior e principal audiência é via sintonização pelo rádio. Já para os integrantes da Central Esportiva, a transmissão muda de acordo com o desejo da audiência. “Se o público quer ver um um pré-jogo com maior duração, a gente vai fazer. Vamos errando e tentando consertar. Como nós não estamos presos a um chefe, temos essa oportunidade de errar até chegar em uma fórmula ideal”, afirma Arthur de Souza, um dos criadores da webrádio (SOUZA, 2023, informação verbal)⁴⁴. Por ser um projeto de extensão da UFRN, o Universidade do Esporte, não tem preocupação com a colocação no ranking de audiência. Segundo Fernando Amaral, o objetivo é treinar profissionais para o mercado. “Nós não estamos disputando com ninguém. É claro que gostamos quando ficamos numa posição legal no ranking, mas o nosso objetivo é mostrar os profissionais para o mercado. Vários antigos membros do projeto hoje estão nas principais rádios comerciais do estado”, comenta o fundador do Universidade do Esporte (AMARAL, 2023, informação verbal)⁴⁵.

Com o desenvolvimento desta pesquisa, percebe-se que o uso da plataforma de vídeos ampliou a disputa por audiência, que antes acontecia apenas nos parâmetros de radiodifusão e agora também envolve as métricas digitais. O YouTube se tornou uma referência para saber se

⁴¹ FERREIRA, Rodrigo. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

⁴² SINEDINO, Ênio. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

⁴³ CAVALCANTI, Wosley. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 6 jun. 2023.

⁴⁴ SOUZA, Arthur de. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

⁴⁵ AMARAL, Fernando. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 1 jun. 2023.

a emissora está tendo um bom ou mau alcance, influenciando na contratação e demissões de funcionários. Com isso, por exemplo, em agosto de 2022, a 96 FM Natal estava entre as últimas colocadas em visualizações. Após isso, a rádio - que era líder em quase todos os horários, menos no esporte - decidiu demitir a equipe esportiva e contratar uma nova. Assim, Marcos Lopes, Jackson Capixaba e Dionísio Outeda (O Gringo) saíram da 98 FM Natal, líder no YouTube naquele momento, para se transferir para a 96 FM Natal. Ou seja, o bom desempenho na plataforma digital propiciou aos jornalistas uma nova oferta de trabalho em uma outra empresa. Perguntado sobre o motivo, Ênio Sinedino explicou: “A 96 FM mudou por questão de audiência e também por oportunidade de mercado. Indiscutivelmente, Marcos Lopes traz muita audiência. Ele veio conversar comigo, perguntou se tínhamos o interesse na contratação e chegamos em um acordo” (SINEDINO, 2023, informação verbal)⁴⁶.

O YouTube oferece a oportunidade de alcançar um público muito maior do que a transmissão tradicional de rádio. Enquanto a transmissão radiofônica convencional tem um alcance limitado pela frequência de transmissão, a plataforma de vídeos é acessível a qualquer pessoa com acesso à internet. Isso significa que as emissoras podem atingir ouvintes em todo o mundo, ultrapassando as fronteiras geográficas e chegando a um público mais amplo.

5.2 VIRALIZAÇÃO DE CONTEÚDOS

A transmissão via YouTube facilitou o alcance de vídeos de cada emissora e que, inclusive, torna-se conteúdo de outros canais na plataforma e também em outras redes sociais na internet. Por exemplo, em jogos históricos como no acesso do América para a Série C do Brasileirão⁴⁷ de 2023, bem como o acesso do ABC para a Série B de 2023, vários canais do YouTube juntaram as narrações de cada emissora e publicaram, com o objetivo das pessoas não precisarem ver cada transmissão para ver a diferença das narrações, tudo está em um só lugar. No caso do acesso do América, a própria Inter TV Cabugi fez o mesmo e encerrou o jornal RN2 com os vídeos que foram transmitidos no YouTube. Quando o caso é negativo, com derrotas do futebol potiguar, o mesmo ocorre para mostrar a decepção dos profissionais na narração.

Para exemplificar, narro um caso que aconteceu no contexto do futebol potiguar. Em 28 de agosto de 2022, o América de Natal (RN) precisava vencer por dois gols de diferença contra o Caxias do Sul, do Rio Grande do Sul, para conseguir o acesso para a Série C de 2023. Aos 42

⁴⁶ SINEDINO, Ênio. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

⁴⁷ O Campeonato Brasileiro de Futebol, popularmente chamado de Brasileirão, é a principal competição nacional do esporte. Atualmente, é dividida em quatro divisões: Séries A, B, C e D.

minutos do segundo tempo, o alvirrubro⁴⁸ fez 2 a 1 nos gaúchos, placar que levaria a disputa para os pênaltis. Até que, aos 47 minutos, já nos acréscimos, o América marcou o gol que precisava para sair da Série D, última divisão do futebol brasileiro, após 6 anos. O sentimento foi de completa empolgação para os mais de 28 mil espectadores presentes no estádio Arena das Dunas, principalmente para os jornalistas na cabine de imprensa, que foram gravados no momento da “explosão” de alegria. Porém, o vídeo com maior repercussão foi da Central Esportiva, o comentarista Junior Lins comemorou e pulou tanto com o gol alvirrubro que a sua calça jeans caiu. O vídeo viralizou e foi publicado por várias páginas no Instagram, Twitter e TikTok. Até a Inter TV Cabugi, uma das principais emissoras locais, publicou o vídeo em uma matéria do jornalista Lucas Cortez no RN1.

Figura 16 - Junior Lins e Matteus Fernandes no gol do acesso do América



Fonte: Central Esportiva

Este fato ocorreu pela liberdade que a Central Esportiva tem dos seus integrantes comemorarem uma conquista do futebol potiguar, até por ser uma empresa deles, então não precisam ficar presos em formato de uma mídia tradicional. Para Junior Lins, a influência de outros canais do YouTube faz que, inconscientemente, a Central use esta linguagem informal. Porém, também buscam intercalar com o formato radiofônico. “É expressar o que o torcedor está sentindo, seja tristeza ou alegria, é a conexão com quem está nos acompanhando”, afirma Junior Lins, comentarista da Central Esportiva (LINS, 2023, informação verbal)⁴⁹.

⁴⁸ Alvirrubro é o termo designado para algo com as cores vermelha e branca.

