



Comunicação no Futebol: Estratégias de Comunicação Interna Adotadas pelos Clubes Rio Negro e Nacional. ¹

Marcos Sérgio Soares de **MOURA**²
Carlos Fábio Morais **GUIMARÃES**³

Faculdade Martha Falcão-Wyden (FMF), Manaus - AM

RESUMO

Este artigo descreve algumas estratégias de comunicação adotadas por dois clubes de futebol de Manaus, Rio Negro e Nacional. Tal temática busca uma análise sobre a comunicação no esporte, considerando que o futebol é uma das atividades sociais que englobam a interação e a comunicação de forma efetiva como diversão e profissão. Por tanto, o objetivo principal da pesquisa é apresentar as estratégias de comunicação interna utilizadas pelos clubes de futebol Rio Negro e Nacional. Dentro disso, especifica-se: levantar um breve histórico dos dois times, identificar as formas comunicativas adotadas pelos clubes em questão e elencar estratégias de comunicação possíveis de serem aplicadas no campo esportivo. Como metodologia adotou a pesquisa bibliográfica onde se recorre a material já publicado referente a temática abordada e uma pesquisa de campo com entrevista. O resultado do trabalho identificou as estratégias de comunicação que podem contribuir para o engajamento dos colaboradores dos times.

PALAVRAS-CHAVE:

1. INTRODUÇÃO

Desde quando os ingleses criaram regras e organizaram associações de clubes no século XIX, o futebol mundial tem se tornado mais que um esporte, configurando-se como uma ferramenta de inclusão social e entretenimento, o que é de fundamental importância, mas o esporte vai muito mais além disso. Os clubes de futebol, cada vez

¹ Trabalho submetido à avaliação para a disciplina de Seminários em Comunicação do curso de Jornalismo e Publicidade da FMF.

² Aluno Acadêmico do 7º Período do Curso de Jornalismo da FMF. E-mail: markinhocupula@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas (Ufam). Especialista em Língua Portuguesa e Produção de Texto pela Ufam e especialista em Jornalismo Científico pela Fiocruz/Amazônia. Professor de Comunicação Social da Faculdade Martha Falcão.



II Congresso de Jornalismo da Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 08 a 12 de abril de 2019



mais ricos e com transações milionárias, movimentam o mercado econômico mundial com cifras que vão além da realidade de muitos países.

É na Europa, onde se concentra o maior número de clubes com investimentos maiores que muitas empresas multinacionais. O velho continente serve de referência para o futebol jogado no resto do mundo. Clubes como Real Madrid, Barcelona, Manchester United, Bayern de Munich, Paris Saint Germain, entre outros, tem em seus elencos os jogadores mais caros e bem pagos do planeta.

Em um contexto regado às altas cifras, a comunicação pode fluir internacionalmente de forma clara, objetiva e veloz, já que altos investimentos são direcionados às campanhas de marketing e sistemas comunicativos internos que permitem visualizações e interações internacionais em tempo real. Mas, e os “pequenos” times? Como fazem para que a comunicação em seu universo alcance os níveis desejados e necessários para sua atuação? São questões que, juntamente com o tema do estudo, dão origem a questão principal do trabalho: quais as estratégias de comunicação interna que os times Rio Negro Clube e Nacional Clube utilizam para manter a comunicação com seus colaboradores?

Portanto, do questionamento abordado, dar-se origem ao objetivo geral da pesquisa que pretende apresentar algumas estratégias de comunicação interna utilizadas pelos clubes de futebol Rio Negro Clube e Nacional. Assim, para a realização dos estudos foi adotada a pesquisa bibliográfica onde, a partir da leitura a respeito do tema, foi possível captar as informações para a formulação do trabalho. É uma pesquisa básica e de campo sem interferência no fenômeno, descritiva e qualitativa com aplicação de entrevista, conforme orienta Prodanov e Freitas (2013).

2 JORNALISMO ESPORTIVO

O esporte é praticado desde os primórdios da humanidade como forma de interação social e entretenimento. Juntamente com o esporte, a comunicação se aprimora e evolui. Com a divulgação dos fatos relacionados ao esporte, torna-se possível a



II Congresso de Jornalismo da Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 08 a 12 de abril de 2019



configuração do jornalismo esportivo, que na esfera de uma edição é colocado de segundo plano dando vez a informações consideradas mais importantes. Isso pode causar uma dificuldade no desenvolvimento jornalístico esportivo o que sinaliza que pesquisas sobre esta temática são necessárias para que este segmento informativo e interativo ganhe mais força e importância em seu meio. (COELHO, 2006).

