

PUCRS

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN – FAMECOS
JORNALISMO

EDUARDO MERLIN RACHELLE

**AS FORMAS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL VIA *STREAMING*: MAPEAMENTO E
PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO**

Porto Alegre
2019

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN – FAMECOS

EDUARDO MERLIN RACHELLE

AS FORMAS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL VIA *STREAMING*:
MAPEAMENTO E PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO

Porto Alegre

2019

EDUARDO MERLIN RACHELLE

**AS FORMAS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL VIA *STREAMING*:
MAPEAMENTO E PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo
da Escola de Comunicação, Artes e Design da
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande
do Sul – PUCRS.

Orientador: Prof. Sílvio Nestor Barbizan

Porto Alegre
2019

EDUARDO MERLIN RACHELLE

**AS FORMAS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL VIA *STREAMING*:
MAPEAMENTO E PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo
da Escola de Comunicação, Artes e Design da
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande
do Sul – PUCRS.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Me. Sílvio Nestor Barbizan

Prof. Dr. Cláudio Costa Mércio

Prof. Me. Fábio Canatta de Souza

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Debora e Fernando por fazer tudo que esteve ao seu alcance. É impossível e injusto não dedicar o fim desta trajetória acadêmica a eles. Ao meu pai por plantar a semente do jornalismo e à minha mãe por nunca desistir de tornar isso realidade.

À minha namorada e aos meus amigos que cresceram comigo em Bento Gonçalves, o meu mais singelo obrigado por sempre acreditarem em mim e por não deixarem o tempo apagar a força que uma torcida representa. Aos meus amigos de Porto Alegre, com incontáveis idas ao estádio, agradeço pela acolhida e pelas histórias dentro e fora da PUCRS.

Aos colegas de trabalho, que tanto ajudaram nesta monografia, agradeço pela paciência e parceria. Aos professores pelos ensinamentos e puxões de orelha.

Ainda é preciso agradecer a todos aqueles que, mesmo sem precisar, com pequenos ou grandes atos, me ajudaram a chegar até aqui.

Esse ciclo encerra com a certeza de dever cumprido. Agradeço a Famecos por me ensinar uma lição de jornalismo e de sociedade a cada metro quadrado. Acredito no trabalho, no sacrifício e no futuro. Que ele nos reserve o que sempre sonhamos.

RESUMO

O referido trabalho discutirá sobre as formas de transmissão de futebol via *streaming* veiculadas no Brasil. Os primeiros três capítulos basear-se-ão em conceitos acerca da história do futebol no Brasil, do torcedor, do jornalismo esportivo e, sobretudo, do campo das transmissões televisivas e on-line brasileiras, que contemplam, em si, os tópicos citados anteriormente. Para a fundamentação teórica, utilizar-se-ão os textos de autores como Soares (1994), Santaella (2003), Savenhago (2011) e Santos (2013). Nove canais farão parte do trabalho. A partir da fundamentação teórica, realizar-se-á uma análise de 24 transmissões envolvendo 14 campeonatos; oito internacionais e cinco nacionais. Bardin (2011) e Gil (2008) serão os autores utilizados para esta seção. Portanto, serão percebidas as diferentes maneiras de moldar uma narrativa de um evento de futebol, que se adequam às mais diversas estruturas jornalísticas. A partir do que será analisado, agrupamentos envolvendo as empresas e suas plataformas embasarão, posteriormente, a categorização dos produtos.

Palavras-chave: Futebol. Jornalismo esportivo. *Streaming*. Transmissão on-line.

ABSTRACT

This paper will discuss the ways of streaming football broadcasts in Brazil. The first three chapters will be based on concepts about the history of football in Brazil, its fans, sports journalism and especially about Brazilian television and online broadcasting, which include all topics early mentioned. For the theoretical foundation, Soares (1994), Santaella (2003), Savenhago (2011), and Santos (2013) are the authors who will be applied. Nine channels will take part in the study. Due to the theoretical foundation, an analysis of 24 broadcasts involving 14 championships will be performed; eight of them are international championships and five national ones. Bardin (2011) and Gil (2008) will be the authors used for this section. Therefore, the various approaches of shaping a narrative of a football event, which fit the most diverse journalistic structures, will be perceived. From what will be analysed, groupings involving companies and their platforms will later substantiate the categorisation of products.

Keywords: Football. Sports journalism. Streaming. Online broadcast.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Tabela 1 - Detentoras dos direitos de transmissão dos principais campeonatos de clubes exibidos no Brasil	49
Tabela 2 - Resultados da análise das partidas	77
Gráfico 1 - Exclusividade de transmissão via <i>streaming</i>	78
Gráfico 2 - Presença de narrador e comentarista (<i>in loco</i> ou estúdio)	79
Gráfico 3 - Presença de repórter	79
Gráfico 4 - Número de câmeras	80
Gráfico 5 - Tipo de sinal transmitido	80
Gráfico 6 - Plataforma de transmissão	81

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BDTD - Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CBF - Confederação Brasileira de Futebol

CONMEBOL - Confederação Sul-americana de Futebol

MPAA - Motion Picture Association of America

OATD - Open Access Theses and Dissertations

PC - Personal Computer

PFC - Premiere Futebol Clube

SPC - Serviço de Proteção ao Crédito

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação

UEFA - União das Federações Europeias de Futebol

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 O TORCEDOR, O JORNALISTA E AS TRANSMISSÕES DE FUTEBOL	15
2.1 A HISTÓRIA DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBOL NO BRASIL	16
2.2 ESPORTE E JORNALISMO	19
2.2.1 O Papel do Repórter, Narrador e Comentarista em Campo	20
2.2.2 A Imagem como Informação	21
2.3 O CASAMENTO ENTRE FUTEBOL E TV	22
2.4. O TORCEDOR PARTICIPA DO JOGO... DENTRO DE CASA	24
2.5 OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL	27
2.5.1 A TV Fechada e o Pay-Per-View	31
2.6 AS COMPETIÇÕES INTERNACIONAIS	32
3 FUTEBOL É <i>STREAMING</i>	36
3.1 O INÍCIO E A CONSOLIDAÇÃO DO <i>STREAMING</i>	38
3.2 “TE SIGO A TODA PARTE”, INCLUSIVE NO <i>STREAMING</i>	40
4 AS (MUITAS) FORMAS DE SE TRANSMITIR FUTEBOL VIA <i>STREAMING</i>	42
4.1 METODOLOGIA	44
4.1.1 As Etapas da Metodologia	45
4.2 DESCRIÇÃO DO OBJETO	46
4.2.1 Os Campeonatos Estaduais	46
4.2.2 Os Campeonatos Nacionais	47
4.2.3 Os Campeonatos Sul-Americanos	47
4.2.4 Os Campeonatos Estrangeiros	48
4.3 AS DETENTORAS DE DIREITOS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL ATUALMENTE	48
4.3.1 Grupo Globo	50
4.3.2 Fox	52
4.3.3 ESPN	53
4.3.4 Esporte Interativo	53
4.3.5 DAZN	54
4.3.6 Facebook	55
4.3.7 Direitos de Federações Estaduais	56
4.4 PILARES PARA A ANÁLISE DAS PARTIDAS	56

4.4.1 Primeiro Pilar - Exclusividade	56
4.4.2 Segundo Pilar – Estrutura e Profissionais	58
4.4.3 Terceiro Pilar - Sinal	59
4.4.4 Quarto Pilar - Plataforma	59
4.5 ANÁLISE DAS PARTIDAS	60
4.6 BRASILEIRÃO SÉRIE A	60
4.6.1 Brasileirão Série A no Sportv Play	61
4.6.2 Brasileirão Série A no Premiere Play	61
4.6.3 Brasileirão Série A no Globoesporte.com	62
4.6.4 Brasileirão Série A no EI Plus	62
4.7 COPA DO BRASIL	63
4.7.1 Copa do Brasil no Sportv Play	63
4.8 LIBERTADORES	64
4.8.1 Libertadores no Sportv Play	64
4.8.2 Libertadores no Facebook Watch	65
4.8.3 Libertadores no Fox Sports	65
4.9 SUL-AMERICANA	66
4.9.1 Sul-Americana no DAZN	66
4.10 ESTADUAIS	67
4.10.1 Estaduais no Sportv Play	67
4.10.2 Estaduais no Premiere Play	68
4.10.3 Estaduais no Globoesporte.com	68
4.11 BRASILEIRÃO SÉRIE B	69
4.11.1 Brasileirão Série B no Sportv Play	69
4.11.2 Brasileirão Série B no Premiere Play	69
4.12 BRASILEIRÃO SÉRIE C	70
4.12.1 Brasileirão Série C no DAZN	70
4.13 LIGA DOS CAMPEÕES	71
4.13.1 Liga dos Campeões no EI Plus	71
4.13.2 Liga dos Campeões no Facebook Watch	71
4.14 PREMIER LEAGUE	72
4.14.1 Premier League o Watch ESPN	72
4.14.2 Premier League no DAZN	73
4.15 SÉRIE A (Campeonato Italiano)	73

4.15.1 Série A (Campeonato Italiano) no DAZN	73
4.16 LIGUE 1 (Campeonato Francês).....	74
4.16.1 Ligue 1 (Campeonato Francês) no DAZN.....	74
4.17 BUNDESLIGA (Campeonato Alemão)	74
4.17.1 Bundesliga (Campeonato Alemão) no Fox Sports	74
4.18 LA LIGA (CAMPEONATO ESPANHOL).....	75
4.18.1 La Liga (Campeonato Espanhol) no Fox Play (Fox Premium).....	75
4.18.2 La Liga No Watch ESPN.....	75
4.19 RESULTADOS DA ANÁLISE DAS PARTIDAS.....	76
5 PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO.....	82
5.1 CATEGORIA 1 – O REFLEXO DA TELEVISÃO	82
5.2 CATEGORIA 2 – A CARA DO <i>STREAMING</i>	83
5.3 CATEGORIA 3 – CONCEITOS MISTOS	83
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
REFERÊNCIAS.....	87

1 INTRODUÇÃO

Este estudo, sobre as diferentes formas de transmissão de futebol via *streaming*, parte do desejo do pesquisador em compreender um novo universo que surgiu após um princípio de migração do futebol da televisão convencional a uma nova forma de teletransmissão: o *streaming*. O avanço das plataformas de exibição de vídeo on-line em consonância com a mudança de hábito do consumidor de futebol trouxe uma mudança radical no cenário de transmissões de futebol no Brasil.

O interesse do autor em todas as formas pelas quais o futebol é veiculado mesclou-se com o seu fascínio pela televisão para a escolha deste tema. Nunca houve tanta opção de canais e plataformas para o torcedor acompanhar o esporte mais assistido do País. Nunca houve tantas formas de se fazer uma narrativa em um evento de futebol.

Após pesquisa em bancos acadêmicos como CAPES, BDTD e OATD, percebeu-se a falta de trabalhos com o viés focado em transmissões de futebol via *streaming*. Buscando os termos "transmissão esportiva e de futebol", "*streaming*" e suas variações, "esporte ao vivo" e "transmissão via Internet", foram encontrados trabalhos focados somente em transmissões esportivas convencionais, transmissões de grandes eventos na Internet, monopólio de transmissões de futebol, análise de canais específicos e estudos sobre a evolução televisiva no *streaming*. O autor, então, acredita ser necessário um estudo acerca do tema proposto e, pela falta de análises sobre o mesmo, defende um mapeamento e proposta de categorização destas transmissões.

Este trabalho analisou nove plataformas de *streaming*, o que poderíamos antigamente chamar de canais de televisão, e 14 campeonatos de futebol envolvendo os principais clubes brasileiros e do mundo. Em todas as combinações possíveis entre plataformas e campeonatos, o pesquisador apreendeu conceitos de transmitir o mesmo esporte de maneiras diferentes, sejam elas melhores ou piores ou simplesmente mais adequadas às realidades de cada empresa.

As diversas escolas de transmissão no *streaming* vão desde empresas gigantes oriundas da televisão aberta até a empresas que nasceram com a vocação para o digital. O resultado dessa mistura de opções para o consumidor resultou categorias e agrupamentos que definiram semelhanças e discrepâncias entre todos

os concorrentes. Este trabalho poderá servir como um mapa do recorte atual das transmissões de futebol via *streaming* no Brasil em 2019.

O estudo foi dividido em seis partes. O primeiro capítulo, a Introdução, contou as motivações da pesquisa e o seu objetivo. O Capítulo 2, intitulado como “O torcedor, o jornalista e as transmissões de futebol”, abordou aspectos históricos da transmissão do futebol, a relação deste esporte com a televisão, com o torcedor e com o jornalista, bem como o momento em que esta relação se tornou um negócio envolvendo paixão e muito dinheiro. A fundamentação teórica foi construída com autores como Soares (1994), Santaella (2003), Savenhago (2011) e Santos (2013).

A partir do entendimento da relação do referido texto com os objetos supracitados, o Capítulo 3, intitulado de “Futebol é *streaming*”, contou o início e a consolidação da plataforma on-line como alternativa de mercado e de fonte para o acesso à informação e entretenimento, dois pilares importantes em uma transmissão de futebol.

No quarto capítulo, dedicado à análise, foram descritos os objetos deste estudo: as plataformas e os campeonatos. Na sequência, foram apresentados os procedimentos metodológicos, destacando-se o método de análise de conteúdo envolvendo a leitura flutuante de Bardin (2011) e categorização conceituada por Câmara (2013). A análise dividiu-se em quatro etapas: o primeiro traçou um panorama de campeonatos, empresas e plataformas envolvidas no estudo; o segundo, a análise de uma partida que envolva cada campeonato e plataforma detentora dos direitos de transmissão. A partir disso, a terceira parte envolveu a proposição de pilares que englobam e qualificam cada uma destas transmissões para finalmente adentrar à quarta parte. Esta previu a categorização e os agrupamentos que fazem parte do objetivo de mapear as formas de transmissão de futebol via *streaming*.

Os resultados foram apresentados na quinta parte deste trabalho. As considerações finais das metas alcançadas são encontradas no último capítulo.

2 O TORCEDOR, O JORNALISTA E AS TRANSMISSÕES DE FUTEBOL

As transmissões de futebol começaram no rádio, passaram pelas diversas fases da televisão e chegaram ao *streaming*. A maneira como o futebol é contado e acompanhado evoluiu muito, sobretudo na última década. É sobre esta evolução que este capítulo irá se aprofundar.

O casamento entre futebol, jornalismo e torcedor está longe de acabar. A inglesa Murray (2003, p. 71) afirma sobre tecnologia que “embora não possamos prever para onde a tecnologia nos conduzirá, especular sobre essas possibilidades é irresistível”. Este pensamento pode perfeitamente ilustrar o futuro do casamento descrito acima. O rumo que a tecnologia toma interfere diretamente na relação entre o produto transmissão esportiva e o seu consumidor. Baseando-se em Murray (2003), não podemos prever sobre o futuro desta relação, podemos apenas especular. Mas em nenhuma destas especulações é contundente enxergar um fim para o casamento entre futebol, jornalismo e torcedor. Ainda estão por vir incontáveis anos nos quais o jornalista contará futebol para o torcedor – por meio das melhores plataformas tecnológicas disponíveis no mercado.

A necessidade de reinventar tais plataformas para manter a relação viva nasce de uma premissa simples, mas verdadeira: o futebol é paixão nacional. Da Matta (1982) acredita que, dentre todas as modalidades desportivas, nenhuma outra se adequou tanto à cultura brasileira como o futebol. Muitos, em distintos lugares, chegam a pensar que o esporte bretão foi, de fato, inventado no Brasil. Segundo Santos (1981), esta relação floresceu muito rápido: o futebol chegou ao Brasil com uma bola, uniformes e um livro de regras trazidos por Charles Miller, em 1894. Em menos de quinze anos, o futebol já movia uma legião de fãs no País.

E assim, ainda no final do século XIX o futebol começou a ser praticado em clubes já existentes e outros passaram a surgir em sua função. É o caso do Club Atlético Paulistano e do Club Germânia, em São Paulo, do Fluminense e do Bangu Athletic Club, no Rio de Janeiro, do Fuss-Ball-Club e do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, no Rio Grande do Sul, e do Sport Club de Belo Horizonte, quase que como uma reação em cadeia (STREAPCO; RUBIO, 2009, p. 3).

Streapco e Rubio (2009) afirmam que na década de 1910 o futebol já era o esporte mais popular do Brasil. Segundo Certaeu (2001), as elites tentavam proibir as práticas populares. De qualquer forma, a população apropriou-se de uma

modalidade lúdica estrangeira, modificou-a e carregou-a de simbolismos que foram relegados aos seus descendentes até o presente momento. Portanto, há mais de um século, a relação entre o brasileiro e o futebol é extremamente próxima e impactante no cenário social, com uma grande parcela da população fazendo questão de se dizer e de sentir-se torcedor.