⁴⁹ LINS, Junior. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

Em outra ocasião, o ABC venceu o Paysandu pelo placar de 1 a 0, resultado que valia o acesso à Série B. Então, aos 43 minutos do segundo tempo, o narrador Marcos Lopes, da 96 FM Natal, anunciou ao microfone da rádio que iria transmitir de joelhos os instantes finais da partida. O jornalista pediu para um assistente retirar a cadeira e se ajoelhou na cabine do Estádio Frasqueirão. Segundo ele, foi "coisa de momento", pela tensão criada no estádio nos últimos minutos, com a pressão do Paysandu pelo empate. O ABC precisava manter a vitória para garantir a classificação para a Série B de 2023 com uma rodada de antecedência - e assim conseguiu. Se não fosse a nova forma de comunicação através do YouTube, não teríamos esta imagem histórica para o jornalismo esportivo e para o público que acompanha essa área. Marcos Lopes, o mais antigo narrador em atividade no Rio Grande do Norte, ajoelhado diante do nervosismo da situação.

Figura 17 – O jornalista Marcos Lopes fica de joelhos na cabine do Estádio Frasqueirão



Fonte: 96 FM Natal

O ex-técnico do ABC, Fernando Marchiori, se tornou quase uma unanimidade de boa aceitação entre torcedores do ABC e jornalistas. Porém, apenas um profissional da imprensa esportiva criticava o trabalho do comandante alvinegro⁵⁰, o comentarista Edmo Sinedino, da 96 FM Natal. Em março de 2023, o ABC vivia uma temporada favorável ao time. Estava na terceira

⁵⁰ Alvinegro é o termo designado para algo com as cores preta e branca.

fase da Copa do Brasil, eliminando o Vasco da Gama, semifinal da Copa do Nordeste e encaminhada a vaga na final do Campeonato Potiguar. Em todo jogo do alvinegro e programas da 96 FM, Edmo Sinedino sempre criticava o técnico.

Por outro lado, Fernando Marchiori também falava mal do jornalista nas entrevistas coletivas. A emissora, então, decidiu colocar os dois “rivais” frente a frente no programa esportivo da rádio como estratégia para obtenção de audiência. O Jogo Rápido do dia 20 de março deste ano se tornou um grande confronto “patrocinado” pela própria emissora em que o jornalista trabalha. Com a discussão, o resultado veio, o programa teve a maior audiência da sua história, com 12 mil visualizações. O corte do momento mais intenso da briga foi publicado pela 96 FM no YouTube, Instagram, Facebook, Twitter e no próprio site da empresa. Inclusive, com a capa do vídeo com emoji de fogo – utilizando mais esse elemento da comunicação digital – e o título em caixa-alta: “FERNANDO MARCHIORI X EDMO SINEDINO”, ampliando ainda mais a leitura de que o quadro foi uma disputa. Depois disso, nos meses de abril e maio, Fernando Marchiori ficou nove jogos consecutivos sem vencer no comando do ABC e foi demitido em 14 de maio de 2023. A briga entre os dois é mais um exemplo de um caso que não teria tanta repercussão se as rádios não começassem a fazer as transmissões de programas e jogos via YouTube.

Figura 18 - Discussão de Fernando Marchiori e Edmo Sinedino ao vivo na 96 FM



Fonte: 96 FM Natal

5.3 PRESENÇA FEMININA

No Brasil, as mulheres já chegaram à presidência da República, ao comando da principal corte de Justiça e à direção da maior companhia aérea nacional. Mas, no país do futebol, o jornalismo esportivo ainda parece uma barreira difícil que falta ser ultrapassada pelas mulheres. Embora a presença feminina no jornalismo esportivo tenha experimentado um crescimento significativo nas últimas décadas, ainda há muitas conquistas a serem alcançadas. A cultura machista, ao longo da história, tentou apartar a imagem de mulheres e do jornalismo esportivo, reproduzindo culturalmente que esse era um lugar masculino.

Hoje, em diversas emissoras e redações no Brasil, mulheres ocupam postos de destaque e até de liderança que antes eram somente ocupados por homens. Temos a narradora Luciana Marianno na ESPN, que é a pioneira na televisão brasileira. Na Globo/SporTV há a presença de Renata Silveira, que foi a primeira mulher a narrar um jogo de Copa do Mundo na TV aberta, em 2022. Na mesma emissora, Natália Lara e a recém-contratada Isabelly Moraes vão narrar a Copa do Mundo Feminina em julho de 2023. Nos comentários, em 2019, Ana Thaís foi a primeira mulher a comentar um jogo de futebol masculino na televisão aberta do Brasil. Atualmente, chega a ser até difícil pensar em uma mesa redonda ou um programa de comentários esportivos sem a presença de ao menos uma repórter. A opinião feminina passou a ser menos desvalorizada e recebida, muitas vezes em contraponto às opiniões estereotipadas de sempre.

Porém, diferente do cenário nacional que já apresenta alguns avanços, no Rio Grande do Norte o processo é mais lento. Na área do jornalismo esportivo, as mulheres só tinham espaço nas reportagens televisivas, como é o caso da Ana Carla Martins, que trabalhou na transmissão da Copa do Nordeste, Esporte Interativo, Nordeste FC e Nosso Futebol. Atualmente, ela é repórter de campo na Band RN na cobertura do Campeonato Potiguar. Além dela, há Vanessa Florencio, na TV Ponta Negra, e Lucia Oliveira e Rebeca Oliveira, na TVU, com as matérias dos jogos.

Em 2016, a TV Universitária voltou com o programa TVU Esporte após quase 15 anos, a diferença foi pioneirismo com a criação do primeiro programa esportivo com toda equipe feminina. Porém, com o início da pandemia, em 2020, o TVU Esporte saiu do ar e nunca mais voltou. Apesar disso, a jornalista Amanda Porfirio, que fazia parte do projeto, aproveitou a experiência no programa para criar o Fut das Minas⁵¹. Em 2018, Manaus sediou a Libertadores

⁵¹ Site do portal Fut das Minas <<https://futdasminas.com.br/>>.

Feminina, a maior competição de clubes de futebol da América do Sul. Amanda fez a cobertura direto da capital do Amazonas. Com esta vivência, teve mais contato com a modalidade e se aprofundou no tema. “O futebol feminino era um produto muito consumido em Manaus e eu saí de lá encantada. O Brasil inteiro precisava saber que é possível que exista um mercado de futebol feminino eficaz”, completa Porfirio, fundadora do Fut das Minas, (PORFIRIO, 2023, informação verbal)⁵². O portal, idealizado nos corredores da TVU, segue em atividade e atualmente tem dezoito pessoas voluntárias e tem um programa semanal no YouTube da Placar TV. Inclusive, Amanda cobrirá a Copa do Mundo Feminina direto da Austrália.