Quanto a dificuldade de se mostrar a essa importância do jornalismo esportivo não só interativa, mas também histórica, observa-se a análise de Coelho (2006):

Talvez não haja área do jornalismo tão sujeita a intempéries quanto a cobertura de esportes. O profissional encontra o preconceito dos próprios colegas, que considera uma editoria menos importante, e também do público, que costuma tratar o comentarista ou repórter esportivo como “mero palpiteiro” (COELHO, 2006, contracapa)

A crítica de Coelho (2006), não se refere aos grandes shows esportivos que atraem massas e movimentam milhões, essas transmissões são importantes, mas não expressam as batalhas diárias que o profissional de jornalismo esportivo enfrenta para que, em poucos minutos, apresente o resultado do árduo trabalho de pesquisa. Sob esta premissa, apresentar a prática histórica do jornalismo esportivo pode despertar um olhar mais atento a essa vertente do jornalismo.

Ainda no sentido histórico, este estudo pede uma síntese narrativa da própria área em análise, no caso, o Jornalismo Esportivo. Portanto, recorre-se aos relatos de Alcoba (2005) *apud* Silveira (2009) que informam que as primeiras notícias esportivas apresentam-se em comentários sobre uma luta entre o cozinheiro de Lord Smith e o pasteleiro do Duque de Bridge. Os comentários sobre esta luta, na época denominada de *boxeo*, deram origem aos primeiros artigos descritivos sobre esporte. Com a propagação e o interesse do público na época, originou-se o primeiro jornal esportivo em Paris no ano de 1828, chamado de *Journal des Haras*.

Após a primeira publicação jornalística na França, a Inglaterra, em 1852, produziu o diário esportivo *Sportman* e a Espanha, em 1856, publicou a revista *El Cazador*. A partir de então, outros jornais passaram a incluir a resenha esportiva em seus periódicos e em



II Congresso de Jornalismo da Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 08 a 12 de abril de 2019



1926 o The New York Journal, passou a publicar diariamente colunas e chamadas de capa com as fotos do boxeador Gene Tunney comemorando sua vitória. Assim, o esporte foi se inserindo no âmbito jornalístico, comunicando os fatos mais importantes das competições mundiais. (SILVEIRA, 2009)

Retornando ao Brasil, para situarmos o início deste processo de inclusão do jornalismo esportivo no âmbito nacional, Bahia (1990) informa que essa vertente jornalística ficou evidenciada com o jornal O Atleta, jornal do Rio de Janeiro, publicado em 1856, onde constava técnicas de melhorias físicas. Em São paulo o jornal *Sport e Sportman*, apresentado em inglês discute conceitos físicos e mentais, completa o autor.

No entanto, segundo Coelho (2006), foi a partir do lançamento do jornal Fanfulla, que relatava jogos de times italianos, que o esporte ganhou de fato espaço nos jornais, chegando a proclamar a fundação do Palestra Itália, reconhecidíssimo mundialmente como Palmeiras. Dessa forma, o Fanfulla, continuou apresentando os fatos históricos referentes ao esporte, em particular ao futebol.

Em 1922, os jornais nacionais publicaram bastante conteúdo esportivo e, a partir de então, muitos outros acontecimentos alavancaram a disseminação desse tipo de informação, o que proporciona, nos dias atuais, um acervo riquíssimo de fatos históricos que podem refletir o desenvolvimento esportivo e cultural do país, reconhecendo identidades sociais a partir das preferências futebolísticas. (SILVEIRA, 2009)

Portanto, esta síntese, apresentou uma breve viagem aos primórdios da concepção de jornalismo esportivo, indicando a sua importância histórica e social. É neste *link* histórico, que este discurso envereda para o conhecimento de dois times importantes na história do futebol nacional, com destaque em todo país em sua época áurea, Rio Negro



Clube e Nacional Clube, foco deste estudo, sob a premissa da comunicação interna no contexto do time de futebol como estratégia de engajamento profissional.