Atualmente, segundo o Datafolha¹, 58% dos brasileiros nutrem algum tipo de interesse por futebol. De acordo com uma pesquisa do SPC², 67,4% das pessoas que acompanham futebol dizem se interessar muito pelo esporte. No entanto, por diversos fatores, desde a falta de segurança até ao preço dos ingressos, somente 20% dos brasileiros vão ao estádio. E, baseando-se na mesma pesquisa do SPC, o número de brasileiros que assistem a maior parte das partidas do seu time *in loco* é de apenas 3,9%. Ou seja, a esmagadora maioria dos torcedores acompanha os jogos do seu time por meio de transmissões esportivas. Uma mostra da relevância deste produto para o Brasil.

2.1 A HISTÓRIA DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBOL NO BRASIL

São mais de 80 anos desde a primeira transmissão de uma partida de futebol no Brasil. Segundo Poletto e colaboradores (2015) e Dias e Lima (2011), em 19 de julho de 1931, pelas ondas do rádio, o enfrentamento entre a Seleção do Paraná e a Seleção de São Paulo foi veiculado pela Rádio Educadora Paulista.

Os primeiros passos das transmissões radiofônicas foram dados somente com a presença de um narrador *in loco*, contando com detalhes e sozinho em toda a ação da partida. “Determinado a cumprir a missão de ‘filmar’ oralmente o jogo, o locutor é obrigado a narrar em alta velocidade, enunciando os detalhes como uma metralhadora de palavras” (SOARES, 1994, p. 30). Foram anos de narração solitária em locais improvisados nos primeiros campos de futebol do Brasil, como detalha Dias e Lima (2011, p. 5):

Ao contrário dos dias atuais, quando cada estádio de futebol possui setores específicos para a imprensa (cabines de rádio e tv com visão privilegiada do

¹ Reportagem da Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/2018/05/cresce-desinteresse-do-brasileiro-por-futebol-aponta-datafolha.shtml>. Acesso em: 02 set. 2019

² Pesquisa SPC Brasil: Mercado de Consumo do Futebol Brasileiro. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/367275136/Analise-Consumo-Futebol-pdf>. Acesso em: 03 set. 2019.

centro do campo para facilitar o trabalho destes profissionais), Ary Barroso³ e seus contemporâneos, muitas vezes, narravam os jogos em locais improvisados, incluindo galinheiros e telhados de casas vizinhas aos gramados. Só com o avançar do tempo que isso melhorou, em meados dos anos 1940.

Com o tempo, a estrutura física para transmissões esportivas foi se qualificando, e, com isso, as equipes de profissionais envolvidos também. Poletto e colegas (2015) contam que, em 1945, a Rádio Panamericana deu mais espaço aos esportes e modificou a estrutura da transmissão, com a criação das funções de comentarista e repórter. A partir disso e da concorrência entre emissoras que passou a ocorrer neste período, as transmissões esportivas de rádio entraram em um estágio de profissionalização, o que trouxe uma perceptível evolução na qualidade do produto.

Qualidade refletida em números de audiência. Em Copas do Mundo, os índices atingidos pelas emissoras de rádio eram assustadores, prova de que esse produto era um sucesso, uma mina de ouro a ser garimpada. Conforme Soares (1994, p. 55): “nas partidas da Copa do Mundo de 1958 a Bandeirantes chegou, segundo Pedro Luís, a uma audiência média de 85%. No jogo contra a Suécia (decisão da Copa) a audiência da Bandeirantes foi de 92,5%”.

Mesmo com o surgimento da televisão e por consequência do *streaming*, até hoje o rádio tem lugar importante no coração do aficionado do futebol. Nesse sentido, "o rádio continua muito à frente na transmissão das emoções do jogo, mas com a TV, o rádio está se reinventando (...) por mais inovações que a TV apresente o rádio sempre terá seu público" (SOARES, 1994. p. 109).

Esse resgate é importante para ilustrar a longevidade da relação entre futebol, jornalismo e torcedor. Mais do que isso, mesmo que distante, o rádio de 1931 tem o mesmo propósito do que o *streaming* de 2019: transmitir a partida de futebol.

Ora, mídias são meios, e meios, como o próprio nome diz, são simplesmente meios, isto é, suportes materiais, canais físicos, nos quais as linguagens se corporificam e através dos quais transitam. Por isso mesmo, o veículo, meio ou mídia de comunicação é o componente mais superficial, no sentido de ser aquele que primeiro aparece no processo comunicativo (SANTAELLA, 2003, p. 25).

³ Ary Barroso foi um importante narrador de futebol que marcou época a partir de 1938.

Segundo Santaella (2003), o importante não é o meio, mas, sim, a mensagem. No caso deste trabalho, a mensagem é a transmissão de futebol. Aqui, a análise será sobre o meio mais recente, o *streaming*. Antes de aprofundar este suporte, é importante contextualizar o todo, constituir uma espécie de árvore genealógica, na qual o rádio é o avô, a televisão é o pai, e o *streaming* é apenas o irmão mais novo de uma grande família que vamos estruturar mais adiante. Se os “veículos são meros canais, tecnologias que estariam esvaziadas de sentido se não fossem as mensagens que nelas se configuram” (SANTAELLA, 2003, p. 25), é necessário entender a importância do produto, a transmissão, e o que ele representa para o seu consumidor, o torcedor.

Não se pode ignorar como os suportes materiais, como colocado por Santaella (2003), são agentes na construção do produto entregue ao consumidor. Um canal físico baseado em ondas curtas, como no início das transmissões de rádio, tem possibilidades de entrega infinitamente inferiores à estrutura de frequência FM, como ouvimos no rádio da atualidade. O meio é agente principal na qualidade do produto final. Como afirma McLuhan (1974), “o meio é a mensagem”. Nesse sentido:

[...] significa, em termos da era eletrônica, que já se criou um ambiente totalmente novo. O conteúdo deste novo ambiente é o velho ambiente mecanizado da era industrial. O novo ambiente reprocessa o velho tão radicalmente quanto a TV está reprocessando o cinema (MCLUHAN, 1974, p. 11).

Desde 1931, os hábitos do consumidor evoluíram em conjunto com o avanço das tecnologias. Se antes, “ao iniciarem uma transmissão, os narradores pediam para aqueles que estivessem acompanhando a partida imaginarem um retângulo, em que do lado direito estava uma equipe e do esquerdo, a outra” (SAVENHAGO, 2011, p. 24), hoje uma partida de Copa do Mundo, o principal evento de futebol, conta com a estrutura de pelo menos 36 câmeras de alta definição⁴.

A estrutura de uma transmissão de futebol mudou completamente. Mas o apelo que este produto despertou nas pessoas e, por conseguinte, no mercado publicitário, sempre foi cristalino. Ainda na época em que o rádio era a única opção, durante o governo de Getúlio Vargas, em 1932, a publicidade durante a

⁴ Informação retirada da reportagem intitulada “Entenda como funciona a transmissão de jogos de Copa do Mundo”. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/esportes/copa/2014/06/entenda-como-funciona-a-transmissao-de-jogos-da-copa-do-mundo>. Acesso em: 02 set.2019.

programação foi autorizada. Segundo Savenhago (2011, p. 24), a partir dessas transições, o futebol passou a representar uma fonte de receita para as empresas, já que, “com essa reformulação, a transmissão esportiva surgiu como um bom apelo para conquistar a audiência”.

A relação entre futebol e receitas, iniciada no rádio, contribuiu para o inevitável encontro da televisão com futebol. Antes disso acontecer, assistir a bola rolando era um privilégio para uma seleta minoria de fãs do esporte que podia ir ao estádio. Foi no meio dos anos 1950 que ocorreu uma ruptura no processo de torcer. Segundo William (2002 citado por SAVENHAGO, 2011, p. 25), em 1956, a televisão conseguiu transmitir uma partida interestadual. No dia 1º de julho, a TV Record e a TV Rio entraram em cadeia e conseguiram televisionar, ao vivo, o amistoso entre a Seleção Brasileira e a Seleção Italiana, no estádio do Maracanã. Um marco histórico, definido por William (2002 citado por SAVENHAGO, 2011, p. 25) como uma proeza da Record, que impulsionou definitivamente a venda de televisores. Segundo o autor, a população começou a achar alguma vantagem em comprar aqueles aparelhos, que ainda eram novidade.

Mesmo assim, foi no início dos anos 1970, a partir da primeira transmissão televisionada ao vivo de uma Copa do Mundo, no México, que a televisão finalmente casou-se com o futebol. Antes disso, sem o recurso da transmissão via satélite, as Copas anteriores foram exibidas gravadas em VTs (*videotape*). A imensa maioria da população assistiu aos jogos em preto e branco, devido à precariedade das televisões, mas o encantamento foi inevitável. Como dito por Ribas (2010, p. 159), "o sinal captado e os aparelhos de TV do País eram em preto e branco – as cores eram privilégio de alguns poucos". No mais, “a televisão e o esporte promoveram um ‘casamento no céu’, no qual estas “duas grandes asas do entretenimento do século XX” legitimaram no altar uma relação” (ROWE, 1996, p. 78). Antes de aprofundar o encantamento da televisão com o esporte, é preciso entender que essa relação parte de uma base fundamental: o jornalismo.

2.2 ESPORTE E JORNALISMO

Este trabalho parte do princípio de que o esporte está dentro das atribuições do jornalismo. Cobrir, reportar e contar a história de um evento esportivo, neste caso, uma partida de futebol, é dever e está entre as competências de um jornalista.

Foi desta maneira nas primeiras transmissões esportivas e segue até hoje. Segundo Souza (2006, p. 25), “embora o jornalismo esportivo brasileiro, no início tenha enfrentado dificuldades para estabelecer a sua importância na sociedade, o esporte sempre presença marcou pela paixão e interesse das pessoas”. Essa importância é ilustrada por Helal e Amaro (2015), que acreditam na dimensão alcançada pelo esporte, justificando que tanto em uma estação de metrô de Nova York bem como em Londres, Paris, Roma, Lisboa, Moscou, Buenos Aires, São Paulo, ou seja, em qualquer grande centro urbano do mundo, é perceptível que a seção de esportes dos grandes jornais é a mais lida.

O esporte é um braço do jornalismo. É claro que há espaço para o entretenimento, mas é fundamental entender que a premissa segue sendo a de informar o que está acontecendo. Souza (2006) acredita que é óbvio que a notícia esportiva tem que estar ligada à beleza do seu espetáculo e resultados que movem milhões de apaixonados. Entretanto, para o teórico, limitar-se a esta vertente é fechar um leque de temas ricos que envolvem o esporte.

Dentro de uma equipe de transmissão de futebol característica, há um narrador, repórteres e comentaristas de jogo e arbitragem. O papel de informar fica a cargo, principalmente, do repórter. Ele é quem está mais perto do fato e sua presença se justifica por isso. O papel do repórter em campo é a demonstração do impacto que o jornalismo deve ter em uma jornada esportiva.

2.2.1 O Papel do Repórter, Narrador e Comentarista em Campo

Não ter nenhum repórter em campo pode impactar na qualidade de uma transmissão. Ter um repórter que cobre dois times aumenta a possibilidade de uma informação escapar. Agora, ter dois repórteres na transmissão de uma partida é o primeiro passo para a garantia do cumprimento do dever jornalístico no espetáculo.

Ser o jornalista mais próximo ao fato, no esporte, por vezes, significa receber a informação de bandeja. Sendo testemunha ocular, o repórter esportivo que participa de uma transmissão necessita seguir a premissa de um bom repórter. Por isso, o pensamento de Gaillard (1974 citado por FERRARETO, 2001, p. 250) sobre o repórter aplica-se perfeitamente à questão esportiva: “Testemunha profissional, um investigador que, em vez de prestar contas a uma administração, as presta ao

público”. Além de ser testemunha, Coelho (2004) afirma que o repórter tem a obrigação de transmitir de forma convincente e audível a informação.

O narrador é o responsável por contar a história da partida. Além da responsabilidade jornalística de informar os eventos que acontecem durante a transmissão, o narrador tem o papel de ser o vendedor do espetáculo. Uma de suas missões é entreter. Galvão Bueno, narrador esportivo mais antigo da TV Globo, se define como um vendedor:

Estado - Como você se define?

Galvão - Sou um vendedor de emoções.

Estado - O narrador tem de ser torcedor também?

Galvão - O esporte é basicamente emoção. Então, meu papel é falar sobre a técnica, a tática, o confronto de inteligência, mas também vender essa emoção. É por isso que o esporte mobiliza um país, para um país. É por isso que enlouquece as pessoas, que existe a rivalidade entre os torcedores (BUENO, 2002 citado por SAVENHAGO, 2011, p. 29).

Quanto ao comentarista, sua importância está atrelada à opinião. O telespectador enxerga nesta figura uma voz técnica sobre os acontecimentos de uma partida de futebol. Ele tem o papel de referência na leitura do jogo, trazendo em sua presença uma ideia de credibilidade e sabedoria:

[...] o comentarista tem a função nobre de explicar e permitir ao torcedor que acompanhe o jogo de forma diferenciada. Entre tantas funções importantes, cabe a ele analisar o que aconteceu, o que pode acontecer e antever o que aconteceria numa partida. Analisar com consistência, por exemplo, quando um treinador muda a forma de um time jogar ou quando coloca em campo ou na quadra um determinado jogador. Ver realmente a partida, explicar ao torcedor o que está acontecendo e tentar prever, com a mesma simplicidade, o que ainda vai acontecer (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p.78-79).

A presença do narrador e comentarista no estádio, ou seja, *in loco*, aceita o conceito de testemunha de Gaillard (1974), assim como em relação à reportagem. Estar mais próximo do fato pode auxiliar no volume e na qualidade da transmissão de informações do evento.

2.2.2 A Imagem como Informação

Outro aspecto que contempla o jornalismo em sua essência dentro de uma transmissão esportiva é o uso da imagem como fonte de informação. Uma partida de

futebol televisionada deve seguir os princípios do telejornalismo. De acordo com Leal e Valle (2009, p. 2):

[...] a marca distintiva do telejornalismo seria, segundo os manuais, a sua competência em mostrar os fatos do mundo. “Mostrar”, neste caso, implica expor imagens do mundo, particularmente aquelas capturadas pelas câmeras.

A mais notável diferença entre uma transmissão televisionada e as demais é o uso da imagem para construir uma narrativa, neste caso, ao vivo, do que está acontecendo em um evento esportivo. O número de pontos de vista deste tipo de espetáculo é refém do número de câmeras que estão sendo utilizadas para o televisionamento. Quanto maior o número de câmeras, mais pontos de vista e mais elementos visuais podem ser acrescentados à história que está sendo contada. A imagem junta-se aos agentes que narram o jogo como um acréscimo ou até mesmo um norte de informação. Fahle (2006, p. 197) define imagem como:

[...] uma formação visual emoldurada e composta; ela tem um lugar histórico e medial determinável; é um documento e uma representação; pode ser determinada por conceitos de espaço e tempo; é uma condensação do visível; emerge a uma correlação estreita com o dizível.

A imagem é capaz de informar por si só. Ela é protagonista em um evento de futebol transmitido. Ter mais lentes apontadas para o fato é um aspecto importante para acrescentar cada vez mais detalhes ao espetáculo e causar um maior sentimento de imersão no consumidor.

2.3 O CASAMENTO ENTRE FUTEBOL E TV

É com os detalhes que a televisão conquista o futebol. Conforme Whannel (2009), o rádio aproximou o consumidor para perto do evento esportivo com a transmissão ao vivo, o drama e a notícia. Enquanto isso, a televisão os aproxima ainda mais e, ao acrescentar à imagem ao áudio, produz de modo mais forte um sentido de presença mesmo estando casa.

O surgimento da televisão na década de 1930 permitiu uma combinação do imediatismo e incerteza do esporte ao vivo com o contexto doméstico do rádio e o drama e espetáculo do noticiário. Ao trazer imagens ao vivo para a

casa, trouxe o esporte do domínio público para a esfera doméstica.. (WHANNEL, 2009, p. 208).

No Brasil, não demorou para o futebol cair nas graças da televisão e, é claro, a televisão cair nas graças do torcedor. Afirmando essa relação social tão poderosa, mais do que a primeira grande transmissão, a Copa do Mundo de 1970 é registrada como um grande marco que ilustra como transmissões esportivas podem ser ferramentas de manobra social. Nesse sentido, o Jornal O Globo publica em 1970: “O Brasil todo vai parar, colado aos rádios ou em frente às tevês: é a primeira vez que um jogo da seleção ‘canarinho’ numa Copa terá transmissão direta pela TV”.