Na rádio potiguar, a primeira mulher a atuar na área foi Taís Viviane, então comentarista no programa Universidade do Esporte e nos jogos transmitidos na Universitária FM. Em 2022, com o reconhecimento do seu talento, foi contratada para a 98 FM Natal. Hoje, a rádio universitária tem Cecília Batalha, estudante de Jornalismo, na apresentação do pré-jogo. Em 13 de maio de 2023, na partida entre América-RN e Botafogo-PB na Série C, Jessyane Bezerra estreou como repórter de campo na transmissão da Jovem Pan News Natal. É um movimento muito recente, mas está, aos poucos, crescendo o número de mulheres em transmissões esportivas no jornalismo potiguar.

Figura 19 - Tais Viviane na cabine do Estádio Frasqueirão, ao lado de Renan Silva



Fonte: Tais Viviane

⁵² PORFIRIO, Amanda. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Whatsapp, 6 jun. 2023.

A comentarista da 98 FM, Taís Viviane, é formada em Ciência e Tecnologia. Em 2017, como precisava de horas complementares, entrou para o Universidade do Esporte, projeto de extensão da Universitária FM. Sem experiência no começo por não ser da área, se mostrou muito competente na participação no programa esportivo da rádio. Quando a emissora iniciou a transmissão dos jogos, logo se tornou a comentarista dos jogos principais da Universitária. Com a visibilidade que ganhou, foi contratada pela 98 FM Natal.

Figura 20 - Jessyanne Bezerra como repórter de campo na Arena das Dunas



Fonte: Jessyanne Bezerra

Por outro lado, Jessyanne Bezerra ingressou no curso de Jornalismo no primeiro semestre de 2019 e no segundo semestre já estava no TVU Esporte, um projeto de extensão da TV Universitária. “Com a questão do acolhimento e inclusão do projeto que era formado somente por mulheres e todo esse ambiente de segurança fez com que eu tivesse mais confiança e realmente entendesse que eu podia falar sobre esporte”, explica Jessyanne Bezerra, repórter da Jovem Pan News Natal (BEZERRA, 2023, informação verbal)⁵³.

Como o fim do TVU Esporte, ela foi para o Universidade do Esporte e ao mesmo tempo trabalhava na Tribuna do Norte. Por ser do mesmo grupo, ela foi transferida para a Jovem Pan

⁵³ Bezerra, Jessyanne. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

News Natal. “Ricardo Santos, âncora esportivo da emissora, foi meu mentor, me ensinou para melhorar a linguagem, ritmo, pique, tudo mesmo. Ele apostou em mim, porque ele viu o meu empenho e o meu esforço”, conta Jessyane (BEZERRA, 2023, informação verbal)⁵⁴.

A Jovem Pan News Natal não tinha uma mulher na equipe esportiva, mesmo assim com a chegada da Jessyane apenas em 2023, a JP se tornou a única emissora de Natal com uma repórter em campo constantemente. “Me deu muito medo porque eu olhava para os lados e só tinha homem em todos os locais. Era assustador, mas ao mesmo tempo eu entendia que eu precisava fazer aquilo, porque eu sabia o tanto quanto eles sabiam, independente do gênero”, comenta a repórter com a voz embargada (BEZERRA, 2023, informação verbal)⁵⁵.

Sem ter exemplos de outras mulheres fazendo transmissão esportiva na rádio, Jessyane Bezerra e Taís Viviane sentem falta de mais mulheres nas outras emissoras. “Vai ser muito legal quando a gente tiver uma presença feminina maior. Tem muita jornalista que curte futebol e que, às vezes, fica um pouco mais acanhada de comentar” analisa Tais, comentarista da 98 FM Natal (VIVIANE, 2023, informação verbal)⁵⁶. Por outro lado, Jessyane sente falta de um olhar feminino para algumas situações no esporte, mas reforça as dificuldades por ter poucas mulheres nas equipes esportivas: “É um ambiente predominantemente masculino. Então, eu me sinto muito anestesiada, apenas faço meu trabalho. Fico mais quieta, me sinto temerosa a falar algumas coisas, mas na minha perspectiva eu espero que isso mude” (BEZERRA, 2023, informação verbal)⁵⁷.

A transmissão dos jogos via YouTube, com as câmeras na cabine de imprensa, contribui para que mais mulheres tenham o desejo de se tornarem jornalistas esportivas. Para Taís Viviane “Elas podem ver ali que dá, que existe esse espaço para elas também. Eu espero que seja cada vez maior o número de mulheres no jornalismo esportivo. Isso claramente serve de uma inspiração tremenda” (VIVIANE, 2023, informação verbal)⁵⁸. Jessyane Bezerra completa que é uma questão de reconhecimento, que uma menina pode olhar que é possível alcançar aquela profissão. Além disso, a repórter da Jovem Pan News Natal reforça que desde o ano que entrou no jornalismo, em 2019, para os dias de hoje, teve uma abertura muito maior e o mercado valorizou a participação das mulheres. Porém, Jessyane alerta que não é fácil.

⁵⁴ Bezerra, Jessyane. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

⁵⁵ Bezerra, Jessyane. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

⁵⁶ VIVIANE, Taís. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

⁵⁷ Bezerra, Jessyane. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

⁵⁸ VIVIANE, Taís. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

Por mais que eu prove o meu valor, mostro que sei, que tenho conteúdo e informação, dependo de achar alguém que me ouça. No ambiente da universidade, fui moldada a lidar com essas situações, a falar mesmo que a pessoa não queira me ouvir. Eu sou alguém na sociedade e tenho o direito de exercer aquela função como qualquer outro homem. É lógico que preciso estar capacitada, ser profissional, mas ao mesmo tempo saber que a corda sempre arrebenta para o lado mais fraco. Para desqualificar a voz de uma mulher é muito fácil. Então se um homem erra, tudo bem. Agora se uma mulher erra, já vem uma avalanche por cima dela. Então, o cuidado que eu tenho na minha profissão é muito mais dobrado, triplicado, quadruplicado do que com os meus companheiros de equipe. Inclusive nos projetos que eu ingressei voltados ao jornalismo esportivo, muitas mulheres desistiram por causa dessa pressão, dessa cobrança e desses comentários. Acharam melhor seguir em outro caminho (BEZERRA, 2023, informação verbal)⁵⁹.

No caso das emissoras que têm mulheres contratadas, a 98 FM Natal se orgulha por ser a primeira rádio comercial com uma voz feminina na sua equipe esportiva. Para Fernando Amaral, do Universidade do Esporte, as mulheres que mostraram conhecimento ganharam espaço no projeto: “Aconteceu muito naturalmente, sem nenhum tipo de pressão. A mulher sendo competente, tendo vontade, querendo fazer, se esforçando e estudando, eu não vejo nenhum problema” (AMARAL, 2023, informação verbal)⁶⁰.