2.2 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA NAS ORGANIZAÇÕES

No mundo atual, seja no contexto social ou organizacional, as pessoas sempre estão conectadas. A tecnologia da informação possibilita a captação de informações de forma intensa e veloz. Como praticidade isto pode ser bastante positivo, no entanto, em se tratando de efetividade, muita informação pode distrair e, muitas vezes, até confundir o colaborador em um ambiente organizacional, seja de manufatura ou esportivo. (ANJOS, 2018).

Considerando que os times de futebol são organizações, Schermerhorn Jr. (1999) explica o que vem a ser uma estrutura organizacional:

Definida formalmente, uma estrutura organizacional é o sistema de redes de tarefas, isto é, as relações de quem se reporta a quem e as comunicações que inter-relacionam o trabalho de indivíduos e grupos em prol de um objetivo comum (SCHERMERHORN JR., 1999).

Sendo assim, o clube de futebol configura-se como uma organização onde a comunicação se inter-relaciona no trabalho em grupo em prol de um objetivo comum, as vitórias em campo. No entanto, para que esta comunicação seja efetiva e eficaz algumas estratégias devem ser adotadas pela organização ou individualmente por algum dirigente conforme o propósito a ser atingido.

Quanto às estratégias internas de comunicação, Chiavenato (2003) as classifica da seguinte forma:

- Comunicação escrita: uma das formas mais antigas de comunicação interna que vem se renovando com a tecnologia e pode ser aplicada através de e-mails, blogs corporativos, placas, avisos, entre outros.



II Congresso de Jornalismo da Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 08 a 12 de abril de 2019



- Comunicação verbal: muito utilizada para interação entre os colaboradores, podem ocorrer em forma de reuniões e palestras, por exemplo. Exige uma maior aproximação entre emissor e receptor.
- Comunicação vertical: mais utilizada no planejamento estratégico, é adotada pela gerência e colaboradores de alto nível hierárquico. A informação segue um curso descendente
- Comunicação horizontal: informa diretamente todos os colaboradores, promovendo o bom relacionamento entre a equipe.
- Comunicação diagonal: os níveis hierárquicos se inter-relacionam, é aplicada geralmente para apresentar novos projetos.

As estratégias de comunicação interna podem ser adaptadas aos objetivos que a organização pretende atingir, além disso, é possível adotar várias estratégias, dependendo das necessidades de informações e dos níveis de audiência que se pretende alcançar, considerando sempre a veracidade dos fatos (CHIAVENATO, 2003).

Com relação à necessidade de adotar estratégias comunicativas para obter bons resultados, Anjos (2018) esclarece:

Mas, quando pensamos em comunicação interna que tipos de desafios as organizações podem enfrentar em 2019? Temas como cultura, valores organizacionais, inovação, *compliance* e diversidade certamente nortearão o *mindset* das corporações. Mas, mais que isso será essencial construir novas narrativas para conectar e envolver os colaboradores com a empresa. (ANJOS, 2018, p. 01)

A autora supracitada informa ainda que um dos grandes desafios da comunicação interna pode ser a habilidade de atrair o colaborador que está a todo momento conectado e disperso em meio a tantas informações. Além disso, a autora continua sua observação relatando dados de uma pesquisa sobre Tendências 2018 em Comunicação Interna realizada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE), onde



II Congresso de Jornalismo da Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 08 a 12 de abril de 2019



destaca três tendências para a comunicação interna nas organizações. Frisando que neste estudo o conceito de organização abrange também a estrutura de um clube futebolístico:

- Priorização de conteúdo: essa priorização é embasada no propósito e na cultura, onde é possível se conectar com questões mais profundas como quem somos, para onde vamos e como vamos. Assim, a comunicação alinha o objetivo organizacional ao propósito de cada colaborador.
- Face à Face ainda é muito importante: os apps e outros recursos digitais proporcionam praticidade à rotina de trabalho, no entanto, a pesquisa realizada pela ABERJE (2018), mostra que 60% dos entrevistados preferem a comunicação “olho no olho”, essa prática pode criar vínculo de confiança entre líder e colaborador.
- Medição de resultados: é preciso investir em mecanismos de mensuração do trabalho para que apresentem também indicadores de comunicação interna para que as pessoas sintam-se engajadas com o propósito da organização.