Enquanto Pelé, Jairzinho, Rivellino e companhia encantavam os brasileiros e o mundo com um futebol alegre e vencedor, os versos de Miguel Gustavo, na música *Pra frente Brasil* ecoavam como um mantra para os brasileiros:

Noventa milhões em ação/ Pra frente Brasil/ Do meu coração/ Todos juntos vamos/ Pra frente Brasil/ Salve a Seleção/ De repente é aquela corrente pra frente/ Parece que todo o Brasil deu a mão/ Todos ligados na mesma emoção/ Tudo é um só coração!/ Todos juntos vamos/ Pra frente Brasil, Brasil/ Salve a Seleção.⁵

Na época, o Brasil passava por uma violenta Ditadura Militar. A partir do engajamento do povo brasileiro com o futebol, o General Emílio Garrastazu Médici, presidente do País em 1970, utilizou-se da talentosa Seleção Brasileira, da popularidade das transmissões radiofônicas e da novidade das transmissões televisionadas para fazer propaganda do regime e fortalecer um sentimento união nacional. Ramos (1984, p. 38) define assim:

Nesse período, o Brasil conseguiu inúmeros títulos, além da copa do mundo. Conquistou o campeonato mundial de tortura. Prendeu, aleijou e matou. Não deixou vestígios. O futebol era cúmplice. Escondia a face dos ditadores. Transformou-se na grande mentira nacional, superior à das autoridades do governo Médici.

Foi a primeira grande mostra do poder que esse tipo de produto poderia alcançar. A Copa de 1970 agiu no imaginário do povo e, por consequência, tornou-se uma ferramenta de ampliação da popularidade do governo vigente. Gasparino

⁵ Letra da música “Pra Frente Brasil” de Miguel Gustavo em 1970. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/hinos-de-futebol/394819/>. Acesso em: 02 set. 2019.

(2013) conclui que os militares conseguiram com êxito associar a imagem do futebol vencedor ao país que governavam.

Impulsionado pelo sucesso da primeira Copa do Mundo transmitida via satélite para 16 estados brasileiros e o Distrito Federal, como conta Ferreira (2014), foi iniciada uma corrida para a evolução dos equipamentos. Os de transmissão, por parte das emissoras, e os de recepção (antenas e televisores) por parte dos fãs de futebol. Poucos anos depois, já era possível e até comum ver futebol em cores. Finalmente, o que antes era exclusividade de quem podia ir ao estádio chegou à janela mágica da televisão. Nas palavras de Ribas (2010, p. 159): “A primeira transmissão de um jogo em cores só ocorreu em 1972 e envolvia a Seleção de Caxias do Sul (RS) contra o Grêmio”.

No mesmo período, surge um recurso que traz um privilégio exclusivo ao consumidor de transmissões de futebol na TV: o replay instantâneo de lances da partida, sendo exibidos instantes após eles acontecerem, complementa Ribas (2010). Os recursos são novos, a estrutura de equipe que “fala” com o torcedor é a mesma do rádio: narrador, repórter e comentarista. Com a TV, porém, cresce a necessidade de uma equipe maior, contando com cinegrafistas, operadores de VT e responsáveis pelo corte e geração do sinal da transmissão.

A essa altura, amar e acompanhar futebol já estava enraizado no DNA do brasileiro, e o rádio já era um fiel companheiro. A novidade foi a consolidação do hábito de assistir o esporte em frente à TV.

2.4. O TORCEDOR PARTICIPA DO JOGO... DENTRO DE CASA

O final da década de 1970 e o início da década de 1980 contaram com o fortalecimento da marca de campeonatos nacionais e campeonatos sul-americanos, a fim de reforçar um imaginário no qual o torcedor é o protagonista do espetáculo. Com isso, afirma Fachine (2002), a TV cria um lugar simbólico de encontro, instaurando um “estar com” que, no caso da transmissão direta dos jogos de futebol, contribui para o sentimento de presença e de pertencimento à torcida. Pela televisão, vivencia-se um tipo de experiência coletiva cuja compreensão nos desafia, sobretudo, no cenário de digitalização e articulação da televisão com outras plataformas midiáticas que potencializam o efeito de contato. Segundo Bandeira

(2009), os torcedores são convocados a participar ativamente dos jogos como incentivadores, sendo a torcida inclusive responsabilizada pelos resultados.

O “clubismo”, termo utilizado por Damo (2005), refere-se ao sentimento de orgulho e de pertencimento ao time do coração, cada vez mais incentivado durante os jogos. Começa, então, um fortalecimento na construção das marcas dos maiores clubes e competições da época. Segundo o autor, existe uma “comunidade de sentimento” que define, a partir do seu engajamento, a experiência de assistir à partida de futebol:

Aquele que herda um pertencimento, à maneira de uma máscara, passa a compor uma dada comunidade afetiva que tem como referência um clube. Passamos, assim, de indivíduo à pessoa, pois já não importa, para o clubismo, as idiosincrasias, mas o personagem que o sujeito representa nesse universo (DAMO, 2005, p. 41).

Segundo Melo (2000), o esporte é uma prática cultural tão significativa quanto teatro, cinema etc. Mas nenhuma dessas manifestações consegue, como o futebol, mobilizar tanta gente, mexendo tão forte com paixões, desejos e sentimento. De fato, o futebol mobiliza, emociona, apaixona e, de certa maneira, vicia. A paixão por times de futebol mexe com o sentimento de fidelidade e devoção do ser humano. O apaixonado pelo esporte, que encontramos neste trabalho como aquele que consome futebol diariamente, sente-se na obrigação de nunca abandonar o que o seu clube representa. Em muitos casos, essa relação envolve a ida frequente a estádios. Mas, principalmente quando envolvem-se clubes de proporção nacional, uma parcela significativa de torcedores fica impossibilitada de frequentar os estádios por questões geográficas e financeiras: “Passa a ser mais barato acompanhar os jogos pela TV, com a compra das partidas, do que ir aos estádios” (SANTOS, 2013, p. 77). Nestes casos, a transmissão esportiva torna-se o ápice do consumo do seu time, o momento sagrado de toda a semana que começa a ser alimentado por programas esportivos diários até atingir o seu apogeu semanal: o jogo do seu time na televisão.

Santos (2013) acredita que é justamente o *clubismo* que mantém as relações afetivas em torno deste esporte por todos os dias, o que faz com que o interesse sobre ele enquanto propagador de mercadorias continue sem maiores percalços. Ou seja, o torcedor sente-se parte daquilo que assiste e ouve sobre o seu time. Cria-se então uma relação imaginária de colaboração, como define Morato (2005, p. 90):

Cada torcedor, seja ele integrante ou não de uma torcida organizada, credita o bom desempenho do seu time à sua maneira de torcer. Sem a sua torcida e o seu incentivo, seu time não terá chances contra o adversário. Mesmo que ele não pule, não grite, não berre, sua presença no estádio ou diante da televisão (ou do rádio) contribuirá com seu time.

Como não podia ser diferente, tendo conhecimento do sentimento de participação dos torcedores, cria-se uma grande oportunidade de produto rentável para as televisões. Bandeira (2009) acredita que, para atender a um interesse social preexistente, a TV convoca os torcedores a participarem de forma enfática durante os jogos como incentivadores e co-responsáveis pelos resultados. Com isso, institui-se diante da supervalorização dos confrontos futebolísticos uma rede de produção, distribuição e consumo gerados em volta do espetáculo ao vivo. A partir deste, gravitam as transmissões dos jogos, os anúncios publicitários e os programas especializados.

Paixão traz audiência, audiência atrai publicidade, publicidade é fundamental para a televisão. O casamento anunciado no início deste tópico tem como alicerces a paixão clubística, a audiência e a publicidade. É definida esta união:

Forma-se, então, um triângulo entre o telespectador, a emissora de televisão e os anunciantes. Um dá sustentação às aspirações dos outros dois, o que explica o sucesso das transmissões de futebol, especialmente em épocas de Copa do Mundo (SAVENHAGO, 2011, p. 28).

Coelho (2004) reforça a tese de transformação do futebol em mercadoria, por meio de uma linguagem de espetáculo. Ele comenta que, nas transmissões da TV Globo, por exemplo, nada sai errado.

A partir disso, a relação que atrai interesses não só jornalísticos na cobertura do evento é fortalecida. Também é preciso atender às demandas comerciais, vendidas dentro do produto transmissão de futebol. As marcas visam as transmissões e as emissoras precificam o seu produto com base na relevância do campeonato e do valor pago para ter os direitos de transmissão das partidas.

A televisão, que até sobreviveria sem o futebol, não quer ficar sem ele. Os lucros justificam os investimentos. Os times conseguem boas rendas graças aos direitos de transmissão pagos pelas emissoras de TV e os telespectadores provam, através dos números da audiência, que o futebol pela televisão virou mania nacional. Todos esses fatores reunidos permitem considerar que a tendência da relação comercial futebol-televisão é permanecer por período indeterminado (SAVENHAGO, 2011, p. 30).

2.5 OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL

Na década de 1980, com a consolidação do mercado publicitário dentro das transmissões esportivas, o pagamento de emissoras de TV para transmitir campeonatos e partidas exclusivas, popularmente chamado de *direitos de transmissão*, começa a ser valorizado.

Savenhago (2011) conta que a Copa do Mundo da Espanha, em 1982, transmitida exclusivamente na TV aberta pela Rede Globo, foi um importante marco na valorização da compra de direitos esportivos, principalmente quando se fala em exclusividade de transmissão.

A transformação do esporte em mercadoria representou, principalmente à Globo, segundo Ramos [...], um estrondoso sucesso financeiro com a comercialização de cotas publicitárias durante a Copa de 82. Nas Copas seguintes, novos saldos altamente positivos. A partir daí, o futebol se tornaria, definitivamente, um grande negócio para a televisão brasileira (SAVENHAGO, 2011, p. 28).

Apesar do “estrondoso sucesso financeiro” (SAVENHAGO, 2011, p.28), possibilitado por uma transmissão de futebol, é na década de 1980 que surge a mais relevante crise do futebol nacional. Devido a uma série de decisões equivocadas na organização dos principais campeonatos do esporte no Brasil, o espaço do futebol na principal emissora do País, a TV Globo, passa a ser diminuído numa tentativa de não atrelar a marca da emissora à desorganização. Os dois principais programas esportivos do País, *Esporte Espetacular*⁶ e *Globo Esporte*⁷, ambos da Globo, foram um espelho deste cenário. Como Santos (2013, p. 134) coloca, “o 'Globo Esporte' chegou a ser reduzido a um bloco de apenas quatro minutos e o 'Esporte Espetacular' saiu do ar. Além disso, transmitia-se de 12 a 16 jogos de futebol por ano”.

Ainda segundo o autor, essa desorganização geral do futebol, ou crise, como ele mesmo intitula, passou pela interferência externa do governo militar (SANTOS, 2013). O Governo propagou o aumento crescente de clubes na participação de cada

⁶ “Esporte Espetacular” é um programa esportivo da TV Globo que começou a ser exibido a partir das 9h30 dos sábados em 1º de dezembro de 1973, com a proposta de mostrar eventos de outros esportes. Em 30 de abril de 1983, foi retirado da programação da Globo, voltando aos domingos no dia 22 de março de 1987.

⁷ Programa esportivo da TV Globo. Veiculado diariamente, está no ar, de forma ininterrupta, desde 14 de agosto de 1978. Hoje, é exibido com versões regionais na maioria dos estados brasileiros a partir das 12h50.

edição do torneio nacional como forma de ampliar o espaço político do regime, chegando ao ponto de reunir 94 clubes em 1979. Consagra-se, aqui, a máxima citada por Franco (2007, p. 150): “Onde a Arena⁸ vai mal, mais um clube no nacional”.

Foram anos de desorganização que prejudicaram a exibição de partidas de futebol no País. O número fora do comum de times na elite do campeonato nacional trouxe uma série de problemas fora de campo. Em 1986, houve várias modificações na pontuação dos times, além de diversas ações na justiça. Santos (2013) tenta explicar uma confusão, que, na época e até hoje, poucos conseguem entender. Nesse sentido:

O Joinville entrou na Justiça Desportiva e ganhou os pontos de uma partida contra o Sergipe, que teria atuado com um jogador dopado, o que eliminava o Vasco, que conseguiria posteriormente cassar a decisão na justiça comum. A CBF tentou restabelecer tudo eliminando a Portuguesa do torneio por problemas na venda de ingressos e sofreu represália dos demais clubes paulistas (SANTOS, 2013, p.135).

A ressaltar a magnitude dos números junto à desorganização da época, enquanto, em 1979, havia 94 times em disputa do campeonato nacional, hoje, em 2019, são 20. Essa incerteza acerca do futebol brasileiro durou até 1987, ano em que é fundada a União dos Grandes Clubes do Futebol Brasileiro, o popular Clube dos 13. Os treze presidentes dos clubes de maior torcida do País, na época Flamengo, Corinthians, São Paulo, Palmeiras, Vasco, Santos, Grêmio, Internacional, Cruzeiro, Atlético Mineiro, Botafogo, Fluminense e Bahia resolveram exigir da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), criada em 1980, um campeonato nacional com maior qualidade. Sem garantias, posteriormente, o Clube dos 13 resolveu fundar um novo campeonato nacional, a Copa União, que envolvia os treze clubes mais três equipes convidadas (Coritiba, Goiás e Santa Cruz). A ideia era disputar a Copa União já em 1987. A decisão ousada buscou conseguir patrocinadores e transmissão até dias antes do início do campeonato. Santos (2013, p. 137) aponta que “no dia 5 de setembro, eles conseguiram contratualizar a transmissão do torneio em caráter exclusivo pela Rede Globo, a emissora de TV com maior audiência do País”. É essa negociação que baseia os direitos de transmissão de futebol no Brasil até hoje.

⁸ ARENA, sigla para Aliança Renovadora Nacional, foi um partido político brasileiro criado em 1965. Foi o partido governista do Regime Militar.

Prochnik (2010, p. 9) define que “a criação do Clube dos 13 e, conseqüentemente, a iniciativa de se fazer um campeonato organizado e fechar contrato com a televisão são atitudes que objetivam mostrar o futebol como um produto lucrativo com força para atrair a atenção de um grande público”. A assinatura do contrato entre Globo e Clube dos 13 foi um marco histórico na relação entre empresas de televisão e competições de futebol.

No caso da transmissão televisiva, a Rede Globo pagaria US\$ 3,4 milhões por temporada num contrato de 5 anos, com os 13 clubes da entidade recebendo a mesma cota e os 3 demais com a metade do valor. O contrato poderia ser renovado anualmente, com direito à transmissão de 42 dos 78 jogos do certame, sendo 3 por semana: uma partida toda a sexta-feira, a partir das 21h30; outra no sábado, a partir das 16h; e a última no domingo, também às 16 horas, sem veto de transmissão mesmo para a cidade sede da partida (SANTOS, 2013, p. 138).

A aceitação dos torcedores dos grandes clubes brasileiros e da imprensa, em geral, foi positiva. A mesma revista Placar tratou o feito como “renascimento do melhor futebol do mundo” (SANTOS, 2013, p.138). O jornalista Juca Kfourri, diretor da Placar na época, acredita que o Clube dos 13 amparado “em vigoroso esquema de comercialização, obteve na Rede Globo de Televisão o aliado necessário para se transformar no maior evento já proporcionado pelo futebol nacional” (KFOURI, 1987, p. 8).

Mas não foi em 1987 que finalmente foi realizado um campeonato brasileiro sem polêmicas. Enquanto o Clube dos 13 organizou o torneio nos moldes já citados, com dezesseis clubes, paralelamente a CBF organizou outra competição envolvendo outro grupo de clubes brasileiros. A partir disso, a CBF passou denominar a Copa União como “Módulo Verde” de uma grande competição nacional. O torneio novo da CBF, com os demais clubes, seria denominado “Módulo Amarelo”. A intenção da Confederação Brasileira de Futebol era de que os campeões dos dois módulos se enfrentassem em uma grande final que decidiria o campeão brasileiro. Porém, segundo o jornalista Ubiratan Leal, da revista Trivela:

O Clube dos 13 decidiu boicotar o cruzamento. No entanto, a CBF contou com um apoio de dentro da união de clubes. “O Eurico Miranda era vice-presidente de futebol do Vasco e ficou como nosso interlocutor na CBF”, comenta Aida⁹. “Ele nos traiu e deu sinal verde para a CBF virar a mesa, mesmo contra a determinação dos outros 12 clubes de não fazer

⁹ Carlos Miguel Aida, presidente do São Paulo Futebol Clube na época.

cruzamento com o Módulo Amarelo.” O Clube dos 13 não assinou o regulamento proposto pela confederação, mas já estava aberta a brecha para a confusão (LEAL, 2017).

Até hoje, Flamengo e Sport se intitulam campeões brasileiros de 1987, porém, o Supremo Tribunal Federal decidiu, em 17 de março de 2017, que o Sport é o campeão nacional. Mesmo com a grande polêmica, o primeiro campeonato brasileiro com os direitos de transmissão em caráter exclusivo segue como um marco histórico memorável. O jornalista Celso Unzelte, pesquisador da história do futebol brasileiro, definiu-o para Leal (2017): “O que era para ser uma revolução se transformou em uma transição, mas não deixou de ter sua importância histórica”. Para Santos (2013), a Copa União representou um caso interessante e de sucesso para análise de uma nova etapa de mercantilização sobre o futebol, principalmente por se tratar de um confronto evidente com a mentalidade dos então dirigentes de futebol.