Por outro lado, na 96 FM, Ênio Sinedino admite que gostaria de contratar uma mulher. Porém, coloca algumas restrições: “A gente não pode simplesmente correr atrás de uma voz feminina. Tem que buscar realmente uma pessoa que faça a diferença na equipe, uma mulher que gosta de futebol, que entende de futebol e que gosta de ler sobre futebol” (SINEDINO, 2023, informação verbal)⁶¹.

Já na Central Esportiva, os fundadores se dizem comprometidos com a inclusão, mas lembram que Letícia Oliveira já fez um jogo como repórter de campo. Porém, como Letícia é estudante da UERN e mora em Mossoró, são poucas as partidas que ela tem disponibilidade. “A nossa ideia é trazer mais mulheres para fazer parte do nosso time fixo, mas não apareceu nenhuma interessada”, completa Gustavo Sousa (SOUSA, 2023, informação verbal)⁶².

A presença feminina no jornalismo esportivo tem contribuído para uma maior diversidade de temas abordados e para a representação de questões relacionadas ao gênero no contexto esportivo. No entanto, o cenário ainda é desigual. Há a necessidade de incluir mais mulheres nessa área para romper com essa lógica sexista. A presença de mulheres no jornalismo esportivo inspira e encoraja outras mulheres a seguirem carreiras nesse campo, quebrando estereótipos e visando mais igualdade de gênero e inclusão.

⁵⁹ Bezerra, Jessyane. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

⁶⁰ AMARAL, Fernando. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 1 jun. 2023.

⁶¹ SINEDINO, Ênio. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

⁶² SOUSA, Gustavo. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

Apesar do foco ser o futebol, a cobertura da modalidade na versão feminina também não tem espaço. Segundo a Unesco⁶³, com dados de 2021, revelou um resultado impactante: de toda cobertura esportiva mundial, apenas 4% do espaço é dedicado às modalidades praticadas por mulheres. Isso significa que a cada 100 notícias do esporte, apenas 4 delas falam de alguma forma sobre a presença feminina. Ou seja, o que não é visto, não é lembrado e fica difícil de ser consumido.

No Rio Grande do Norte, o Universidade do Esporte tem sua história como futebol feminino, já que transmitiu algumas edições do Campeonato Potiguar Feminino e também da Série A2 e A3 do Brasileirão. Atualmente, a Universitária FM não transmite mais o futebol feminino potiguar. Segundo Fernando Amaral, o motivo é a realização dos jogos no Estádio Juvenal Lamartine, localizado no bairro do Tirol, em Natal. Por ser o estádio mais antigo do Rio Grande do Norte, não pode receber torcida e não tem estrutura para fazer uma transmissão. O UDE cobria o campeonato potiguar feminino quando as partidas ocorriam no Estádio Frasqueirão e na Arena das Dunas. “Somos a rádio que mais dá cobertura do futebol feminino. Eu gostaria muito de voltar a transmitir os jogos, mas estão sendo levadas para o Juvenal Lamartine, não tem onde botar uma equipe com segurança”, completa o fundador do Universidade do Esporte (AMARAL, 2023, informação verbal)⁶⁴.

Em relação às outras emissoras, nunca transmitiram o futebol feminino. Na 98 FM, Wosley Cavalcanti afirma que a modalidade no Rio Grande do Norte é praticamente amadora e ABC e América, geralmente, não formam times, inviabilizando comercialmente as transmissões. Na 96 FM, Ênio Sinedino conta que foi procurado por José Vanildo, Presidente da Federação Norte-Riograndense de Futebol, para saber da disponibilidade da rádio para transmitir o futebol feminino. Porém, o diretor da emissora deu uma resposta negativa por entender que a modalidade não tem capacidade de conseguir patrocínio. “Hoje, infelizmente, o futebol feminino não desperta tanto interesse do mercado. Porém, se o esporte se tornar uma realidade a curto prazo ou a médio prazo, com certeza a gente vai transmitir”, explica Ênio. Na Central Esportiva, PH Dias diz que é do total interesse da empresa fazer a cobertura do futebol feminino de forma mais detalhada e mais completa. Porém, a modalidade não tem equipes suficientes e os jogos ocorrem em um estádio que não tem condições de estrutura para uma transmissão. “Até os horários são complicados, normalmente ocorrem de manhã. Enquanto

⁶³ Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/lancepress/2021/07/21/de-toda-cobertura-esportiva-mundial-apenas-4-do-espaco-e-dedicado-as-modalidades-femininas-diz-unesco.htm>>. Acesso em: 17 de mai. de 2023.

⁶⁴ AMARAL, Fernando. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 1 jun. 2023.

ABC e América não tiverem times femininos, a situação não vai melhorar”, reforça PH Dias, um dos fundadores da Central Esportiva (DIAS, 2023, informação verbal)⁶⁵.

O futebol feminino ainda é muito subestimado pela população brasileira, principalmente no Rio Grande do Norte. Diferente de outros estados em que a modalidade cresce, como na região sudeste e sul, no RN é desvalorizado a cada ano. Após a saída do ABC e do América, os jogos só ocorrem no Estádio Juvenal Lamartine e a edição do Campeonato Potiguar de 2022 teve apenas três equipes. Porém, a mídia potiguar tem força para conseguir impulsionar a modalidade. É possível criar um quadro sobre o futebol feminino brasileiro dentro dos programas esportivos das emissoras. Com os equipamentos que as empresas têm para as transmissões, é possível fazer partidas por imagens para o YouTube, de forma exclusiva. Se o tema não for comentado nos veículos de comunicação do estado, fica impossível que o futebol feminino alcance um novo público. Em julho de 2023 terá a maior Copa do Mundo Feminina da história, a primeira com 32 seleções, inclusive com a convocação da potiguar Antônia Silva. É mais uma oportunidade de incentivar que novas mulheres se interessem pelo esporte.

5.4 ESPORTE OU FUTEBOL?

Apesar de ser considerado programas esportivos, a pauta do jornalismo esportivo não engloba quase nenhuma outra modalidade, apenas futebol. Quando o assunto é transmissões de jogos de outros esportes, é até difícil achar exemplos. No RN, 96 FM Natal, 98 FM Natal e Central Esportiva só tem em seu YouTube a cobertura do futebol. No Universidade do Esporte, encontra conteúdos de outros esportes no seu Facebook. Por ser um projeto de extensão da UFRN, o UDE já exibiu edições do Jogos Universitários do Rio Grande do Norte (Jurns), com transmissões de partidas de vôlei e jogos eletrônicos. Na Universitária FM, também já teve espaço para entrevistas sobre futebol americano, remo e outros esportes.