Todas essas tendências apresentam a importância das estratégias de comunicação para que os objetivos organizacionais, neste caso dos clubes de futebol, sejam adotados por seus colaboradores de uma forma mais humanizada e efetiva, onde os propósitos de ambas as partes sejam respeitados. Assim, as estratégias de comunicação interna apresentam um objetivo que vai além de repassar informações.

Desta forma, BUENO (2003) explica que:

Ao debruçar-se sobre nova realidade, a comunicação Empresarial rompe as fronteiras tradicionais que a identificavam nas décadas anteriores, deixando de ser um mero apêndice do processo de gestão, algo que se descartava ao despontar da primeira crise. Hoje, encontram-se na linha de frente, situada em posição de destaque no organograma, promovendo conhecimento e estratégias para que as empresas e entidades não apenas superem os conflitos existentes, mas possam atuar



preventivamente, impedindo que eles se manifestem. (BUENO, 2003, p. 8)

As estratégias de comunicação, podem antecipar conflitos e tornar a equipe mais consistente e alinhada aos propósitos da empresa. Desta forma, os líderes organizacionais reconhecem a importância de deixar a sua equipe, além de bem informada e conectada, ciente da sua importância para que objetivos organizacionais sejam alcançados.

3 ATLÉTICO RIO NEGRO CLUBE: BREVE HISTÓRICO

Considerado um dos maiores clubes do Norte do país, o Atlético Rio Negro Clube (Figura 01) foi fundado por Shinda Uchôa, que no dia 13 de novembro de 1913 se juntou a alguns amigos, entre eles, o amigo Carranza, que ofereceu sua casa localizada na rua Henrique Martins para sede do clube. No entanto, estes fatos são discutidos por Gaspar Vieira Neto em seu livro “Memória do Esporte Bretão Caboclo – Os Primórdios do Futebol no Amazonas”, onde apresenta que no ano de 1903, os times amazonenses já estariam consolidados (AZEVEDO, 2018).

Apesar das controvérsias, este centenário é um time de grandes conquistas como 7 campeonatos estaduais e um título de campeão do norte em 1973. Conquistou o prêmio regional, Taça da Amazônia. Disputou também, a nível nacional, a Copa União em 1987. Seu nome é referente a um dos maiores rios da Amazônia, o gigante Rio Negro. (GLOBO ESPORTE, 2018).

O ‘o gol de abertura’ do Barriga Preta veio oito anos depois de sua fundação e depois de perder várias vezes diante do rival Nacional, “em 1921, o Rio Negro conquistou seu primeiro título estadual. Foi o início do firmamento do clube” (GLOBO ESPORTE,



2013). Descrevendo ainda os fatos históricos referentes ao Rio Negro Clube, o quadro 01, apresenta uma síntese de informações importantes sobre este time:

QUADRO 1: Rio Negro Clube – fatos importantes

É o segundo maior campeão do estado, com 17 títulos do Campeonato Amazonense
O primeiro título foi no ano de 1921
O clube figurou na Série A do Campeonato Brasileiro em seis edições (1973, 1974, 1975, 1976, 1979 e 1983).
O maior público no Campeonato Amazonense aconteceu em 1999, na final contra o São Raimundo - 47.188 pessoas
Tem três participações na Série B do Amazonas (2008, 2010 e 2014)

Fonte: Adaptado pelo autor (2019)

O clube teve várias sedes, atualmente seu endereço é na Av. Epaminondas, 570-Centro, Manaus – AM. Neste local, antigamente, funcionava um cemitério chamado São José que foi removido por motivos estéticos (embelezamento da cidade). Um fato

interessante sobre os jogos do time foi o jogo que fechou o lendário Campo do Parque, entre Rio Negro e Rodoviária, segundo Zamith (1999), local de disputas acirradas.

A síntese histórica do Rio Negro Clube pausa, nesta pesquisa, em uma imagem rara do time, foto histórica e clássica de uma defesa do goleiro Clóvis, o “Aranha Negra” (Figura 01).

FIGURA 01: Clóvis, o “Aranha Negra”



Fonte: Museu virtual do futebol (2019)

O jornalismo esportivo, além de proporcionar entretenimento, também apresenta um cunho histórico que resgata fatos importantes e desperta a curiosidade sobre épocas áureas da sociedade amazonense, onde os registros fotográficos e as transmissões via rádio e artigos periódicos foram capazes de configurar uma linha de comunicação em massa que atravessou as intempéries do tempo.