Em 1988, a CBF voltou a organizar a competição nacional. Até aquele momento, o nome dado pelo Clube dos 13, “Copa União”, havia sido mantido. Mas, já a partir do ano seguinte, foi adotado o nome usado até hoje¹⁰: “Campeonato Brasileiro Série A”, o popular “Brasileirão”.

Nos anos seguintes, o futebol brasileiro avançou na comercialização dos direitos esportivos, algo que já acontecia na Europa, com força, desde 1984, como garante Franco (2007). De acordo com o autor, uma pesquisa dos economistas Bourg e Gougnet (2012) confirmou que, de 1984 a 1999, a receita oriunda da televisão na Europa havia crescido 1.220 vezes; a de contratos publicitários, 33 vezes; a bilheteria, restrita ao espaço geográfico, apenas cinco.

A partir de 1991, o avanço no exterior começou a ser visto com mais clareza no Brasil. Depois de duas temporadas exibidas com exclusividade pela TV Bandeirantes, 1990 e 1991, a Globo precisava de uma forte reação. Luiz Fernando Lima, diretor da Central Globo de Esportes até janeiro de 2013, afirma que o primeiro plano comercial do futebol, enquanto produto a ser vendido ao mercado publicitário, foi criação da Globo em 1991, contendo a transmissão de 25 partidas no Brasileirão de 1992. Até então, o esporte era “comprado a granel. (...) ‘Ah, tem aqui um jogo importante’, vão lá discutir com o Flamengo, com o Corinthians ou com não

¹⁰ De 1989 até o ano deste trabalho, 2019, o campeonato foi chamado desta maneira, exceto em 2000, quando por decisão judicial a CBF foi impedida de realizar o campeonato, passando a responsabilidade para o Clube dos 13, que batizou o campeonato nacional daquele ano como Copa João Havelange.

sei quem e você vai discutir jogo a jogo uma compra do direito, ou um aluguel do direito” (LIMA, 2012, citado por SANTOS, 2013, p.141).

Anos depois, em 1997, Santos (2013) afirma que é estabelecido o contrato da forma que se tem até a edição de 2011, com a preferência de exclusividade à Rede Globo. Com a possibilidade de monopólio da transmissão, a decisão depende da opção da líder do mercado em transmitir, ou não, sozinha. É a partir desse contrato que inicia o “terceiro período” e mais recente do futebol. Segundo Wisnik (2008), ele seria distinguido pela conotação do esporte no centro do complexo mercadológico, com interesses que disputam a publicidade onipresente, tevê aberta e a cabo, Pay-per-view e estádios-feira-de-exposição apontando para os estádios-shopping.

2.5.1 A TV Fechada e o Pay-Per-View

Em 1997, é assinado o primeiro contrato que contempla o modo Pay-per-view, pelo qual o torcedor paga por um pacote extra para ter a garantia de transmissão dos jogos do seu interesse, que, em sua maioria, não são passados na TV aberta ou na TV fechada. O Premiere Futebol Clube (PFC), hoje conhecido só como Premiere, é o sistema de Pay-per-view da Rede Globo. Segundo pesquisa do SPC (2016), 29,9% dos torcedores brasileiros paga pelo serviço. Até 2019, o Premiere transmitia todos os jogos do Brasileirão. A partir do contrato de alguns clubes com o Esporte Interativo, em 2019, o serviço passou a perder algumas partidas.

É importante traçar todo o histórico envolvendo o Campeonato Brasileiro e os seus direitos esportivos porque este campeonato é o fio condutor dos contratos de transmissão envolvendo empresas de televisão no País. Acaba sendo balizado por este grande contrato o restante dos campeonatos exibidos por outras emissoras e até outros canais do Grupo Globo, além das demais opções de campeonato do mercado.

Desde 1997, Pay-per-view e televisão fechada sempre estão contemplados nos contratos da CBF, ou Clube dos 13, com as emissoras de TV. Este segmento se consolida como principal exibidor de partidas do Brasileirão e de Campeonatos Estaduais. A respeito do Campeonato Brasileiro, por exemplo, enquanto a TV Globo exhibe no máximo duas partidas por semana, o Premiere transmite praticamente todos os jogos.

Em paralelo a isso, o segmento da televisão fechada, com um número reduzido de transmissões do Brasileirão, com o passar dos anos consolidou-se com a exibição de outros campeonatos. No cenário nacional, a Copa do Brasil é transmitida majoritariamente pelo SporTV (canal fechado da TV Globo). No âmbito sul-americano, a Copa Libertadores da América é transmitida de maneira mista por Globo, SporTV, Fox Sports e Facebook Watch (plataforma de *streaming* dentro da rede social Facebook). A Copa Sul-Americana tem seus direitos veiculados ao DAZN, outra plataforma de *streaming*. No cenário internacional, além do principal torneio europeu, a Liga dos Campeões, exibido por Esporte Interativo e Facebook Watch, as principais ligas do mundo (Inglesa, Italiana, Francesa, Espanhola e Alemã) são divididas por ESPN, Fox Sports (canais de TV Fechada) e DAZN.

2.6 AS COMPETIÇÕES INTERNACIONAIS

São nas competições internacionais que o conceito de espetáculo adquire a sua melhor forma. Para o torcedor, quando seu time joga uma competição desse tipo, como a Libertadores da América, todos os outros torneios perdem o seu brilho. Junto a isso, assistir às seleções de outros países e aos supertimes montados na Europa é um hobby fabuloso para os amantes do futebol como espetáculo. Afinal, são os melhores jogadores do mundo. De fato, as competições internacionais são a elite do futebol e ter os seus direitos de transmissão é um poderoso aliado para fidelizar um público em seu canal. Bezerra (2008, p. 82) fala que “o esporte possui elementos fortes de espetáculo e aliado à televisão e às novas tecnologias produz um show de entretenimento”.

O “show de entretenimento” começou a tomar força na década de 1980. A Rede Globo passa a exibir ao vivo os jogos da Copa Libertadores, o principal torneio de clubes da América do Sul. Clubes de massa brasileiros vencem o torneio, o Flamengo, em 1981 e o Grêmio, em 1983 – estes títulos ajudaram a impulsionar a popularidade do torneio no País até hoje.

O futebol sul-americano consolida-se com a Libertadores e o futebol internacional passa a ganhar força na mesma década, com as transmissões do Campeonato Italiano. Segundo o jornalista Emmanuel do Valle, na reportagem “Como o futebol internacional era transmitido para o Brasil antes das TVs a cabo”, publicada no site Trivela:

A grande explosão da atração pelo futebol internacional no Brasil se dá no começo dos anos 80, num contexto de êxodo em massa de craques daqui, especialmente para os clubes europeus, e que acabou se estendendo não só para a liga italiana – onde a maioria destes astros atuavam – como também para outros campeonatos de clubes e de seleções. O público fazia questão de acompanhar os grandes craques mesmo que eles não desfilassem mais semanalmente em nossos gramados (VALLE, 2019).

Em 1983, a TV Bandeirantes lança um programa que exerce grande importância na popularização do futebol estrangeiro no Brasil. O “Show do Esporte” era exibido todo o domingo e tinha a duração de dez horas. Iniciava às 10h e ficava no ar até às 20h. Dentro do “Show do Esporte”, uma série de transmissões esportivas completava a grade horária, muitas delas de futebol internacional. A exibição rotineira começou a aproximar a relação do público com este conteúdo, criando um sentimento de naturalidade. Torcer para um time estrangeiro era, por meio da influência do “Show do Esporte”, completamente aceitável. O fato de não poder ver o time para que se torce, somente *in loco*, pouco é lembrado. O mais importante, como nas relações do clubismo de Damo (2005), é sentir-se pertencente de algo, neste caso, um membro, mesmo que a distância, de um grande clube do futebol mundial.

A globalização provoca, não só no futebol, uma espécie de imposição de algumas culturas sobre as outras. No caso do futebol, você tem a elite de craques do futebol mundial de todas as nacionalidades possíveis atuando na Europa, conseqüentemente temos o melhor futebol do mundo sendo praticado pelos clubes do velho continente. O produto oferecido é melhor que qualquer outro no planeta nesse segmento (BARRINHA; NUNES, 2004, p.132).

Outras emissoras, como a Record TV, Manchete, Rede TV! e Globo, exibiram competições de clubes internacionais. Mas, assim como a Globo foi fundamental na consolidação da Copa Libertadores da América no Brasil, a Bandeirantes, com a transmissão do Campeonato Italiano entre 1983 até 2008, é a principal responsável por naturalizar o contato do brasileiro com os campeonatos mais relevantes do planeta.

Não obstante, a consolidação do estrangeirismo para o torcedor brasileiro aconteceu na TV fechada. Brittos (2001) identifica quatro períodos deste segmento: a Fase da Pulverização (1988-1992), a Fase da Ordenação (1993-1994) e a Fase da Definição (1995-atualmente), além de um momento prévio, o Pré-Mercado (1971-

1987). É na Fase da Definição em que a popularização das ligas estrangeiras acontece.

Com a impossibilidade financeira de adquirir os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro, as emissoras esportivas de televisão fechada passam a investir no futebol europeu. Como detentoras das principais ligas do mundo, as transmissões dos jogos são apenas o ápice de toda uma grade do canal voltada para estes campeonatos. Por exemplo, se você assistir à ESPN Brasil durante um final de semana, verá o Campeonato Inglês sendo vendido como principal liga do mundo. No SporTV, canal de esportes com mais telespectadores no Brasil¹¹, você mal ouvirá o nome Premier League, como é chamado o Campeonato Inglês. O motivo é simples: as emissoras ganham dinheiro com ligas diferentes. É a partir disso que as detentoras destas ligas estrangeiras trazem uma narrativa, durante boa parte dos seus programas, de qualificação e promoção do futebol estrangeiro. Chaves (2016, p. 70) trata a TV fechada como “catalisadora”:

A TV a cabo e a internet são os principais catalisadores da provável quebra de paradigma cultural, no caso, como esses jovens “consomem” e acompanham o futebol europeu. Com a possibilidade de ter contato diário com o futebol europeu, esses jovens passaram a desprezar ligas nacionais com cada vez mais intensidade, muito pela falta de qualidade técnica e do valor de entretenimento. Esse fenômeno acima confirma a teoria dos torcedores satélites proposta por Kerr (2009) e Hognestad (2006), que classificam a TV a cabo como um dos principais motivos de torcedores de outros países criarem identificação e que passassem a acompanhar essas equipes demonstrando característica psicológicas muito avançadas.

Os dois catalisadores citados por Chaves (2016), a TV a Cabo e Internet, fazem parte da junção de elementos que compõem a transmissão via *streaming*. Desde o Campeonato Brasileiro, passando pelas competições internacionais, envolvendo clubes nacionais e a popularização das ligas europeias, criou-se uma necessidade do torcedor acompanhar o maior número de jogos de futebol possível. A grade da televisão se tornou pequena para tantos direitos de transmissão adquiridos pelas várias empresas esportivas, fazendo a Internet aparecer como solução de convergência midiática e de plataforma sustentável para a maior transmissão de partidas de futebol. Nesse sentido, “a tecnologia contemporânea e

¹¹ Ranking dos 10 canais de TV Fechada mais vistos no Brasil. Publicado em 25 de abril de 2019. <https://www.bol.uol.com.br/entretenimento/2019/04/25/dos-10-canais-mais-vistos-da-tv-paga-6-sao-da-globo-veja-ranking.htm>

os hábitos que estão surgindo sob sua influência estão criando novas formas de assistir a esportes em tempo real” (GUMBRECHT, 2007, p. 106).

Aproveitando o *boom* do segmento do *streaming* no mundo, todas as grandes plataformas de conteúdo esportivo, detentoras de direitos de transmissão, aproveitam para lançar a sua própria plataforma. Junto a isso, canais nativos da Internet se unem no mercado de transmissões esportivas. É sobre os conceitos de *streaming* e sua união com a categoria esporte que vamos falar no próximo capítulo.

3 FUTEBOL É *STREAMING*

É importante iniciar esta discussão partindo da premissa de que o *streaming*, tecnologia que envia informações multimídia através da transferência de dados, pode ser entendido como uma forma de televisão sendo feita na Internet. Há produções e exibições de filmes, séries, novelas e documentários plataformas como Netflix, Prime Video e Hulu. Quanto às transmissões ao vivo, o destaque neste trabalho fica, é claro, para as de futebol. O conceito “novas mídias”, de Manovich (2001), será utilizado neste capítulo para entender esta nova forma de assistir ao futebol em dispositivos diferentes da televisão, como *notebooks*, *smartphones* e *tablets*. Também, para falar da mais recente evolução da maneira de se assistir televisão, com as chamadas *Smart TVs*, pelas quais o sinal de transmissão do aparelho é recebido via Internet e não via antenas ou cabo.

O jovem que fugiu da televisão [...] fugiu de uma tela, mas foi para muitas outras. Cada uma dessas telas exigiu do jovem um comportamento diferente, mas elas se interligaram, estão se interligando todos os dias, e a todo esse universo podemos dar de vários nomes, inclusive televisão (HOINEFF, 1996,p. 55).

Ademais, utilizaremos o conceito de Rocha (2016): Era na história da televisão. A televisão sofreu tantas mudanças revolucionárias que o termo “televisão”, hoje, refere-se a um meio totalmente diferente de comunicação de massa, em oposição ao que existiu durante os dias de Marshall McLuhan (1974). O autor define três eras distintas na história da ruptura da televisão:

a) “era da rede” de televisão, que durou aproximadamente do início dos anos 1950 ao início de 1980 e foi marcada pela adaptação dos modelos radiofônicos de rede, criação de conteúdos, distribuição, publicidade e medição de audiência para o contexto do então novo telespectador médio; b) “era multicanal” de transição, entre meados de 1980 e final da década de 1990, que se iniciou com o advento do videocassete (VCR) e do controle remoto, bem como de uma variedade de tecnologias de transmissão a cabo; c) “era pós-network”, definida pela digitalização de conteúdo de mídia e pela convergência entre computador e inovações televisivas. A televisão, nesta época, é impulsionada por inovações como os dispositivos portáteis de vídeo, iPod, smartphones, videogames, dispositivos de vídeo sob demanda e transmissões via Internet, via Netflix ou vídeos amadores postados no YouTube (ROCHA, 2016, p. 33).

Este capítulo será focado na “era pós-network”, relacionado às inovações televisivas. O *streaming live*, atualmente, é a forma mais recente de se acompanhar futebol ao vivo. Uma assinatura de plano mensal ou até mesmo um log-in em uma rede social já são o suficiente para se assistir a uma partida na tela do seu *smartphone*.

Foram mais de 80 anos através dos quais o protagonismo nas transmissões esportivas passou do rádio para a televisão. Hoje, mesmo com o advento do *streaming*, não seria correto afirmar que o papel principal está passando para a Internet. O meio TV não está sendo substituído, mas, sim, ampliado. O espaço nobre do futebol não deixou de ser a TV aberta. A televisão fechada e o Pay-per-view não deixaram de serem atores importantes na negociação de cotas televisivas e na participação da audiência. Porém, o *streaming* nasce com uma grande margem de crescimento. Em um primeiro momento, surge como aliado das principais emissoras de TV e como uma nova possibilidade de outras marcas ingressarem neste segmento e se tornarem tão competitivas quanto as “velhas empresas” no mercado de direitos de transmissão.

Falando sobre meios, Jenkins (2009, p. 41) acredita que “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias”. Já quando se trata de direitos de transmissão, Santos (2013, p. 99) afirma veementemente:

Além desses casos que envolvem a transmissão por TV, a ampliação de meios de comunicação, com a venda de pacote de jogos via pay-per-view ou de aplicativos para mídias móveis, ampliou a oferta de mercadorias relacionadas ao jogo de futebol, com novas possibilidades de recepção e, também, com mais atores disputando o direito de se transmitir os eventos esportivos nas mais diversas plataformas comunicacionais.

As novas tecnologias e novas mídias, como o *streaming* e todos os dispositivos nos quais ele está presente, mais uma vez fornecem espaços que o futebol tratou de ocupar, como no rádio e na televisão – o casamento entre o ao vivo e a transmissão de futebol é rápido e lucrativo. Para isso acontecer, antes, foi necessário a popularização do “ao vivo” na Internet.

3.1 O INÍCIO E A CONSOLIDAÇÃO DO *STREAMING*

Enquanto a televisão brasileira consolida uma variedade maior de canais em pacotes de TV fechada e Pay-per-view, a Internet dá os seus primeiros passos no mercado. Com a massificação da Internet pelo mundo todo, inicia-se uma distribuição digital da televisão. São criadas extensões de grandes canais de televisão e novas plataformas de exibição de vídeos, que seriam conhecidos por *streaming*. Essa distribuição tem um marco inicial com a criação do YouTube, até hoje a principal rede de compartilhamento de vídeos do mundo¹². De acordo com Lotz (2006), o desenvolvimento do *streaming* foi rápido. Em 2008, por exemplo, a maior plataforma de *streaming* do mundo¹³, Netflix, já tinha no catálogo programas em alta definição disponíveis para serem transmitidos via Internet. Como maior referência deste tipo de serviço do mundo, o CEO da Netflix, Reed Hastings, disse, em entrevista ao site Politico¹⁴, que o futuro da televisão seria impulsionado pela Internet e que empresas de televisão tradicionais e a cabo transformariam-se em fornecedoras de conteúdo com base na web. Reed define a Internet como um substrato muito melhor da tecnologia para vídeo, com a vantagem fundamental da individualização, do controle e da possibilidade de assistir às produções em qualquer tela.