De acordo com Ênio Sinedino, da 96 FM (SINEDINO, 2023, informação verbal)⁶⁶, o programa esportivo da emissora, o Jogo Rápido, é dedicado ao futebol local e um pouco ao futebol brasileiro e mundial. Fala apenas de outros esportes em casos relevantes, uma excepcionalidade, como uma medalha de um atleta brasileiro em um campeonato mundial. Porém, por conta do novo estúdio da rádio ter um espaço para *podcast*, a emissora estreou em 13 de junho, às 21h, o *podcast* Bora Correr, transmitido de forma exclusiva no YouTube. Relacionado a corrida de rua, é apresentado por Breno Perruci.

⁶⁵ DIAS, Ph. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

⁶⁶ SINEDINO, Ênio. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 31 mai. 2023.

Para Wosley Cavalcanti, da 98 FM (CAVALCANTI, 2013, informação verbal)⁶⁷, a cobertura de outros esportes, no futuro, não é descartada pela empresa. Para a Central Esportiva, a questão de transmitir só futebol é um problema da mídia esportiva, não só do Rio Grande do Norte, mas de todo o Brasil. “Eu queria muito que o esporte potiguar pudesse ser mais contemplado, mas aqui no estado não tem outros eventos nesse grau de profissionalismo, a gente teve um clube de vôlei neste status, mas já acabou”, afirma Gustavo Sousa, o Binho (SOUSA, 2023, informação verbal)⁶⁸. No caso do Universidade do Esporte, da Universitária FM, Fernando Amaral admite que gostaria de fazer mais transmissões de outros esportes, até por ser de uma rede pública. “Me dê o calendário do campeonato norte-riograndense de outras modalidades, natação, vôlei, basquete. Se você me der, eu vou mandar uma equipe para cobrir o evento, mas não existe esses campeonatos”, comenta o fundador do UDE (AMARAL, 2023, informação verbal)⁶⁹.

É fato que no Rio Grande do Norte apenas o futebol masculino tem um formato profissional, os outros esportes são poucos valorizados pelas suas próprias federações. Porém, é muito oportuno falar de outras modalidades apenas quando tem bons resultados. Se um atleta potiguar precisa de um incentivo, seja financeiro ou para ter seu nome mais divulgado, não tem espaço na mídia, mas quando ele conquista medalhas em mundiais ou olimpíadas é ovacionado. Porque não apoia desde o início? São vários atletas do estado que tem sucesso no seu esporte. Por exemplo, Ítalo Ferreira (Surfe), Paulo Ricardo (Taekwondo), Antônia Silva (Futebol), Samara (Handebol), Edson Hulk (Futebol de Areia), Thalita Simplício (Atletismo Paralímpico), Joana Neves (Natação Paralímpico). Há um volume significativo de conteúdo para criar também um quadro nos programas esportivos da emissora sobre modalidades olímpicas e paralímpicas, podendo, inclusive, fazer uma entrevista semanal com atletas diferentes.

⁶⁷ CAVALCANTI, Wosley. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 6 jun. 2023.

⁶⁸ SOUSA, Gustavo. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 3 jun. 2023.

⁶⁹ AMARAL, Fernando. Entrevista concedida a Andre Luis Samora de Sousa Junior. Natal, 1 jun. 2023.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa abordou conceitos importantes sobre o uso do YouTube pelo jornalismo esportivo potiguar como uma tendência que vem se concretizando nos últimos anos. Apesar do jornalismo no YouTube não ser algo tão recente, no jornalismo esportivo do RN é algo muito novo. Por isso, o trabalho é relevante para entender a relação entre redes sociais na internet e jornalismo esportivo.

Com as tecnologias digitais e a ampliação das formas de conexão à internet, as redes sociais se tornaram espaços importantes de interação e compartilhamento de informações. No contexto esportivo, essas plataformas oferecem um ambiente propício para a disseminação rápida e ampla de notícias, análises e debates sobre eventos esportivos. Proporcionam, ainda, um vínculo de proximidade maior entre os jornalistas e o público, o que contribui para o aumento das dinâmicas de engajamento.

Foi realizada uma profunda investigação para saber a origem deste processo no Brasil e também aqui no Rio Grande do Norte. Existente desde 2017, o movimento de mais veículos de comunicação na plataforma de vídeos vem crescendo a cada ano e as emissoras investem cada vez mais no YouTube, se tornando a rede social uma prioridade dos veículos de comunicação do estado. A pesquisa nos leva a entender como foi este processo da transferência das empresas radiofônicas tradicionais para a plataforma de vídeo. Além disso, compreender o uso do YouTube por essas emissoras. Com jornalistas abandonando a mídia tradicional pela plataforma de vídeo, a pesquisa mostrou o porquê os jornalistas e o jornalismo em si estarem transferindo seus conteúdos para a Web. Essas mudanças estruturais também modificaram a disseminação do conteúdo jornalístico. O objetivo de investigar este fenômeno do jornalismo esportivo potiguar foi alcançado.

O percurso metodológico incluiu pesquisa bibliográfica sobre o tema, estudo de caso e a entrevista como técnica de coleta de dados. Com isso, foi possível descobrir que o YouTube é uma oportunidade das empresas e os jornalistas alcançarem um público maior e até de uma faixa etária diferente das outras redes sociais. Apesar de não ter retorno financeiro na plataforma de vídeos, o número de visualizações facilita a busca por novos patrocínios. Além disso, os conteúdos viralizam com mais velocidades.

A presença feminina no jornalismo esportivo tem contribuído para uma maior diversidade de temas abordados e para a representação de questões relacionadas ao gênero no contexto esportivo. Porém, o número de mulheres nas equipes esportivas teve um aumento, mas ainda é um crescimento tímido em relação ao cenário nacional. Há a necessidade de incluir mais

mulheres nessa área para romper com essa lógica sexista e encorajar outras mulheres a seguirem na carreira.

Em relação aos outros esportes, as emissoras admitiram que dão total foco ao futebol masculino, com informações de outras modalidades apenas nas grandes conquistas dos atletas, como medalhas em mundiais ou olimpíadas. Sobre a briga pela audiência, a hipótese não foi confirmada. Nenhuma emissora assumiu que se importa com esses resultados só para ser líder. Por outro lado, deram outros argumentos para afirmarem que os números são importantes. As entrevistas serviram para entender como funciona o jornalismo esportivo potiguar, como cada veículo de comunicação potiguar faz sua transmissão via YouTube, os conteúdos usados nos seus programas esportivos, a inclusão feminina e a briga pela audiência.