3.1 NACIONAL FUTEBOL CLUBE: BREVE HISTÓRICO

O Nacional Futebol Clube foi fundado em 13 de janeiro de 1913 (Figura 03) tendo como origem o Manaus Sporting Club. Sua sede fica situada na rua São Luís, s/n, no Bairro de Adrianópolis, em Manaus. Sua criação teve como objetivo principal abrir

espaço para os brasileiros jogarem futebol, pois, naquela época somente os ingleses que viviam em Manaus praticavam tal esporte.

As cores do Nacional Futebol Clube são azul e branco e seu mascote é o leão, devido o Bairro de Adrianópolis, onde fica sua sede, antigamente ser chamado de “Leão da Vila Municipal”. O referido clube, é recordista estadual de títulos, com 43 conquistas, sendo hexa campeão entre 1976 e 1981 e é a equipe que mais vezes disputou na primeira divisão do Campeonato Brasileiro (14 edições). Essa trajetória lhe garantiu o título de maior clube do Amazonas. Também possui uma das melhores estruturas esportiva-social e a maior torcida do estado (MELLO, 2016).

FIGURA 03: Primeira equipe do Nacional Clube



Fonte: Museu virtual do futebol (2013)

Em 1972, preparando-se para estrear no Campeonato Brasileiro, a diretoria do Nacional Futebol Clube enviou seu dirigente, na época Mauricio Costa, para procurar talentos das categorias de base do Atlético – MG, que era o campeão nacional naquele momento. Tal estratégia colocou em destaque o time e o configurou como celeiro de craques na década de 70. (ACRÍTICA, 2012).

Quadro 02: Principais títulos do Nacional Futebol Clube

Nacional

Competição	Títulos	Temporadas
Torneio Nacional Centro-Sul Norte-Nordeste	1	1969
Estaduais		
Competição	Títulos	Temporadas
Campeonato Amazonense	43	1916 , 1917 , 1918 , 1919 , 1920 , 1922 , 1923 , 193 , 1936 , 1937 , 1939 , 1941 , 1942 , 1945 , 1946 , 1950 , 1957 , 1963 , 1964 , 1968 , 1969 , 1972 , 1974 ★, 1976 , 1977 , 1978 ★, 1979 , 1980 , 1981 , 1983 , 1984 , 1985 , 1986 , 1991 , 1995 ★, 1996 , 2000 , 2002 ★, 2003 , 2007 , 2012 , 2014 , 2015
Taça Estado do Amazona	21	1967 , 1968 , 1969 , 1970 , 1974 , 1975 , 1977 , 1978 , 1980 , 1981 , 1983 , 1984 , 1985 , 1986 , 1991 , 1994 , 1996 , 2000 , 2001 , 2009 , 2012
Taça Cidade de Manaus	19	15 1963 , 1964 , 1972 , 1974 , 1976 , 1978 , 1979 , 1981 , 1985 , 1987 , 1990 , 1992 , 1995 , 2001 , 2002 , 2003 , 2007 , 2011 , 2013 , 2014
Terceiro Turno	5	1965 , 1977 , 1978 , 1979 , 2000
Torneio início ACLEA	15	1946 , 1948 , 1962 , 1964 , 1967 , 1970 , 1973 , 1974 , 1975 , 1978 , 1981 , 1992 , 1999 , 2000 , 2004
Copa do Amazonas	1	1999
Taça Centenário do Rio-Nal	1	2013

Fonte: Adaptado pelo autor (2019)

4 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA NOS CLUBES



II Congresso de Jornalismo da Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 08 a 12 de abril de 2019



A entrevista foi realizada via online, através de página de rede social com o Técnico do Nacional Clube de Futebol, Aderbal Domingos Lana, e com a assistente de comunicação do Rio Negro Clube, Sra. Inês Iana Seixas . A entrevista foi realizada no dia 31 de março de 2019. As perguntas foram abertas com prévia estruturação.

Com a utilização da entrevista foi possível indentificar algumas estratégias de comunicação que são utilizadas no contexto interno dos clubes de futebol Rio Negro Clube e Nacional Clube, o técnico do Nacional, Sr. Aderbal Domingos Lana, com toda sua gentileza e acessibilidade contribuiu, através da entrevista *online*, informando os meio de comunicação que utiliza com seus atletas no ambiente interno do clube, para passar as orientações necessárias para a prática das atividades diárias.