A Netflix teve um papel importante, principalmente no Brasil, na popularização do segmento *streaming*. Mesmo que não ao vivo, mas sim com um catálogo de programas disponíveis, foi a grande plataforma impulsionadora da naturalização deste tipo de serviço. A Netflix é definida, por Amaral (2016), como uma plataforma de filmes on-line que funciona como uma locadora virtual. Segundo a autora, “a partir de uma assinatura básica, com valores populares, o serviço permite que os consumidores tenham acesso a filmes e séries, quando e onde quiserem, independentemente da programação das TVs” (AMARAL, 2016, p.16). O modelo é a programação sob demanda. Ao contrário da televisão convencional, na qual o

¹² A história do YouTube, a maior plataforma de vídeos do mundo. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>. Acesso em: 23 set. 2019.

¹³ Mercado mundial de *streaming* já é dominado pelos gigantes. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/03/epoca-negocios-mercado-mundial-de-streaming-ja-e-dominado-pelos-gigantes.html>. Acesso em: 23 set. 2019.

¹⁴ Informação retirada de matéria do site Politico, intitulada “Netflix CEO: online steering TV”. Disponível em: <http://goo.gl/zlhfiF>. Acesso em: 23 set. 2019.

público apenas assiste à programação dos canais do seu pacote de televisão, o consumidor tem a possibilidade de escolher, a qualquer hora, o que deseja assistir. Isto é, desde que esteja disponível no catálogo da distribuidora de conteúdo. Segundo Amaral (2016), a Netflix é um serviço responsável por uma nova forma de assistir televisão.

Voltando ao conceito de Eras, segundo Lotz (2006), na “era da rede”, a maneira das emissoras atingirem o telespectador era uma só: por meio da televisão. Agora, na “era pós-network”, para Rocha (2016) acaba-se o gargalo de distribuição, pois possibilidades anteriormente inimagináveis para a televisão se desenvolveram como novas formas de contar histórias. Ainda segundo o autor:

Nessa perspectiva, alguns elementos são definidores dessa nova era, como os fatores de escolha, controle, conveniência, personalização e comunidade que, se combinados, permitem que os espectadores contemporâneos tenham sua experiência de televisão preferida ampliada (ROCHA, 2016, p. 42).

É necessário voltar a ressaltar o papel da Netflix nesta propagação da ideia de uma “experiência de televisão ampliada”, já que a plataforma abriu muitas portas neste segmento que, anos depois, influenciaria o objeto deste trabalho. Amaral (2016) conta que Reed Hastings percebeu, em meados dos anos 2000, que a Internet, ao contrário da mídia física, serviria como a “espinha dorsal” de uma nova era de consumo de mídia. Graças a isso, em uma transformação que estava à frente de seu tempo, a Netflix começou a mudar lentamente o foco de seu modelo de negócios para *streaming* on-line.

A manobra de sucesso consolidou uma nova alternativa que estava sendo pensada por outras grandes empresas: a migração de produtos de TV aberta, TV fechada e Pay-per-view para novas formas de mobilidade, como o *on demand* e o ao vivo via *streaming*.

O sucesso desse novo jeito de ver televisão é ilustrado por números. Segundo um relatório do *Motion Picture Association of America* (MPAA)¹⁵, divulgado em março de 2019, pela primeira vez o número de assinantes de serviços de *streaming* no mundo superou o número de assinantes de TV a cabo. De acordo com o relatório, enquanto a quantidade de pessoas com pacotes de televisão a cabo

¹⁵ Relatório realizado pelo MPAA sobre o mercado de entretenimento em 2018. Disponível em: <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2019/03/MPAA-THEME-Report-2018.pdf>. Acesso em: 24 set. 2019.

sofreu uma queda de 2% em 2018, chegando na marca de 556 milhões de clientes, o mercado de *streaming* aumentou 27% e chegou a 613,3 milhões de usuários ao redor do mundo.

O aumento de assinantes de *streaming* no mundo deve-se à grande variedade de opções que o segmento está oferecendo. Após o sucesso da Netflix, concorrentes como Hulu, Prime Video e Crackle angariam clientes dia após dia. Concorrência que só deve aumentar após gigantes empresas como Apple e Disney confirmarem o lançamento¹⁶ de suas plataformas de *streaming*. Relembrando a ideia de Rocha (2016) sobre “a experiência de televisão ampliada”, alguns dos principais canais de televisões do mundo aproveitaram o momento para consolidar suas plataformas de *streaming*. Internacionalmente, vale mencionar as americanas NBC, CBS, FOX e HBO Now. Nacionalmente, a TV Globo, por meio do Globo Play (plataforma de conteúdo *on demand*), SporTV Play e Premiere Play. As duas últimas são do segmento esportivo e, junto a elas, podemos citar outras empresas. Concorrentes do Grupo Globo, também serão alvo deste trabalho plataformas como DAZN, Fox Sports Play, Watch ESPN e Facebook Watch.

Estas plataformas acompanharam uma mudança de hábito do consumidor. O público demonstrou interesse em uma nova forma de se assistir à televisão. O recado começou a ser dado no consumo de filmes e seriados, mas chegou ao futebol. Consolidado, o ramo do *streaming* estava pronto para novas plataformas e empresas que compartilhassem do objetivo de transmitir futebol via Internet.

3.2 “TE SIGO A TODA PARTE”, INCLUSIVE NO *STREAMING*

Como ressaltado anteriormente, a relação do torcedor com seu clube de futebol é algo difícil de ser quebrado. O que foi visto até hoje no relacionamento entre os dois, mostra que a mídia na qual o esporte está veiculado é o fator menos importante para o consumidor mais ferrenho; seu foco não esse, é apenas uma consequência. O torcedor vai seguir o seu clube e vai procurar acompanhá-lo da melhor maneira possível, foi assim no rádio, na TV e está sendo no *streaming*. A

¹⁶ Apple e Disney esquentam guerra do Streaming em 2019. Estadão. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,apple-e-disney-esquentam-guerra-do-streaming-em-2019,70002668347>. Acesso em: 24 set. 2019.

Internet foi responsável por uma mudança de hábito do consumidor de futebol. De acordo com Rocha (2016, p. 20):

Quando foram lançados os serviços de locação por Internet, estava plantado o germe da evolução da televisão, por meio da adaptação às novas tecnologias que haviam consolidado o hábito do consumidor de assistir conteúdo on-line.

Com o público habituado à Internet e à consolidação do *streaming* como plataforma de entretenimento, a porta da migração do esporte foi aberta. Primeiramente, grandes canais esportivos no Brasil, como SporTV, ESPN, Fox Sports e Esporte Interativo, criaram suas plataformas de transmissão via Internet. Nelas, em um primeiro momento, apenas transmitiam os jogos que estavam sendo veiculados na televisão. Em um segundo momento surgiram outras plataformas nativas da Internet, como Facebook Watch, DAZN e MyCujoo. Estas com transmissões exclusivas pela Internet.

Os novos canais, nascidos para a Internet, deram sangue novo à disputa por direitos de transmissão. As empresas tradicionais passaram a perder grandes campeonatos para as novas emissoras, que conquistaram o seu público. Um novo mercado nasceu e a variedade de produtos de transmissão e campeonatos aumentou. Há uma mudança no jeito de ver futebol. Cada empresa, com sua bandeira, busca o seu lugar no mercado. Mapear e entender este novo mercado, além de todas as possibilidades que ele fornece para torcedores e jornalistas, é o objeto da análise do próximo capítulo.

4 AS (MUITAS) FORMAS DE SE TRANSMITIR FUTEBOL VIA *STREAMING*

O objetivo desta pesquisa é mapear as diferentes transmissões de futebol via *streaming* veiculadas no Brasil. A partir deste mapeamento, entender quais são as formas de se fazer este tipo de conteúdo. Isso será feito analisando as diferenças do produto entregue ao público por cada emissor, baseando-se na estrutura técnica oferecida, equipe de profissionais aparente na transmissão e a proposta de exibição adotada pela empresa detentora dos direitos dos campeonatos em estudo.

Serão analisadas as transmissões dos campeonatos mais relevantes envolvendo clubes brasileiros na atualidade: Copa Libertadores da América, Copa Sul-Americana, Brasileirão séries A, B e C, Copa do Brasil e Campeonatos Estaduais. Também, os campeonatos mais relevantes comercialmente de clubes estrangeiros assistidos no Brasil: Liga dos Campeões da Europa, a inglesa Premier League, a italiana Série A, a espanhola La Liga, a francesa Ligue 1 e a alemã Bundesliga.

A escolha do autor por analisar unicamente campeonato de clubes se deve ao fato de serem campeonatos periódicos anuais. Todos os anos os campeonatos analisados são disputados, ao contrário dos que envolvem seleções nacionais, disputados em sua maioria a cada quatro anos. Outro motivo para escolher os clubes em vez de Seleções é o fato do clube mover muito mais o interesse comercial e passional do apaixonado por futebol. O conceito de Damo (2005) acerca do clubismo está impregnado no brasileiro, o que faz partidas envolvendo clubes mobilizarem muito mais do que as envolvendo seleções. Uma exceção é a Copa do Mundo. Porém, a Copa não é disputada em 2019, o que tornaria a análise desta competição diferente de todas as demais, analisadas no ano que em que se escreve este trabalho.

Os campeonatos envolvendo os clubes nacionais escolhidos se justificam por, em um âmbito geral, envolverem todos os clubes brasileiros de expressão, seja em receita¹⁷ ou em número de torcedores¹⁸. A Copa Libertadores da América e Copa Sul-Americana são os dois maiores torneios de clubes da América Latina,

¹⁷ Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros. Disponível em: https://www.itau.com.br/_arquivosstaticos/itauBBA/Analise_Clubes_Brasileiros_Futebol_Itau_BBA.pdf. Acesso em: 16 out. 2019.

¹⁸ Maiores torcidas do Brasil: veja evolução de pesquisas de 1993 a 2019. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/maiores-torcidas-do-brasil-veja-evolucao-de-pesquisas-de-1993-a-2019.ghtml>. Acesso em: 16 out. 2019.

envolvendo todos os considerados clubes de elite do continente, classificados a partir de seus campeonatos e copas nacionais. Foram escolhidas as três principais divisões do campeonato nacional brasileiro, as séries A, B e C. Nas três divisões, são encontrados clubes de massa, com relevância no cenário nacional. A Copa do Brasil será avaliada, pois é o principal torneio no formato “mata-mata” (cada confronto é eliminatório) disputado no País e, além disso, conta com a maior premiação para clubes nacionais¹⁹. Junto a isso, os estaduais serão analisados por contarem com a presença de todos os clubes de massa do futebol brasileiro, além de transmissões comandadas pelas próprias federações estaduais, gerando um outro tipo de produto, algo que interessa a este trabalho.

As ligas nacionais europeias escolhidas neste trabalho são há pelo menos dez anos, com larga vantagem, os campeonatos com maior valor de mercado no mundo²⁰. Por consequência disso, contam com o maior número de jogadores que atuam por seleções nacionais²¹, o que torna os seus direitos de transmissão os mais cobiçados do mercado. Estes campeonatos são exibidos em uma parcela significativa do mundo, fato que gera uma qualidade superior na transmissão e uma geração maior de novas tecnologias sendo utilizadas no conteúdo. Além dos cinco grandes campeonatos nacionais, será objeto de estudo o principal campeonato europeu de clubes, a Liga dos Campeões da Europa, com a participação dos melhores times dos melhores campeonatos nacionais europeus.

Como visto, foram escolhidos estes campeonatos por serem os que, tradicionalmente, movimentam o interesse do torcedor e o cenário de disputa pelos direitos de transmissão no Brasil. O interesse no produto gera novidades e maior qualidade nas transmissões, já a variedade de campeonatos e emissoras gera diferentes jeitos e propostas de exibição, alvo deste trabalho. Todos estes torneios, considerando a temporada de 2019, estão sendo transmitidos via *streaming*, de diferentes maneiras, por alguma emissora no Brasil.

¹⁹ Com premiação alta, Copa do Brasil se torna prioridade dos clubes. Disponível em: <https://istoe.com.br/com-premiacao-alta-copa-do-brasil-se-torna-prioridade-dos-clubes>. Acesso em: 16 out. 2019.

²⁰ Os 25 campeonatos nacionais mais valorizados do mundo. Disponível em: <http://new.pluriconsultoria.com.br/wp-content/uploads/2014/11/PLURI-Sportmetric-brasileirao-2014-Campeonatos.pdf>. Acesso em: 16 out. 2019.

²¹ Ranking GE: Inglês é a melhor liga da Europa; Francês fica em último no top-5. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/ranking-ge-ingles-e-a-melhor-liga-da-europa-frances-fica-em-ultimo-no-top-5.ghtml>. Acesso em: 16 out. 2019.

4.1 METODOLOGIA

Para identificar os tipos de transmissão esportiva via *streaming* veiculados no Brasil, serão adotados os métodos de análise de conteúdo e revisão bibliográfica. Na análise de conteúdo, segundo Bardin (2011), é possível envolver a leitura flutuante, ou seja, um primeiro contato com as transmissões que serão submetidos à análise, e, a partir deles, elaborar indicadores que orientarão a interpretação e a preparação formal do material. Além da revisão bibliográfica de artigos e trabalhos acadêmicos relacionados, serão utilizados conceitos de Sousa (2006) na metodologia de análise da pesquisa científica. O autor define que a pesquisa deve esclarecer hipóteses e problemas encontrados sobre uma realidade perceptível, utilizando-se de uma certa metodologia e de procedimentos de resumos de assunto, pesquisas descritivas, pesquisas experimentais ou pesquisas de caráter teórico (SOUSA, 2006).

Será assistida uma transmissão via *streaming* de cada campeonato e emissora acima citados. Caso o mesmo campeonato seja transmitido por mais de uma plataforma, um jogo de cada opção será acompanhado. Por exemplo, o Brasileirão Série A será assistido em todas as plataformas detentoras da competição (Premiere, SporTV, Globoesporte.com e El Plus). O mesmo procedimento será adotado em todas as competições. Com isso, será possível acompanhar os principais agentes deste mercado e as formas de transmissão adotadas por eles. Somando todas estas opções, serão assistidas 24 partidas. O período dos jogos será de agosto a novembro de 2019, uma época do ano na qual a maioria os campeonatos citados está em disputa, exceto os Estaduais. Estes serão analisados a partir de suas últimas edições, no primeiro semestre de 2019.

Será usado o conceito de pesquisa explicativa, que, segundo Gil (2008), busca entender os fatores participantes de um fenômeno e o motivo pelo qual eles se apresentam. Em relação ao número de transmissões vistas, será aplicada a pesquisa quantitativa, que busca a geração de dados estatísticos e índices para a validação de seus resultados. O trabalho conta com dados métricos, pois analisa uma transmissão de cada campeonato em cada emissora listada. O produto e o conteúdo entregues ao consumidor serão o foco da categorização aplicada. Seguindo a categorização de Bardin (2011), o pesquisador basear-se-á nos seguintes pilares: profissionais e câmeras envolvidos na transmissão; tipo de sinal

transmitido; plataforma de exibição; e exclusividade da transmissão. Com base nesta análise e pesquisa, o trabalho entrará em uma fase de categorização e agrupamento destes pilares. O objetivo será encontrar diferenças e semelhanças em todas as transmissões analisadas, para na sequência classificar e entender as possibilidades de transmissão de futebol que estão sendo veiculadas. A partir desta fase, será possível criar agrupamentos que ilustrarão estas similaridades de cobertura e todos os caminhos que este mercado está tomando. Segundo Câmara (2013), a categorização permite reunir o maior número de informações à custa de uma esquematização e, assim, correlacionar classes de acontecimentos para ordená-los.

4.1.1 As Etapas da Metodologia

A partir da metodologia descrita, este trabalho será dividido em quatro etapas.

Na primeira etapa será realizada uma análise flutuante, seguindo os conceitos de Bardin (2011) acerca dos objetos deste estudo. A fase contará com a análise de pesquisa de Sousa (2006), que auxiliará na formação de um conceito e critério na categorização das transmissões e canais a serem vistos. A partir disso, após traçar um panorama geral dos objetos, neste caso as empresas e campeonatos, será realizada uma listagem das emissoras que transmitem via *streaming* os campeonatos de interesse selecionados pelo autor do trabalho.

Seguindo o conceito de pesquisa explicativa de Gil (2008), no segundo passo serão propostos pilares que englobam todos os segmentos e grupos de transmissão. Conforme Bardin (2011), com estes pilares, o autor irá detalhar o que viu de diferente em cada transmissão e na sequência categorizar as formas de transmissão.