Com esta pesquisa, que trata de um tema de recorte empírico tão recente no Rio Grande do Norte e também no país, esperamos entregar um estudo que seja referência para outras pesquisas monográficas que pretendam analisar a presença dos jornalistas no YouTube. Afinal, esse fenômeno comunicacional está apenas no começo e a evolução das redes sociais na internet é constante.

REFERÊNCIAS

ABC confirma saída de Fernando Marchiori após nove jogos sem vitória. **Globo Esporte RN**, 2023. Disponível em: <<https://ge.globo.com/rn/futebol/times/abc/noticia/2023/05/14/abc-confirma-saida-de-fernando-marchiori-apos-nove-jogos-sem-vitoria.ghtml>>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

ALBERTINI, Caroline; PEREIRA, Ariane. **Jornalismo no Youtube: uma nova prática profissional**. Portal Intercom, 2018. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/sul2018/resumos/R60-0129-1.pdf>>. Acesso em: 17 mai. 2023.

ANDRÉ Hernan deixa Globo e assina com gigante no YouTube. **Lance**, 2022. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/fora-de-campo/andre-hernan-deixa-globo-e-assina-com-gigante-no-YouTube.html>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

APÓS deixar a Globo, Tiago Leifert cria canal no YouTube sobre futebol. **Veja SP**, 2022. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/coluna/pop/tiago-leifert-canal-YouTube>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

APÓS se destacar com Casimiro, jornalista deixa a TNT Sports após quase 10 anos. **Uol**, 2023. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/lancepress/2023/02/13/apos-se-destacar-com-casimiro-jornalista-deixa-a-tnt-sports-apos-quase-10-anos.htm#:~:text=Ap%C3%B3s%20quase%2010%20anos%20no,momento%20de%20seguir%20caminhos%20diferentes.>>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

ARENA das Dunas registrou o 4º maior público de sua história no confronto entre América e Caxias. **Agora RN**, 2022. Disponível em: <<https://agorarn.com.br/ultimas/arena-das-dunas-registrou-o-4o-maior-publico-de-sua-historia-no-confronto-entre-america-e-caxias/>>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, ago. 2018.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

BELOCHIO, Vivian. **Convergência com meios digitais em Zero Hora multiplataforma: a ampliação dos contratos de comunicação a partir da variação dos dispositivos jornalísticos**. UFSM, 2013. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity_forms/1-997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/sipecom1.pdf>. Acesso em: 17 de mai. de 2023.

BRASIL está entre os cinco países do mundo que mais usam internet. **Governo Federal**, 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/transito-e-transportes/2021/04/brasil-esta-entre-os-cinco-paises-do-mundo-que-mais-usam-internet>>. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

CALVET, Lícia. Comunicação digital: como ser visualizado e desejado pelos clientes. **Voitto**, 2020. Disponível em: <<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/comunicacao-digital>>. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

CANAVALHAS, João. **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

CASIMIRO bate o próprio recorde no YouTube com transmissão de Brasil x Croácia. **MKT Esportivo**, 2022. Disponível em: <<https://www.mktesportivo.com/2022/12/casimiro-bate-o-proprio-recorde-no-YouTube-com-transmissao-de-brasil-x-croacia/>> Acesso em: 14 de mai. de 2023.

CASIMIRO garante transmissão de jogos de clube do Campeonato Brasileiro. **Lance**, 2023. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/lancebiz/casimiro-garante-transmissao-de-jogos-de-clube-do-campeonato-brasileiro.html>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

CASIMIRO Miguel anuncia transmissão do Mundial de Clubes na 'Cazé TV'. **Uol**, 2023. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/lancepress/2023/01/13/casimiro-miguel-anuncia-transmissao-do-mundial-de-clubes-na-caze-tv.htm>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

CAZÉTV garante direitos de transmissão da Copa do Mundo Feminina 2023. **Lance**, 2023. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/lancebiz/cazetv-garante-direitos-de-transmissao-da-copa-do-mundo-feminina-2023.html>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

CBF fecha parceria com canal do Galvão Bueno para transmissão do amistoso entre Brasil e Marrocos. **CBF**, 2023. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/selecao-brasileira/noticias/selecao-masculina/cbf-fecha-parceria-com-canal-do-narrador-e-comentarista-galvao-bueno-n>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

CBN NATAL. ABC/RN 0x2 CSA/AL - COPA DO NORDESTE 2020. **YouTube**, 22 de julho de 2020. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=-OUHNQo EDI>>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

CENTRAL ESPORTIVA. [●AO VIVO] ABC x TOMBENSE | Série B | Central Esportiva. **YouTube**, 23 de maio de 2023. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=qNCmKBfLbWY>>. Acesso em: 9 de jun. de 2023.

CENTRAL ESPORTIVA. [●AO VIVO] FERROVIÁRIO x ABC | Série C | Central Esportiva. **YouTube**, 16 de abril de 2022. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=1kqC30N8oFg&t=17s>>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

CENTRAL ESPORTIVA. [●AO VIVO] SPORT X ABC | COPA DO NORDESTE | Central Esportiva. **YouTube**, 30 de março de 2023. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=wpL9WR9kpPI&t=2970s>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

CENTRAL Esportiva: o canal de transmissão do futebol potiguar que mais cresce. **NOVO Notícias**, 2023. Disponível em: <<https://www.novonoticias.com.br/central-esportiva-o-canal-de-transmissao-do-futebol-potiguar-que-mais-cresce/>>. Acesso em: 9 de jun. de 2023.

COM 3,1% da audiência, TikTok é 3ª plataforma mais vista no país. **Poder 360**, 2023. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/com-31-da-audiencia-tiktok-e-3a-plataforma-mais-vista-no-pais/>>. Acesso em: 12 de jun. de 2023.

COMO aplicar estratégias de marketing digital no seu canal do YouTube. **Sebrae**, 2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-aplicar-estrategias-de-marketing-digital-no-seu-canal-do-YouTube.4836fd582fb53810VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

COMUNICAÇÃO digital: entenda o que é suas tendências. **Fsb Comunicação**, 2020. Disponível em: <<https://www.fsb.com.br/noticias/comunicacao-digital/>>. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

COMUNICAÇÃO digital está em tudo que se faz, vê e ouve hoje em dia. **Ifood News**, 2022. Disponível em: <<https://news.ifood.com.br/comunicacao-digital/>>. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

DE toda cobertura esportiva mundial, apenas 4% do espaço é dedicado às modalidades femininas, diz Unesco. **Uol**, 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/lancepress/2021/07/21/de-toda-cobertura-esportiva-mundial-apenas-4-do-espaco-e-dedicado-as-modalidades-femininas-diz-unesco.htm>>. Acesso em: 17 de mai. de 2023.