A pergunta direcionada ao técnico Aderbal Domingos Lana referente a forma de comunicação utilizada no time que rege, obteve a seguinte resposta:

Geralmente não discutimos por whatsapp, ou é no auditório ou em uma sala técnica, alguns usam vídeos, outros usam o quadro. Eu, por exemplo, prefiro usar muito o quadro. Nós temos aqui no Amazonas um problema porque ainda não temos uma sala técnica com vídeo, com aparelho eletrônico. (Aderbal Domingos Lana, 2019).

Além dessa comunicação direta com os atletas, o clube também possui um site para divulgação de eventos e informações referentes ao time e página em redes sociais como Facebook. A comunicação interna é feita “boca-a-boca” de modo informal. E, como o próprio técnico do time relatou, faltam recursos para uma comunicação áudio visual, portanto, o que se quer informar “é falado olho no olho”, afirma o entrevistado.

Conforme Chiavenato (2003), a comunicação verbal exige uma maior aproximação entre emissor e receptor favorecendo um relacionamento mais sólido e uma comunicação mais flexível, esse tipo de estratégia de comunicação é utilizada no Nacional Clube de Manaus onde seu representante, entrevistado neste estudo, confirma sua utilização.

A comunicação escrita, definida também por Chiavenato (2003), ainda é bastante utilizada e, na atualidade, é favorecida e intensificada pelos recursos tecnológicos. Neste



II Congresso de Jornalismo da Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 08 a 12 de abril de 2019



caso, o entrevistado afirma não utilizar de meios tecnológicos para se comunicar com seus liderados, prefere a maneira escrita e tradicional utilizando uso do quadro e pincéis, também considerada pelo autor como uma efetiva estratégia de comunicação.

Neste caso, as estratégias de comunicação vão muito além do ato de informar, como explica Bueno (2003), que devem estar interligadas a cultura e a missão da organização, tornando o ambiente mais agradável e produtivo. No entanto, Chiavenato (2003) complementa que as estratégias estão definidas conforme as necessidades da organização e os níveis de audiência que se pretende atingir. No caso dos times de futebol, essa comunicação pode ser assertiva e, ao mesmo tempo flexível, para que o objetivo principal seja atingido, conectando e envolvendo os colaboradores.

Com relação à pesquisa direcionada ao Rio Negro clube, foi realizada uma entrevista com a assistente de comunicação, Sra. Inês Iana Seixas que respondeu às questões via aplicativo whatsapp, onde a mesma informou que:

Temos um secretário-geral que é um canal entre o presidente do clube com os demais canais de comunicação que são: Diretor de Futebol, Diretor Social e gerente de mídias. Atualmente estamos no Facebook, Instagram e Twitter. O diretor social cuida de tudo relacionado ao clube, salão e espaço. O de futebol, como o nome já diz, cuida dessa parte mais ativa. Todos se reportam ao presidente. Em todos os nossos canais de mídia interagimos com a torcida, sócios e visitantes. Fazemos venda de produções e ingressos e passamos informações importantes. No mais, procuramos sempre manter esse círculo interno bem informado para não passarmos informações erradas entre nós mesmos e para fora. (Inês Iana Seixas, 2019)

Observa-se que a estratégia utilizada pelo time Atlético Rio Negro Clube é verticalizada, ou seja, conforme Chiavenato (2003), é descendente, obedecendo níveis hierárquicos configurando uma comunicação mais formal. Apesar da rigidez de processos, esta estratégia também se renova, adotando tecnologias e, conforme Bueno (2003), se antecipando aos problemas, assim, consegue solucioná-los mais rapidamente.

Na análise dos dados captados foi possível observar que os dois clubes futebolísticos adotam as estratégias de comunicação apresentada por Anjos (2018), destacadas anteriormente neste estudo. Nesse sentido, o representante do Nacional



Futebol Clube frisa a necessidade do contato face à face com os colaboradores para que a missão do time seja adotada por todos. Este processo configura-se em uma estratégia de comunicação verbal que, segundo Chiavenato (2003), exige maior aproximação entre ambas as partes.