O terceiro passo contemplará assistir a todas as transmissões descritas neste trabalho. O autor irá assistir a uma partida de cada emissora para, a partir disso, compreender o que é possível de ser categorizado como esperado nos passos anteriores.

O quarto passo será a parametrização destas formas de transmissão via *streaming*. Neste momento, o autor irá agrupar as formas de transmissão dentro dos pilares estabelecidos.

O quinto e último passo será uma proposta de categorização, envolvendo as semelhanças e diferenças dos produtos analisados. Estas farão um panorama geral das formas de se realizar este tipo de conteúdo, o grande objetivo deste trabalho.

4.2 DESCRIÇÃO DO OBJETO

Para este estudo, é necessário entender o formato de disputa e os clubes envolvidos em cada campeonato a ser analisado. A longevidade do campeonato, o número de clubes envolvidos e o seu patamar no cenário nacional e internacional têm relação direta com a entrega de conteúdo realizada pelas emissoras.

4.2.1 Os Campeonatos Estaduais

Os campeonatos estaduais contam com diversos regulamentos pelo Brasil. Em comum o período de disputa, todos são realizados no primeiro semestre. Além disso, como já diz o nome, cada campeonato é disputado entre clubes de seu respectivo estado. Por exemplo: no Rio Grande do Sul, somente clubes gaúchos podem disputar a taça. Este tipo de competição é conhecida por conseguir unificar clubes de diferentes patamares na mesma disputa regional. Seguindo com o exemplo do Rio Grande do Sul, clubes de massa como Grêmio e Internacional disputam o mesmo troféu com clubes intermediários, como Brasil de Pelotas e Juventude (atualmente nas séries B e C, respectivamente), e clubes pequenos como Aimoré e Avenida (atualmente na série D nacional). Os campeonatos considerados principais, por envolverem mais clubes de massa e de ponta no futebol brasileiro, são os campeonatos Paulista, Carioca, Gaúcho, Mineiro, Baiano e Pernambucano. Os demais campeonatos estaduais não seguem um padrão de transmissão por *streaming* e, por isso, não serão analisados. Ilustrando essa falta de padrão, muitos estaduais, como o Catarinense, têm apenas algumas partidas sendo exibidas pelo SporTV Play. Outros, como o Goiano, contam com a Federação do próprio campeonato exibindo algumas partidas em seu perfil de Facebook e YouTube. No Paranaense, por exemplo, clubes não negociaram os direitos de transmissão de seus jogos e decidiram por realizar transmissões em seus perfis próprios de Facebook e YouTube, caso que aconteceu em jogos envolvendo Coritiba e Athletico Paranaense. Em outros estaduais, principalmente do norte do País, rádios fazem a

transmissão por *streaming* somente com uma câmera central e sem recorrência definida.

Portanto, como não há um padrão e muito menos uma recorrência em qualquer uma destas formas de transmissão, além de alterações, quase que jogo a jogo do transmissor envolvido no evento, optou-se por não considerar no mapeamento e categorização campeonatos que não seguem uma lógica vista nos estaduais de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Bahia e Pernambuco.

4.2.2 Os Campeonatos Nacionais

O cenário nacional conta com dois campeonatos envolvendo os principais clubes do Brasil. O Brasileirão Série A, disputado entre os vinte melhores clubes do País, no formato pontos corridos (todos os times se enfrentam em partidas de ida e volta, o que somar mais pontos no final vence o título), e a Copa do Brasil, disputado por clubes de todas as quatro divisões (Série A, B, C e D) no formato “mata-mata” (a partir de um chaveamento, cada confronto entre times é eliminatório, são disputadas fases até chegar a uma grande final). Estes são os dois campeonatos que, por envolverem os maiores clubes do País, têm os direitos de transmissão mais cobiçados e mobilizam maiores números de audiência. Ainda no âmbito nacional, as séries B e C do Brasileirão contam com clubes de relevância no cenário brasileiro e por conta disso, movimentam interesses nos seus direitos de transmissão. A Série B, a segunda da hierarquia, é disputada nos mesmos moldes da Série A. Já a Série C, a terceira na hierarquia, é disputada em um formato misto, a primeira parte em pontos corridos e a segunda mata-mata. Todos os anos os quatro melhores clubes das séries B e C sobem de divisão, enquanto os quatro piores, inclusive da Série A, caem de divisão.

4.2.3 Os Campeonatos Sul-Americanos

Os campeonatos internacionais com presença garantida de clubes brasileiros, a Copa Libertadores da América e Copa Sul-Americana, são disputados de maneiras diferentes. A Libertadores, considerada a elite do continente, conta com os

melhores clubes de cada ano em cada país da América Latina. No Brasil, os seis primeiros colocados do Brasileirão e o campeão da Copa do Brasil têm direito a disputar o troféu. O formato é simples: em um primeiro momento são divididos oito grupos de quatro equipes, os dois melhores de cada grupo se classificam para fase mata-mata, disputada até a grande final. Já a Sul-Americana conta com os times de segundo escalão do continente, no caso do Brasil, do sétimo ao décimo segundo colocado do Brasileirão. É disputada totalmente no formato mata-mata.

4.2.4 Os Campeonatos Estrangeiros

As ligas nacionais de fora do Brasil, presentes neste trabalho, são todas disputadas no formato de pontos corridos. São elas a *Premier League*, como é chamado o Campeonato Inglês; a Série A, como é conhecido o Campeonato Italiano; a Ligue 1, nome do Campeonato Francês; e La Liga, o Campeonato Espanhol. Todas são disputadas por 20 equipes, enquanto a Bundesliga, o Campeonato Alemão, é disputado por 18 times. Os melhores colocados de cada uma destas ligas se juntam aos melhores times de outros países europeus na Liga dos Campeões da Europa. A Liga dos Campeões da Europa, como dito anteriormente, é disputada entre as melhores equipes europeias. O formato é o mesmo da Copa Libertadores da América.

4.3 AS DETENTORAS DE DIREITOS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL ATUALMENTE

Para entender a análise que será realizada, é importante ilustrar quais emissoras têm os direitos de transmissão de cada um dos campeonatos citados acima. Elas são parte do objeto desta pesquisa, como mostra a Tabela 1:

Tabela 1 - Detentoras dos direitos de transmissão dos principais campeonatos de clubes exibidos no Brasil

CAMPEONATO	DETENTORA DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO NO BRASIL 1	DETENTORA DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO NO BRASIL 2	DETENTORA DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO NO BRASIL 3
BRASILEIRÃO	GLOBO	ESPORTE INTERATIVO	-
COPA DO BRASIL	GLOBO	-	-
LIBERTADORES	GLOBO	FOX	FACEBOOK
SUL-AMERICANA	DAZN	-	-
ESTADUAIS	GLOBO	OUTROS	-
BRASILEIRÃO - SÉRIE B	GLOBO	-	-
BRASILEIRÃO - SÉRIE C	DAZN	-	-
LIGA DOS CAMPEÕES	FACEBOOK	ESPORTE INTERATIVO	-
PREMIER LEAGUE (INGLÊS)	ESPN	DAZN	-
SÉRIE A (ITALIANO)	DAZN	-	-
BUNDESLIGA (ALEMÃO)	FOX	-	-
LIGUE 1 (FRANCÊS)	DAZN	-	-
LA LIGA (ESPANHOL)	ESPN	FOX	-

Fonte: Elaborada pelo autor (2019).

Estes direitos de transmissão serão uma base importante para entendermos os movimentos destas empresas e as suas tomadas de decisão no que diz respeito ao número de profissionais envolvidos, à estrutura e à qualidade de entrega de cada produto específico. Por exemplo, pelo número de torcedores e pela importância dos clubes, uma transmissão de Série A do Brasileirão não terá uma estrutura técnica e de pessoas como a da Série C. Esta relação passa em um primeiro momento por audiência: quanto mais pessoas assistem a um campeonato, mais caro o seu direito de transmissão. Se mais caro, mais estrutura será empregada no produto, trazendo mais qualidade na transmissão e retendo um público que já era fiel. Uma espécie de ciclo, no qual campeonatos mais importantes são mais caros, contam com mais audiência e com mais estrutura técnica e de profissionais.

As detentoras de direitos de transmissão têm estratégias distintas para a exibição de suas partidas. Por exemplo, enquanto algumas focam exclusivamente na veiculação via *streaming*, outras utilizam da televisão como fonte principal do seu produto e usam o recurso da transmissão via Internet apenas como um “bônus” do seu serviço.

4.3.1 Grupo Globo

O Grupo Globo sempre foi o grande exemplar de sucesso no ramo. Em praticamente toda a história das transmissões esportivas no Brasil foi protagonista no segmento, seja simplesmente por muitos anos ser a detentora exclusiva dos campeonatos mais assistidos do País, como o Brasileirão Série A ou pela qualidade de produto estabelecida nas suas transmissões. Além disso, por ter o canal de televisão mais assistido do País²², a TV Globo tem mais facilidade para dar a qualquer transmissão uma aura de especial.

O Grupo Globo conta com os direitos da Copa Libertadores, Copa do Brasil, Brasileirão Série A e B e dos Campeonatos Estaduais que envolvem os maiores clubes do Brasil. A Libertadores e Copa do Brasil são exibidas via *streaming* no SporTV Play. O Brasileirão Série A é exibido em todas as plataformas de *streaming* do grupo (SporTV Play, Premiere Play e Globoesporte.com). A Série B é exibida no SporTV Play e Premiere Play no *streaming*. Em relação aos estaduais, os seis campeonatos que envolvem mais clubes considerados de ponta no futebol brasileiro (Paulista, Carioca, Gaúcho, Mineiro, Baiano e Pernambucano) têm os direitos de transmissão comprados pelo Grupo Globo e são exibidos no Premiere Play. Os campeonatos Baiano e Pernambucano também têm partidas sendo exibidas no Globoesporte.com.

Consolidado na televisão e como grande referência neste mercado, o Grupo Globo primeiro exibia exclusivamente partidas na televisão aberta. Depois, começou a transmitir jogos em seu canal de televisão fechada, o SporTV, e subsequentemente no *Pay-per-view*, o Premiere. A novidade, desde 2019, é a utilização do seu portal Globoesporte.com como plataforma de transmissão. Movimentos como este último que, ao longo dos anos, tiraram a grande maioria dos jogos da televisão aberta.

O canal de televisão fechada SporTV surgiu como Top Sport em 1991²³. Após três anos, foi renomeado. Desde o surgimento do canal, a intenção era de criar um veículo que falasse exclusivamente sobre esportes. Com o intuito de fortalecer a

²² Os canais de televisão mais vistos do Brasil em 2019. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/divirtase/2019/04/23/veja-quais-os-canais-de-televisao-mais-vistos-no-brasil-em-2019.html>. Acesso em: 10 set. 2019.

²³ Globo lança canal SporTV. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20071014065822/http://sportv.globo.com/SporTV/Home/0,,SOS0-4931,00.html>. Acesso em: 02 set. 2019.

marca SporTV e, é claro, conquistar assinantes, o canal passou a exibir partidas de futebol envolvendo clubes brasileiros com exclusividade. Fato que durou até o ano de 1997, com a criação do Premiere Esportes, canal de *Pay-per-view* do Grupo Globo.

O Premiere Sports, hoje somente Premiere, exibe há 22 anos partidas do Campeonato Brasileiro das Séries A e B com exclusividade. Em suma, o torcedor que quiser acompanhar todas as partidas do seu time no campeonato nacional terá que assinar o Premiere, salvo exceções como o Athletico Paranaense, que, neste ano, não assinou com o canal.

Tanto SporTV quanto Premiere fazem uso de plataformas via *streaming* para exibir as suas transmissões. É importante ressaltar que as transmissões são as mesmas exibidas na televisão por estes canais. O SporTV é acessado por meio do site GloboSAT Play (portal que reúne todos canais de TV fechada do Grupo Globo), enquanto o Premiere é acessado dentro do Globoesporte.com. Além disso, ambos utilizam seus próprios aplicativos para *smartphones*. Os aplicativos são gratuitos, porém o usuário só pode assistir ao jogo com uma assinatura de algum plano mensal ou anual que envolva estes canais. Esta assinatura é a mesma do plano de televisão. Se o usuário é assinante destes canais no seu pacote de TV, ele poderá criar um log-in que dará acesso a estas plataformas. O SporTV Play, plataforma que exibe via *streaming* o SporTV, só é possível ser acessado desta maneira. Já o Premiere Play, plataforma que exibe os canais Premiere, pode ser acessado a partir de uma assinatura virtual. Atualmente, no segundo semestre de 2019, este plano custa R\$ 79,90, de acordo com o site de vendas da própria emissora.

Em 2019, o Grupo Globo passou a exibir partidas de um campeonato nacional, de forma exclusiva e gratuita, no seu portal esportivo, o Globoesporte.com. Por enquanto, estão sendo exibidas apenas partidas que envolvem o Athletico Paranaense, já que o grupo não tem direitos sobre as transmissões do clube via *Pay-per-view*, somente via Internet. Antes disso, a Globo já exibia partidas das fases iniciais dos campeonatos Baiano e Pernambucano, também de maneira gratuita nesta plataforma.

4.3.2 Fox

Este trabalho referir-se-á à Fox como representante dos canais Fox Sports e Fox Premium. O grupo Disney é o dono destas marcas, mas o nome Fox sempre foi atrelado ao esporte no Brasil. Por isso, aqui, a Fox aparecerá como a detentora dos direitos de transmissão esportiva.

O Fox Sports está em operação no Brasil desde 2012²⁴. A sua plataforma de exibição via *streaming* é o Fox Sports Play. O modelo escolhido para a exibição de jogos na Internet é muito parecido com o do Grupo Globo. Tratando-se de competições vinculadas ao Fox Sports Play, como a Libertadores e a Bundesliga, a exibição é a mesma que está sendo veiculada no canal de televisão. Não existem partidas exclusivas neste modo.

Já nas exibições vinculadas ao canal Fox Premium, fundado em 2014 no Brasil, são exibidas partidas exclusivas para o *streaming* por meio da plataforma Fox Play. É o caso da La Liga, campeonato que o grupo FOX não exibe na televisão.

Falando especificamente do *streaming*, tanto Fox Sports Play quanto Fox Premium são exibidos a partir do portal FoxPlay.com e do aplicativo Fox Play. Sendo assinante do Fox Premium, no valor de R\$ 24,90, o consumidor tem acesso tanto aos campeonatos vinculados ao Fox Premium, como a La Liga, quanto aos campeonatos vinculados ao Fox Sports Play, como a Libertadores e a Bundesliga. Esta assinatura só pode ser feita por meio de uma operadora de TV. Caso o cliente seja apenas assinante do pacote de televisão que inclui o Fox Sports, no *streaming* ele só terá acesso à programação deste canal. Deste modo, ele conseguirá assistir via *streaming* apenas ao conteúdo que está sendo exibido na televisão. A Fox Premium não exibe o seu conteúdo em nenhum canal de televisão tratando-se de transmissões esportivas.

²⁴ Fox Sports oficializa chegada ao Brasil. Portal Imprensa. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20120126054844/http://portalimprensa.uol.com.br/noticias/brasil/46822/fox+sports+oficializa+chegada+ao+brasil+canal+nao+confirma+quem+distribuir+seu+sinal>. Acesso em: 20 set. 2019.

4.3.3 ESPN

A ESPN Brasil foi fundada em 1995. Antes disso, até 1989, usava o nome Canal+²⁵. O modelo de transmissões é bastante simples quando se trata da Premier League e da La Liga, as principais competições das quais a emissora tem direito. O jogo que está sendo exibido nos canais do pacote de televisão fechada do grupo, ESPN, ESPN Brasil, ESPN 2 e ESPN Extra, é transmitido também, via *streaming*, em plataformas digitais do grupo.

Denominado como Watch ESPN, o *streaming* da empresa pode ser assistido dentro do portal ESPN.com.br e no aplicativo para *smartphones* Watch ESPN. O serviço pode ser acessado por assinantes dos canais ESPN no pacote de televisão fechada e por usuários com assinatura exclusiva do *streaming* no valor de R\$ 16,90.

4.3.4 Esporte Interativo

O canal foi criado em 2007, mas sua exibição era apenas para antenas parabólicas no Rio de Janeiro. Foi em 2015 que o Esporte Interativo tornou-se um canal de televisão fechada presente na grade das maiores operadoras de televisão do Brasil²⁶.

O grupo lançou a sua plataforma de *streaming*, o EI Plus, antes mesmo do ingresso na TV fechada, algo pouco comum em relação aos demais canais desta pesquisa. O lançamento aconteceu em 2012. Desde 2015, o canal tem como principal ativo a Liga dos Campeões da Europa, o campeonato de clubes mais assistido no mundo. Em 2016, o canal negociou com alguns clubes brasileiros os direitos de transmissão do Brasileirão Série A 2019, rompendo com a exclusividade da TV Globo que durava desde 2015. Neste ano, as duas emissoras estão exibindo a competição.