ED OLIVEIRA RADIO. America RN x Potyguar Campeonato Potiguar. **YouTube**, 11 de janeiro de 2023. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=98I5TKMkQA8>>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

ENERGIA 97 FM. Estádio 97 - 22/04/2019 - Corinthians TRICAMPEÃO Paulista 2019. **YouTube**, 22 de abril de 2019. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=TQwgmSVhBLI&t=4937s>>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

ESTREIA de Ana Thaís na Globo tem comemoração, elogios e "corneta" na web. **Uol**, 2019. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/09/08/estrela-de-ana-thais-na-globo-tem-comemoracao-elogios-e-corneta-na-web.htm>>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

FARIA, Bruno. Medir audiência em rádio: saiba a importância e como fazê-lo. **Teletronix**, 2017. Disponível em: <<https://teletronix.com.br/blog/medir-audiencia-em-radio-saiba-importancia-e-como-faze-lo/#:~:text=Medindo%20a%20audi%C3%Aancia%20em%20r%C3%A1dio&text=Segundo%20o%20site%20oficial%20do,frequ%C3%Aancia%2C%20nos%20C3%BAltimos%2090%20dias>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

FONSECA, Izabela Pereira. **Redes Sociais e Jornalismo Esportivo: análise do uso dessas**

ferramentas em transmissões ao vivo de rádio e TV. Juiz de Fora. 2014. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/facom/files/2013/11/Redes-Sociais-e-Jorn-Esportivo-IzabelaPereiraFonseca.pdf>>. Acesso em: 21 de mar. de 2023.

FUTEBOL GLOBO CBN. Futebol Globo CBN – TRANSMISSÃO OFICIAL – Paulistão Scredi 2021: Corinthians x Palmeiras. **YouTube**, 3 de março de 2021. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=yi4fRLnc-6M>>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

GALVÃO Bueno não renova com a Globo e sai da emissora após a Copa do Mundo. **Isto É**, 2023. Disponível em: <<https://istoe.com.br/galvao-bueno-nao-renova-com-a-globo-e-sai-da-emissora-apos-copa-diz-jornal/>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

ÍCONE do rádio, Marcos Lopes chega a 96 e já tem data para estrear. **Portal 96 FM**, 2022. Disponível em: <<https://www.96fm.com.br/noticia/icone-do-radio-marcos-lopes-chega-a-96-e-ja-tem-data-para-estrear>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

“INTRUSAS” no gramado. **Observatório da discriminação Racial no Futebol**, 2019. Disponível em: <<https://observatorioracialfutebol.com.br/intrusas-no-gramado/>>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

ITATIAIA. Jornada Esportiva Atlético X Defensor. **YouTube**, 27 de fevereiro de 2019. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=5qC1DCf-wxo>>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

JORNALISTA esportivo, Casimiro rompe contrato com canal para focar nas *lives* na Twitch. **Lance**, 2022. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/fora-de-campo/jornalista-esportivo-casimiro-rompe-contrato-com-canal-para-focar-nas-lives-na-twitch.html>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

JOVEM PAN ESPORTES. Palmeiras 1 x 0 Coritiba - 18/09/17 - Brasileirão. **YouTube**, 18 de setembro de 2017. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=L9Pv7owEzM8>>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

JOVEM PAN NEWS NATAL. ABC x GLOBO - 24/02/2021 - Campeonato Potiguar. **YouTube**, 24 de fevereiro de 2021. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=PYi78-P9oU>>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

KEMP, Simon. DIGITAL 2022: BRAZIL. **Data Reportal**, 2022. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>>. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística**. [S. l.]: Record, 2020. Disponível em: <<http://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2017/10/A-reportagem.pdf>>. Acesso em: 17 mai. 2023.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 5ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MELO, Cristino. Casimiro fecha acordo e transmitirá a Copa do Mundo 2022. **Mundo Conectado**, 2022. Disponível em: <<https://mundoconectado.com.br/noticias/v/29406/casimiro-fecha-acordo-e-transmitira-a>>

[copa-do-mundo-2022](#)>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

MELO, Cristino. Streamer Casimiro Miguel transmitirá a Copa do Mundo Sub-20 de 2023. **Mundo Conectado**, 2023. Disponível em:

<<https://mundoconectado.com.br/noticias/v/33523/streamer-casimiro-miguel-transmitira-copa-do-mundo-sub-20-de-2023>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

MONTEIRO, Vanessa. Como as mulheres estão fazendo a diferença na cobertura e nas transmissões esportivas. **Meio e Mensagem**, 2022. Disponível em:

<<https://www.meioemensagem.com.br/womentowatch/como-as-mulheres-estao-fazendo-a-diferenca-na-cobertura-e-nas-transmissoes-esportivas#:~:text=Dados%20do%20ano%20passado%20mostram,forma%20sobre%20a%20presen%C3%A7a%20feminina.>>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

MUNDO, Esporte News. Botafogo e Vasco fecham acordo com Cazé TV para a transmissão do Campeonato Carioca. **Uol**, 2023. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/enm/2023/01/11/botafogo-e-vasco-fecham-acordo-com-caze-tv-para-a-transmissao-do-campeonato-carioca.htm>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

NARRADOR fica de joelhos para transmitir minutos finais de jogo do acesso do ABC; veja vídeo. **Globo Esporte RN**, 2022. Disponível em:

<<https://ge.globo.com/rn/blogs/augustox/post/2022/09/18/narrador-fica-de-joelhos-para-transmitir-minutos-finais-de-jogo-do-acesso-do-abc-veja-video.ghtml>>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

NORDESTE NEWS. Narração do gol de Téssio | America 3 x 1 Caxias | Série D | América na Série C 23 | Gol do acesso. **YouTube**, 29 de agosto de 2022. Disponível em:

<<https://www.YouTube.com/watch?v=DSjZJIUkXIY&t=4s>>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. **O jornalismo em tempo de mudanças estruturais**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan./jun. 2011. Disponível em:

<https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12443/1/ARTIGO_JornalismoTempoMudancas.pdf>. Acesso em: 25 out. 2015.

PODCAST “Bora Correr com Breno Perruci” é a próxima atração do YouTube da 96 FM.