Com relação às informações repassadas pela atendente do Rio Negro Clube, Inês Iana Seixas, a comunicação é mais verticalizada onde a estratégia adotada segue uma escala hierárquica descendente, dependendo do nível de autoridade. No entanto, a comunicação horizontal diretamente com a torcida, também se faz presente em forma de utilização das redes sociais.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo sobre as estratégias de comunicação interna adotadas pelos times Rio Negro Clube e Nacional Clube, proporcionou, primeiramente, um percurso histórico sobre a trajetória desses tradicionais times amazonenses, considerados verdadeiros patrimônios culturais, intensificando a importância do jornalismo esportivo não somente como forma de entretenimento, mas também como fonte histórica e cultural.

Com relação às estratégias de comunicação interna adotada pelos clubes, duas tendências ficaram evidentes, a comunicação interna hierárquica, no caso do Rio Negro Clube e a tendência face a face, apresentada pelo representante do Nacional Clube de Futebol. Em nem um dos casos está dispensado o uso da tecnologia da informação, que apresenta-se como forma de complementação do processo de comunicação.

A reflexão a se fazer sinaliza para a importância de tentar sintonizar a tecnologia digital com o contato mais próximo do ser humano, no caso, a tendência face à face entre ambas as partes, onde o comunicador possa repassar os propósitos do clube ao seu time e os componentes da equipe possam alinhar seus objetivos pessoais a missão do clube, neste caso, ganhar os campeonatos que disputa.



REFERÊNCIAS

- ACRÍTICA, Nacional (AM) 100 anos: **relembre os craques ‘importados’**. 2012. Disponível em: <https://www.acritica.com/channels/esportes/news/nacional-am-100-anos-relembre-os-craques-importados> Acesso: 29 mar. 2019.
- ANJOS, Maria. **De olho em 2019: Planejamento e Tendência da Comunicação Interna**. Mundo do Marketing. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/artigos/mariana-dos-anjos/38089/de-olho-em-2019-planejamento-e-tendencias-da-comunicacao-interna.html> Acesso em: 30 mar. 2019.
- AZEVEDO, Rafael Luis. **Livro faz descoberta sobre os primórdios do futebol em Manaus**. Disponível em: <https://www.verminososporfutebol.com.br/dica-cultural/livro-faz-descobertas-sobre-os-primordios-do-futebol-em-manaus/> Acesso em: 29 mar. 2019.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica** – História da Imprensa Brasileira. São Paulo: Ática, 1990.
- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: Teoria e pesquisa**. São Paulo: Monole, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 14 ed. Editora Campos, Rio de Janeiro, 2003.
- COELHO, Paulo Vinícios. **Jornalismo esportivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- GLOBO ESPORTE. **Com 0 títulos no currículo, Rio Negro completa 105 anos**. 2018. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/am/futebol/times/rio-negro/noticia/com-50-titulos-no-curriculo-rio-negro-completa-105-anos.ghtml> Acesso em: 29 mar. 2019.
- _____. **‘Clube Líder’, Rio Negro-AM comemora o centenário da renovação**. 2013. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/am/noticia/2013/11/clube-lider-rio-negro-am-comemora-o-centenario-da-renovacao.html> Acesso em: 29 mar. 2019.



II Congresso de Jornalismo da Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 08 a 12 de abril de 2019



MELLO, Sérgio. **Nacional Futebol Clube – Manaus (AM)**, 2016. Histórias do futebol. Fotos raras de 1920 Disponível em: <http://cacellain.com.br/blog/?p=85844> Acesso em: 29 mar. 2019.

MUSEU VIRTUAL DO FUTEBOL. **Atlético Rio Negro Clube**. Década de 1960. Clóvis, o “Aranha negra”. Disponível em: <https://reliquiasdofutebol.blogspot.com/search?q=RIO+NEGRO+CLUBE> Acesso em: 29 mar. 2019.

PRODANOV, Cleber Cristiano.; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. 2º Edição. Universidade Feevale. Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul - Brasil 2013

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo esportivo: conceitos e práticas**. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/22683/000740013.pdf> . Acesso em: 29 mar. 2019.

SCHERMERHORN JR., John R. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

ZAMITH, Carlos. Baú Velho: bibliografias e histórias do futebol de Manaus/ Carlos Zamith, Manaus, s.ed.,1999.