Mesmo com estes campeonatos, o ingresso do Esporte Interativo na televisão fechada foi breve. Em 2018, a marca Esporte Interativo saiu da televisão e ficou

²⁵ ESPN chegou ao Brasil como canal UHF. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/04/25/em-1989-espn-chegou-ao-brasil-como-canal-uhf-e-com-esportes-impopulares-98535.php>. Acesso em: 10 out. 2019.

²⁶ Executivo confirma lançamento do canal EIMAXX. Disponível em: <http://www.portalmidiaesporte.com/2015/05/executivo-confirma-lancamento-do-canal.html>. Acesso em: 02 nov. 2019.

somente no digital, dando força às redes sociais, principalmente ao Facebook e à própria plataforma de *streaming*, EI Plus.

Em 2018, após a saída da televisão²⁷, o canal realizou uma parceria com o Facebook que segue vigente até o segundo semestre de 2019. Algumas partidas da Liga dos Campeões da Europa são transmitidas de maneira exclusiva e gratuita, via *streaming*, dentro da rede social, na página do Esporte Interativo no Facebook. As demais partidas das quais o grupo tem direito são exibidas em outros canais do grupo Turner (Space e TNT), dono da marca Esporte Interativo, além da plataforma de *streaming* do próprio canal, EI Plus. A exibição de um grande campeonato dentro da rede social serviu como forma de popularizar o Facebook Watch, plataforma de transmissão via *streaming* do Facebook.

A parceria entre Esporte Interativo e Facebook é exercida apenas na Liga dos Campeões. Para as transmissões de Campeonato Brasileiro, o canal utiliza a TNT e o Space (canais de TV fechada) para exibição dos jogos, além do recurso de *streaming* EI Plus.

O EI Plus, um dos objetos de estudo deste trabalho, só pode ser acessado a partir de uma assinatura da plataforma digital. Pesquisada no segundo semestre de 2019, a assinatura custa R\$ 19,90. O acesso pode ser realizado por meio de um portal e de um aplicativo para *smartphone* com o mesmo nome, EI Plus.

4.3.5 DAZN

O DAZN foi fundado mundialmente em 2016 com o objetivo de ser uma plataforma exclusivamente de *streaming* de esportes com um grande catálogo de competições²⁸. Um modelo parecido com a Netflix, voltado para transmissões esportivas.

No Brasil, em 2018, a entrada da empresa foi realizada de maneira diferente dos demais países de operação do canal²⁹. Antes mesmo do lançamento da sua plataforma no Brasil, o canal exibiu de maneira gratuita partidas dos campeonatos

²⁷ Um jogo rápido para entender o fim do Esporte Interativo. Disponível em: <https://trivela.com.br/um-jogo-rapido-para-entender-o-fim-do-esporte-interativo/>. Acesso em: 10 out. 2019.

²⁸ Bem-vindo ao DAZN. Disponível em: <https://media.dazn.com/en/welcome-to-the-dazn-media-centre-2/who-is-dazn/>. Acesso em: 06 nov. 2019.

²⁹ Streaming de esporte chega ao Brasil. UOL. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/mercado/2018/11/29/streaming-de-esporte-chega-ao-brasil-com-sul-americana-italiano-e-frances-122230.php>. Acesso em: 06 nov. 2019.

Italiano, Francês, Sul-Americana e Brasileirão Série C na sua página do YouTube e Facebook. Para a exibição de partidas da Sul-Americana, o DAZN chegou a fazer parceria com o canal de TV aberta RedeTV! para somente retransmitir o seu sinal em algumas partidas.

Desde o início de 2019, todas as transmissões do DAZN (Serie A, Ligue 1, Sul-Americana e Brasileirão Série C) são realizadas dentro da plataforma DAZN, com acesso na grande maioria dos dispositivos. Por ser nativa do *streaming*, é a empresa com maior acessibilidade no ramo. Segundo o próprio DAZN, cerca de 97% dos dispositivos (incluindo *Smartphones*, *Smart TVs*, *tablets*, *videogames* e *PCs*) são compatíveis com o canal. Uma variedade de opções que não é encontrada em nenhuma outra plataforma analisada neste trabalho.

Atualmente, o plano único de assinatura custa R\$ 37,90.

4.3.6 Facebook

O Facebook realiza transmissões por meio da plataforma Facebook Watch, que funciona dentro da própria rede social. O Facebook Watch foi lançado em 2017 e começou a operar no Brasil em 2018³⁰. O primeiro campeonato de grande magnitude transmitido pela plataforma foi a Liga dos Campeões da Europa, por meio da parceria com o Esporte Interativo, em 2018³¹. O acordo entre as duas empresas prevê a exibição de 66 partidas do campeonato, sendo 41 delas de maneira exclusiva e gratuita.

Em 2019, após se consolidar no mercado de transmissões esportivas, o Facebook comprou os direitos da Copa Libertadores³². Com a exibição de partidas da Copa Libertadores e da Liga dos Campeões, os dois maiores torneios de clubes da Europa e América do Sul, a empresa mostrou grande poder mesmo em pouco tempo no ramo. O contrato da Libertadores contempla a exibição de 27 partidas com exclusividade.

³⁰ Facebook Watch está liberado no Brasil. TechTudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2018/09/facebook-watch-esta-liberado-no-brasil-saiba-como-usar.ghtml>. Acesso em: 06 nov. 2019.

³¹ Esporte Interativo faz acordo com Facebook. TV Foco. Disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/esporte-interativo-faz-acordo-com-o-facebook-para-exibir-champions-gratuitamente/>. Acesso em: 06 nov. 2019.

³² Facebook compra direitos de transmissão da Libertadores. Disponível em: <https://tecnoblog.net/262763/facebook-watch-jogos-libertadores/>. Acesso em: 06 nov. 2019.

Em nenhuma destas partidas é utilizada uma equipe de transmissões do Facebook. No caso da Liga dos Campeões, é utilizada uma equipe do Esporte Interativo, mantendo o *layout* do canal esportivo e o nome do EI dentro da transmissão. A partida é exibida na página do Facebook do próprio Esporte Interativo.

No caso da Libertadores, a transmissão é realizada dentro da página da Conmebol (responsável pela competição) e compartilhada nas páginas dos clubes que estão disputando a partida. A equipe de transmissão é formada por profissionais da Fox Sports, mas diferentemente da Liga dos Campeões, a equipe não cita o canal, mas sim “Facebook Watch” como detentora da transmissão. O consumidor não paga para assistir aos jogos.

4.3.7 Direitos de Federações Estaduais

Com exceção dos seis campeonatos (Paulista, Carioca, Gaúcho, Mineiro, Baiano e Pernambucano) que têm todas as partidas sendo exibidas via *streaming* pelo Grupo Globo, os demais estaduais do País não seguem um padrão de transmissão on-line. Seus direitos, vinculados às federações estaduais, são comercializados de maneiras distintas e fora da lógica encontrada nos seis principais estaduais.

4.4 PILARES PARA A ANÁLISE DAS PARTIDAS

Analisando todos os métodos adotados pelos diferentes canais e plataformas vistos neste trabalho, será possível identificar pilares na construção de tipos de transmissão de futebol via *streaming*.

4.4.1 Primeiro Pilar - Exclusividade

O primeiro pilar será a exclusividade da transmissão via *streaming*. A partida ser exibida exclusivamente via *streaming* muda completamente a relação do consumidor com o produto transmissão, isto porque, se existe a opção de assistir à mesma partida na televisão, o consumidor fica livre para optar pelo método de sua preferência. Caso o jogo só possua a exibição on-line, o consumidor, caso queira ver

o conteúdo, será obrigado a assistir neste método de transmissão, perdendo seu poder de escolha e tendo que se adequar a uma nova realidade.

Segundo Subiotto e Graf (2003) a exclusividade é crucial no setor de mídia porque protege o valor do conteúdo existente e cria incentivos financeiros necessários para a produção de conteúdo futuro. No mercado de transmissões esportivas, exclusividade é ouro, seja em relação a outros canais ou na quantidade de plataformas que a partida está sendo transmitida pela mesma empresa.

Para este estudo, o foco está na relação de exclusividade entre a própria empresa. Será analisado se a detentora exibe a partida somente no *streaming* ou traz esta ferramenta apenas como possibilidade. Nas diferentes formas que este trabalho está estudando, algumas empresas utilizam o *streaming* como segunda plataforma de exibição de um jogo que está sendo transmitido na televisão. Este modelo explica-se pelos novos hábitos de consumo do torcedor de futebol, que segue uma tendência do brasileiro em geral. Com o avanço da Internet no País, segundo a pesquisa TIC³³, 70% da população tem acesso a ela em domicílio. Sendo que 97% utiliza o celular para acessá-la, a transmissão de futebol teve que se adequar a este cenário. O consumidor não quer perder o serviço que pagou simplesmente por estar fora de casa. Criou-se uma tendência de mercado de empresas de televisão disponibilizando o seu conteúdo também para o digital. A prática se adequa ao termo de hipertelevisão, criado por Scolari (2004). O autor sugere uma televisão em construção com novas características, como a articulação com outras mídias interativas, o empoderamento do telespectador, a customização dos programas e, principalmente, a possibilidade de acesso à programação por arquivo (referindo-se ao *Pay-per-view* e ao *video on demand*, uma forma de *streaming*). Esse conceito só é possível pelos novos terminais para assistir TV. A hipertelevisão é o acesso ao conteúdo a qualquer momento e em qualquer lugar, algo muito próximo com o modelo adotado por algumas empresas.

Ilustrando esta questão: enquanto o Grupo Globo, em grande parte, adota uma estratégia de retransmissão de conteúdos que estão sendo veiculados na televisão, o DAZN transmite exclusivamente para o *streaming*, tornando esta

³³ Uso da internet no Brasil cresce, e 70% da população está conectada. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/08/28/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-70percent-da-populacao-esta-conectada.ghtml>. Acesso em: 26 set. 2019.

modalidade o seu carro chefe, ao contrário da Globo, comandada pela sua grade de televisão.

4.4.2 Segundo Pilar – Estrutura e Profissionais

O segundo pilar envolverá os profissionais e a estrutura técnica oferecida pela transmissão. A análise avaliará como variável importante o número de profissionais envolvidos na transmissão (narrador, comentaristas, apresentador e repórteres). Serão analisados somente estes profissionais, pois são os únicos possíveis de serem vistos apenas assistindo às transmissões, método adotado pelo autor do trabalho. O número de câmeras utilizadas na partida é outro aspecto considerado importante, no momento em que influencia no produto audiovisual apresentado pela transmissão. A imagem é informação. Parece óbvio, mas uma partida com apenas uma câmera central, a chamada Câmera 1, perde muito em qualidade em relação a uma transmissão com sete ou mais câmeras, por exemplo. A falta de informações visuais que poucas câmeras podem possibilitar fica evidente quando contrastada com transmissões com grande número de centros de imagem. Em termos de classificação, será considerado um número alto de câmeras quando a transmissão conta com sete ou mais ângulos de filmagem e, baixo, quando a partida possui seis ou menos câmeras.

Em relação aos profissionais envolvidos, o número de repórteres impacta na capacidade de informação da transmissão. Contar com a presença de um repórter demonstra um poder maior de transmitir informações da partida em relação a uma transmissão sem equipe de reportagem. Ter dois repórteres, um responsável por cada equipe, traz uma possibilidade muito maior de não perder nenhuma informação em comparação a uma transmissão com somente um repórter responsável pela cobertura dos dois times. Também serão analisadas a presença de narrador e comentaristas, agentes importantes para contar a história da partida. Ainda o autor levará em conta as presenças de outros agentes que podem participam de uma transmissão, como apresentadores e comentaristas de arbitragem.

4.4.3 Terceiro Pilar - Sinal

O terceiro pilar é o tipo de sinal transmitido. É importante separar as transmissões de jogos com o sinal gerado pela própria detentora dos direitos às transmissões com um sinal enviado por uma geradora contratada pela empresa responsável pela organização da competição. Em geral, quando o sinal é próprio, existe uma tendência maior de transmissões serem realizadas *in loco*, ou seja, da cabine do estádio. Além disso, essa estrutura de sinal traz a possibilidade da emissora construir, por meio das imagens, a sua própria narrativa para contar a história de uma partida. Por exemplo, caso um personagem seja encontrado nas arquibancadas ele pode ser seguido pelo tempo que a equipe de transmissões decidir. Ao contrário de quando o sinal é produzido por outra empresa que não a exibidora da partida, assim, o narrador e o comentarista ficam reféns das imagens que estão sendo geradas, não podendo escolher qual história irão contar. Na maioria dos casos, este método de geração de sinal pronto é adotado em transmissões de campeonatos internacionais. Com isso, a transmissão é feita *off-tube*³⁴ (quando narrador e comentarista estão em um estúdio, não no estádio), fato que não impede a empresa de enviar repórteres para as partidas. O ponto positivo deste método é a qualidade do produto audiovisual. Por ser um sinal de geração internacional, o número e qualidade de câmeras na transmissão atinge níveis muito altos. Este trabalho vai utilizar os termos “próprio” quando o sinal é gerado pela empresa transmissora, e “outra” quando o sinal é gerado por outra empresa.

4.4.4 Quarto Pilar - Plataforma

O quarto e último pilar é a plataforma de exibição. Podendo ela ser “própria”, quando a empresa exibe sua transmissão em uma plataforma de *streaming* que pertence a ela, ou “outra”, quando a empresa exibe seu *streaming* em uma plataforma de terceiros. A plataforma onde o conteúdo está hospedado, em tempos de variedade de serviços de vídeo streaming, é fundamental. Uma plataforma com

³⁴ Convencionou-se chamar de narração off-tube aquela em que narradores e comentaristas do rádio [mas, que também passou a ser utilizado na TV] transmitem uma partida do estúdio, sem ir ao estádio, diante de um aparelho de televisão sintonizado na emissora que transmite a partida. Esse hábito começou na Copa do Mundo da Inglaterra, em 1966, quando não havia cabines suficientes nos estádios e a maioria das equipes de rádio permanecia no centro de imprensa, recebendo as imagens e o som ambiente (JUNG citado por SANT'ANNA, 2007, p. 26).

mais variedade de formas de acesso, como *videogames* (PlayStation 4 e XBOX One), *Smart TVs* (televisores com acesso à Internet), Chromecast e Apple TV (dispositivos para trazer acesso à Internet a uma televisão convencional) se sobressaem àquelas que só permitem acessos mais “convencionais”, como *smartphones* e PCs. Ter uma plataforma própria não é garantia de melhor qualidade, mas pode ser garantia de adequação maior aos interesses do seu público. A plataforma de exibição e suas possibilidades são o último passo dessa cadeia. É por ela que todo os demais pilares podem ser vistos.

4.5 ANÁLISE DAS PARTIDAS

A partir dos pilares citados, este trabalho propor-se-á a analisar transmissões de todas as emissoras nos campeonatos em questão. Os quatro pilares serão listados por campeonato e emissora que realiza a exibição. Em um segundo momento, será feito um agrupamento deste mapeamento para a categorização definitiva.

4.6 BRASILEIRÃO SÉRIE A

A Série A do Campeonato Brasileiro conta com duas empresas transmitindo os jogos via *streaming*: Globo e Esporte Interativo.

O Brasileirão Série A conta com três tipos de exibição via *streaming* em plataformas do Grupo Globo: o SporTV Play, que exhibe cerca de dois jogos semanais; o Premiere Play, que exhibe todas as partidas do campeonato, exceto as envolvendo o Athletico Paranaense³⁵; e o Globoesporte.com, ainda em fase inicial, sem recorrência fixa de transmissões e com menor frequência de jogos.

Quanto ao Esporte Interativo, a exibição do campeonato por *streaming* é realizada na sua plataforma, o El Plus. A empresa tem direito a 42 dos 380 jogos do campeonato, o que representa 11% das partidas.

³⁵ Athletico Paranaense não terá seus jogos transmitidos no canal Premiere. Disponível em: <https://athletico.com.br/noticia/athletico-paranaense-nao-tera-seus-jogos-transmitidos-nos-canais-premiere/>. Acesso em: 02 out. 2019.

4.6.1 Brasileirão Série A no Sportv Play

Jogo analisado: Flamengo 0 x 0 São Paulo - 28/09/19 – 22ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: exclusividade de transmissão. O jogo não é exibido de maneira exclusiva. Tudo que está sendo visto no *streaming* está sendo exibido na televisão de maneira simultânea.

Segundo pilar: profissionais e número de câmeras. Há um alto número de câmeras, nove são operadas. A estrutura de profissionais aparente é de dois repórteres, dois comentaristas para o jogo, um comentarista de arbitragem em uma central que acompanha todos os jogos da rodada (não apareceu na transmissão) e um narrador. A partida foi feita *in loco*, com narrador e comentaristas presentes no estádio.

Terceiro pilar: o tipo de sinal transmitido é próprio. Consequentemente, a estrutura de equipe contratada pelo próprio canal SporTV é responsável pela geração da partida.