Portal 96 FM, 2023. Disponível em: <<https://www.96fm.com.br/noticia/podcast-bora-correr-com-breno-perruci-e-a-proxima-atracao-do-YouTube-da-96-fm>>. Acesso em: 10 de jun. de 2023.

QUEIROZ, Julia. Fernanda Gentil é contratada pela CazéTV, de Casimiro, após saída da Globo. **Estadão**, 2023. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/emails/gente/fernanda-gentil-e-contratada-pela-cazetv-de-casimiro-apos-saida-da-globo/>>.

Acesso em: 14 de mai. de 2023.

RÁDIO BANDEIRANTES. Campeonato Brasileiro - Cruzeiro X Corinthians - 08/06/2019 - AO VIVO. **YouTube**, 8 de junho de 2019. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=uSUT59C4a5c>>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

RÁDIO BANDNEWS FM. Flamengo x São Paulo - Campeonato Brasileiro - 28/09/2019. **YouTube**, 28 de setembro de 2019. Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=y75kVb_L9y8>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

RÁDIO de pilha voltará a ser permitido em estádios do RN, diz secretário. **Tribuna do Norte**, 2023. Disponível em: <<http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/ra-dio-de-pilha-voltara-a-ser-permitido-em-esta-dios-do-rn-diz-secreta-rio/558826>>. Acesso em: 6 de jun. de 2023.

RÁDIO JORNAL. Ouça pela Rádio Jornal Náutico 1 x 1 Chapecoense, pela Série B 2020, no Estádio dos Aflitos. **YouTube**, 18 de setembro de 2020. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=LxztjYwOXEg>>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

RÁDIO TRANSAMÉRICA ESPORTES. BRASIL X ALEMANHA AO VIVO - AMISTOSO. **YouTube**, 27 de março de 2018. Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=fuD31T_iWyA>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

RAILEANU, Nathan. Cazé TV transmitirá o Mundial de judô de forma gratuita no YouTube. **Surto Olímpico**, 2023. Disponível em: <<https://www.surtoolimpico.com.br/2023/05/caze-tv-transmitira-o-mundial-de-judo.html>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>>. Acesso em: 17 de mai. de 2023.

Renata Silveira se torna a primeira mulher a narrar Copa do Mundo na TV aberta. **Globo Esporte**, 2022. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2022/11/22/renata-silveira-se-torna-primeira-mulher-a-narrar-copa-do-mundo-na-tv-aberta.ghml>>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

SILVA, Regys. Com Pan e Mundiais de ginástica e atletismo, Cazé TV transmitirá pelo menos 19 eventos olímpicos até o final de 2023. **Surto Olímpico**, 2023. Disponível em: <<https://www.surtoolimpico.com.br/2023/05/com-pan-e-mundiais-de-ginastica-e.html>>. Acesso em: 6 de jun. de 2023.

SIMON, Allan. Narrador Luis Felipe Freitas deixa a TNT para investir em carreira digital. **Uol**, 2022. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/colunas/allan-simon/2022/10/25/narrador-luis-felipe-freitas-deixa-a-tnt-para-investir-em-carreira-digital.htm>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

SIMON, Allan. YouTube fecha com André Hernan para as transmissões do Paulistão 2023. **Uol**, 2023. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/colunas/allan-simon/2023/01/11/YouTube-acerta-com-andre-hernan-para-as-transmissoes-do-paulistao-2023.htm>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

TRANSAMÉRICA ESPORTES RJ. Flamengo x Sport - Brasileirão #AOVIVO (16ª Rodada) - 15/08/21. **YouTube**, 15 de agosto de 2021. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=OVVa5pjBilo>>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

TUPI ESPORTES. Flamengo 2 x 1 Fluminense - 07/05/2017. **YouTube**, 7 de maio de 2017. Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=fa_V3jZIJIU>. Acesso em: 13 de mai. de 2023.

TV ABC. O[AO VIVO - EM AUDIO] ABC-RN X AMÉRICA-RN - Campeonato Potiguar 2023 - 15/01/2023. **YouTube**, 15 de janeiro de 2023. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=SxnGNwixb20>>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

TVU ESPORTES VOLTA A SER EXIBIDO COM APRESENTAÇÃO DE MULHERES. **Centro de Tecnologia - UFRN**, 2016. Disponível em: <<https://www.ct.ufrn.br/tvu-esportes-volta-a-ser-exibido-com-apresentacao-de-mulheres/>>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

UNIVERSIDADE DO ESPORTE. [●AO VIVO] ABC x AMÉRICA | FINAL Campeonato Potiguar UDE. **YouTube**, 13 de abril de 2022. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=MAC5tqA3abc>>. Acesso em: 9 de jun. de 2023.

UNIVERSIDADE DO ESPORTE. América x Força e Luz. **Facebook**, 16 de março de 2019. Disponível em: <<https://fb.watch/jhZKfGcJ0t/>>. Acesso em: 9 de jun. de 2023.

UNIVERSIDADE DO ESPORTE. Cruzeiro de Macaíba X Esporte Clube Bahia. **YouTube**, 13 de novembro de 2020. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=fbMKhuQ2YO8>>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

87 FM NATAL. AMÉRICA-RN X BAHIA DE FEIRA-BA| 18/05/2019. **YouTube**, 18 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=in14GagTKgc>>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

96 FM atinge 1 milhão de visualizações em transmissões esportivas em 2023. **Blog do BG**, 2023. Disponível em: <<https://www.blogdobg.com.br/video-96-fm-atinge-1-milhao-de-visualizacoes-em-transmissoes-esportivas-em-2023/>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

96 FM NATAL. [●AO VIVO] ABC X NOVOHORIZONTINO - Brasileirão Série B - 03/06/2023. **YouTube**, 3 de junho de 2023. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=1csh3-qxtv0&t=3572s>>. Disponível em: 6 de jun. de 2023.

96 FM NATAL. FERNANDO MARCHIORI X EDMO SINEDINO. **YouTube**, 20 de março de 2023. Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=lprpGyqzI_I>. Acesso em: 16 de mai. de 2023.

96 FM NATAL. Transmissão Copa Natal - ABC x GLOBO. **YouTube**, 9 de janeiro de 2022. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=sJh3PyRmlvI>>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

98 FM NATAL. Potiguar x América - Campeonato Potiguar. **YouTube**, 28 de fevereiro de 2019. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=QwHo8kk0TuM>>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

98 FM NATAL. REMO/PA x AMÉRICA/RN | CAMPEONATO BRASILEIRO SÉRIE C - 08/06/2023. **YouTube**, 8 de junho de 2023. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/watch?v=jn0PsOeRkuw&t=7998s>>. Acesso em: 9 de jun. de 2023.