Quarto pilar: quando se trata de SporTV Play, a transmissão ocorre em plataforma própria, dentro do portal Globosat Play. Todos os tipos de exibição do canal contam com aplicativos para *smartphones* e *tablets*. Também disponibiliza o acesso por outros dispositivos de *streaming* como *Smart TVs*, *Chromecast* e *Apple TV*.

4.6.2 Brasileirão Série A no Premiere Play

Jogo analisado: Grêmio 3 x 0 Botafogo – 27/10/19 – 28ª rodada. Assistido no *smartphone*.

Primeiro pilar: exclusividade de transmissão. O jogo não é exibido de maneira exclusiva. Tudo que está sendo visto no *streaming* está sendo exibido na televisão de maneira simultânea.

Segundo pilar: profissionais e estrutura. Há um alto número de câmeras, sete são operadas. A estrutura de profissionais aparente é de um repórter, um comentarista para o jogo, um comentarista de arbitragem em uma central que acompanha todos os jogos da rodada (não apareceu na transmissão) e um narrador. A partida foi feita *in loco*, com narrador e comentarista presentes no estádio.

Terceiro pilar: o tipo de sinal transmitido é próprio. Consequentemente, a estrutura de equipe contratada pelo próprio canal Premiere é responsável pela geração da partida.

Quarto pilar: a plataforma de exibição também é própria. A transmissão é exibida dentro do portal Globoesporte.com, mas de maneira paga. Somente assinantes do *Pay-per-view* têm acesso ao jogo. Também é possível acompanhar a exibição nos aplicativos do Premiere Play para *smartphones* e *tablets*, além de outros dispositivos de *streaming* como *Smart TVs*, *Chromecast* e *Apple TV*.

4.6.3 Brasileirão Série A no Globoesporte.com

Jogo analisado: Grêmio 2 x 1 Athletico-PR – 24/08/19 – 16ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: exclusividade de transmissão. É exclusiva para o *streaming*. O jogo não está sendo exibido na televisão.

Segundo pilar: profissionais e estrutura. A estrutura de transmissão é comandada pelo próprio Globoesporte.com. Há um alto número de câmeras, são sete operadas. A estrutura de profissionais aparente é de dois repórteres, dois comentaristas para o jogo, um comentarista de arbitragem em uma central e um narrador. A partida foi feita *in loco*, com narrador e comentaristas presentes no estádio.

Terceiro pilar: o tipo de sinal transmitido é próprio. Consequentemente, a estrutura de equipe contratada pelo próprio Globoesporte.com é responsável pela geração da partida.

Quarto pilar: a transmissão é exibida dentro do próprio portal, o Globoesporte.com. A exibição conta com aplicativos para *smartphones* e *tablets*.

4.6.4 Brasileirão Série A no EI Plus

Jogo analisado: Palmeiras 1 X 0 Internacional – 04/05/19 – 3ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: exclusividade de transmissão do *streaming*. A partida sempre está sendo exibida simultaneamente na televisão. Ou seja, não é exclusiva.

Segundo pilar: na partida analisada, foram utilizadas 16 câmeras em toda a transmissão, um número alto de câmeras. Vale ressaltar que essa foi a primeira partida do Brasileirão Série A transmitida pelo canal. O número de profissionais envolvidos que aparecem na transmissão foi de dois repórteres, dois comentaristas do jogo, um comentarista de arbitragem e um narrador. O canal fez uso de um apresentador no intervalo da partida. A partida foi transmitida *in loco*, com presença de narrador e comentarista no estádio.

Terceiro pilar: o sinal da transmissão é próprio, gerado por uma equipe do próprio Esporte Interativo.

Quarto pilar: a plataforma de exibição da partida, o EI Plus, é própria e acessada através do portal EI PLUS para PCs e aplicativos de mesmo nome para *smartphones*, *tablets* e *Smart TVs*. O pré-jogo da transmissão é realizado em uma plataforma de outro grupo, o Facebook Watch, plataforma de *streaming* do Facebook. Para assistir à transmissão do jogo, porém, é necessário ser assinante do EI Plus.

4.7 COPA DO BRASIL

A Copa do Brasil não tem transmissão de todas as suas partidas via *streaming*. As partidas, quando exibidas neste modo, são apresentadas no SporTV Play.

4.7.1 Copa do Brasil no Sportv Play

Jogo analisado: Bahia 0 X 1 Grêmio – 17/07/19 – Jogo de volta das quartas de final. Assistido no PC.

Primeiro pilar: a exibição não foi exclusiva para o *streaming*. A mesma transmissão também estava sendo exibida no canal de televisão fechada SporTV.

Segundo pilar: a estrutura é de pelo menos nove câmeras operadas, um número alto. O número de profissionais aparente foi de dois repórteres, um comentarista para o jogo, um comentarista de arbitragem em uma central (não apareceu na transmissão) e um narrador. Essa partida foi transmitida *in loco*, com a presença de narrador e comentarista no estádio.

Terceiro pilar: o sinal é próprio, gerado completamente pelo próprio SporTV, na partida analisada.

Quarto pilar: a plataforma de exibição, o SporTV Play, segue o mesmo modelo do Brasileirão Série A. Tudo é feito em plataforma própria, dentro do portal Globosat Play. Todos os tipos de exibição contam com aplicativos para *smartphones* e *tablets*. A plataforma do SporTV também disponibiliza o acesso por outros dispositivos de *streaming* como *Smart TVs*, Chromecast e Apple TV.

4.8 LIBERTADORES

O campeonato é transmitido via *streaming* por três emissoras: SporTV Play, Facebook Watch e Fox Sports Play.

4.8.1 Libertadores no Sportv Play

Jogo analisado: Cruzeiro 0 X 0 River Plate – 30/07/19 – jogo de volta das oitavas de final. Assistido no smartphone.

Primeiro pilar: a exibição não é exclusiva para o *streaming*. Assim como a partida analisada, todos os jogos transmitidos também estão sendo exibidos na televisão fechada.

Segundo pilar: a estrutura na partida analisada contou com dois repórteres, dois comentaristas para o jogo, um comentarista de arbitragem em uma central (não apareceu na transmissão) e um narrador. Esta partida foi transmitida *in loco*. A estrutura de câmeras é alta - na partida analisada foram 17 câmeras, todas operadas por uma distribuidora da própria confederação responsável pelo torneio, a Conmebol.

Terceiro pilar: como a transmissão é feita por uma distribuidora da Conmebol, o sinal não é das emissoras. Ele apenas é reproduzido por elas a partir de uma geração sob-responsabilidade da Confederação.

Quarto pilar: quando se trata de SporTV Play, a transmissão ocorre em plataforma própria, dentro do portal Globosat Play, além disso, o canal conta com aplicativos para *smartphones* e *tablets*. A plataforma do SporTV também disponibiliza o acesso por outros dispositivos de *streaming* como *Smart TVs*, Chromecast e Apple TV.

4.8.2 Libertadores no Facebook Watch

Jogo analisado: Grêmio 2 x 0 Libertad – 25/07/19 – jogo de ida das oitavas de final. Assistido no PC.

Primeiro pilar: por não possuir canal de televisão, a exibição feita pelo Facebook é exclusiva para o seu *streaming*, o Facebook Watch.

Segundo pilar: a equipe de transmissão não é de profissionais do Facebook. São profissionais da Fox Sports que realizam a jornada para o Facebook Watch, posto que as duas empresas fizeram uma parceria³⁶. A transmissão analisada conta com um repórter, um comentarista e um narrador. Além disso, há um apresentador no intervalo. A partida em questão foi feita *in loco*. A estrutura de câmeras é alta, na partida analisada havia 17 equipamentos. Todos são operados por uma distribuidora da própria confederação responsável pelo torneio, a Conmebol.

Terceiro pilar: como a transmissão é feita por uma distribuidora da Conmebol, o sinal não é das emissoras. Ele apenas é reproduzido por elas a partir de uma geração sob-responsabilidade da Confederação.

Quarto pilar: a plataforma é própria, o Facebook Watch. Por ser hospedado na rede social Facebook, a transmissão tem que ser realizada dentro de alguma página. Neste caso, é feito dentro da página da Conmebol e compartilhada nas páginas dos clubes envolvidos em cada partida. O Facebook Watch é hospedado no Facebook em todas as possibilidades de acesso (*smartphones, tablets, PCs, Smart TVs, Chromecast e Apple TV*).

4.8.3 Libertadores no Fox Sports

Jogo analisado: Grêmio 0 x 2 Palmeiras – 20/08/19 – jogo de ida das quartas de final. Assistido no Chromecast.

Primeiro pilar: em nenhuma das duas plataformas de exibição *via streaming* dos canais *Fox*, que são Fox Sports e Fox Play, realizam-se transmissões exclusivas da Libertadores. A partida exibida no digital é televisionada no canal de TV fechada Fox Sports de maneira simultânea.

³⁶ Fox Sports e Facebook anunciam parceria para a transmissão da Libertadores. Disponível em: <http://www.mktesportivo.com/2019/01/fox-sports-e-facebook-anunciam-parceria-para-a-transmissao-da-libertadores/>. Acesso em: 06 nov. 2019.

Segundo pilar: a estrutura da transmissão conta com dois repórteres, um comentarista e um narrador. Conta com presença de um apresentador no intervalo. O jogo analisado foi feito *in loco*. A estrutura de câmeras é alta, na partida analisada havia 17 equipamentos. Todos são operados por uma distribuidora da própria confederação responsável pelo torneio, a Conmebol.

Terceiro pilar: como a transmissão é feita por uma distribuidora da Conmebol, o sinal não é das emissoras. Ele apenas é reproduzido por elas a partir de uma geração sob-responsabilidade da Confederação.

Quarto pilar: as plataformas, Fox Sports e Fox Play, são próprias. Elas são hospedadas em dois portais de mesmo nome das plataformas. Pode ser assistida em *smartphones*, *tablets*, *Smart TVs*, Chromecast e Apple TV nas duas plataformas. No videogame (Xbox One), somente se acessado pelo Fox Play.

4.9 SUL-AMERICANA

A Copa Sul-Americana é exibida pela plataforma de *streaming* DAZN.

4.9.1 Sul-Americana no DAZN

Jogo analisado: Racing 1 x 1 Corinthians – 27/02/19 – jogo de volta da primeira fase. Assistido no PC.

Primeiro pilar: por ser unicamente uma plataforma de *streaming*, tem exibição exclusiva feita para o digital. Durante o primeiro semestre deste ano, antes do lançamento da sua plataforma, chegou a veicular partidas na televisão, em parceria com a RedeTV!. Após o lançamento da sua plataforma, adotou a exclusividade no *streaming*. A partida foi analisada após a plataforma própria estar ativa.

Segundo pilar: o canal utiliza apenas narrador e comentarista *in loco*. Não conta com a presença de repórteres. Outro aspecto notável é a presença de apresentador e mais um comentarista no estúdio; ambos não participaram da transmissão da partida com a bola rolando, apenas no intervalo do jogo. O número de câmeras é alto, são pelo menos nove, com transmissão realizada pela própria Conmebol.

Terceiro pilar: O sinal não é da emissora. Ele apenas é reproduzido por ela a partir de uma geração sob-responsabilidade da Confederação.

Quarto pilar: O DAZN apresenta vasta gama de possibilidade de acesso. Em sua plataforma própria, é possível acessar em 97% dos *smartphones*, *tablets*, PCs, *videogames* e outros dispositivos. Durante o primeiro semestre, antes do lançamento da sua plataforma, também exibiu jogos no YouTube.

4.10 ESTADUAIS

Os campeonatos estaduais envolvendo o maior número de clubes considerados de ponta no Brasil são exibidos no *streaming* pelo Premiere Play. No caso dos campeonatos Baiano e Pernambucano, partidas da fase inicial dos campeonatos, são transmitidas no Globoesporte.com. Como já dito anteriormente, os demais campeonatos estaduais, por não seguirem um padrão de transmissão, não serão categorizados. Os categorizados serão o Paulista, Carioca, Gaúcho, Mineiro, Baiano e o Pernambucano.

Destes, a grande maioria é exibida pelo Premiere Play. Neste caso, a transmissão não é exclusiva, já que o jogo também está sendo veiculado no canal de televisão Premiere. Algumas partidas do Premiere são exibidas esporadicamente simultaneamente ao SporTV. Inclusive, as partidas do Campeonato Pernambucano exibidas no Globoesporte.com não são exclusivas, pois estavam sendo transmitidas na TV Globo Recife. A exceção é o Campeonato Baiano, do qual alguns jogos foram transmitidos somente no Globoesporte.com. Estas são exclusivas para o *streaming*.

4.10.1 Estaduais no Sportv Play

Jogo analisado: Grêmio 1 x 0 Internacional – 17/03/19 – 10ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: a partida transmitida pelo SporTV Play não foi exclusiva para o *streaming*.

Segundo pilar: no jogo assistido, houve a presença de dois repórteres, um comentarista e um narrador *in loco*, além de um comentarista de arbitragem em uma central (que não aparece na transmissão). Na partida, foram utilizadas nove câmeras.

Terceiro pilar: o sinal é próprio, gerado completamente por uma equipe sob responsabilidade do SporTV.

Quarto pilar: quando se trata de SporTV Play, a transmissão ocorre em plataforma própria, dentro do portal Globosat Play. Além disso, o canal conta com aplicativos para *smartphones* e *tablets*. A plataforma do SporTV Play disponibiliza o acesso por outros dispositivos de *streaming* como *Smart TVs*, Chromecast e Apple TV.

4.10.2 Estaduais no Premiere Play

Jogo analisado: Novo Hamburgo 0 x 2 Internacional – 23/03/19 – jogo de ida das quartas de final do Campeonato Gaúcho. Assistido no *smartphone*.

Primeiro pilar: esta partida transmitida pelo Premiere Play não foi exclusiva para o *streaming*.

Segundo pilar: no jogo assistido, houve a presença de dois repórteres, um comentarista e um narrador *in loco*. Na partida, foram utilizadas sete câmeras.

Terceiro pilar: o sinal é próprio, gerado completamente por uma equipe do Premiere.

Quarto pilar: o Premiere Play é exibido dentro do Globoesporte.com, mas somente para assinantes do *Pay-per-view*. A exibição conta com aplicativos para *smartphones* e *tablets*. A plataforma Premiere Play disponibiliza o acesso por outros dispositivos de *streaming* como *Smart TVs*, Chromecast e Apple TV.

4.10.3 Estaduais no Globoesporte.com

Jogo analisado: Bahia 1 x 0 Bahia de Feira – 21/04/19 - jogo de volta da final do Campeonato Baiano. Assistido no PC.

Primeiro pilar: exclusividade de transmissão. A partida do campeonato Baiano assistida não foi exclusiva para o *streaming*. O jogo estava sendo exibido na televisão aberta pela Globo Bahia.

Segundo pilar: profissionais e estrutura. A estrutura de transmissão é comandada pela própria Globo. Há um alto número de câmeras, são sete utilizadas. A estrutura de profissionais aparente é de dois repórteres, um comentarista para o jogo e um narrador. Todos *in loco*.

Terceiro pilar: o sinal foi gerado por uma equipe da Globo para a TV Globo Bahia e para o Globoesporte.com.

Quarto pilar: a transmissão é exibida dentro do próprio portal, o Globoesporte.com. A exibição também conta com aplicativos para *smartphones* e *tablets*.

4.11 BRASILEIRÃO SÉRIE B

O Brasileirão Série B é exibido no *streaming* por SporTV Play e Premiere Play, ambos do Grupo Globo.

O SporTV Play exibe, em média, dois jogos semanais, enquanto o Premiere Play exibe todos os jogos da competição. As duas plataformas não fazem transmissões do campeonato de maneira exclusiva para o digital.

4.11.1 Brasileirão Série B no Sportv Play

Jogo analisado: Coritiba 0 x 0 Sport – 03/11/19 – 33ª rodada. Assistido no *smartphone*.

Primeiro pilar: esta partida, transmitida pelo SporTV Play, não foi exclusiva para o *streaming*.

Segundo pilar: no jogo assistido, houve a presença de dois repórteres, um comentarista e um narrador *in loco*, além de um comentarista de arbitragem (que não aparece na transmissão). Na partida, foram sete câmeras operadas.

Terceiro pilar: o sinal é próprio, gerado completamente por uma equipe do SporTV.

Quarto pilar: quando se trata de SporTV Play, a transmissão ocorre em plataforma própria, dentro do portal Globosat Play, além disso, o canal conta com aplicativos para *smartphones* e *tablets*. A plataforma do SporTV Play disponibiliza o acesso por outros dispositivos de *streaming* como *Smart TVs*, Chromecast e Apple TV.

4.11.2 Brasileirão Série B no Premiere Play

Jogo analisado: Brasil de Pelotas 0 x 0 Sport - 20/10/19 - 30ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: a partida transmitida pelo Premiere Play não foi exclusiva para o *streaming*.

Segundo pilar: no jogo assistido, houve a presença de um repórter, um comentarista e um narrador, todos *in loco*. Na partida foram sete câmeras utilizadas.

Terceiro pilar: o sinal é próprio, gerado completamente por uma equipe do Premiere.

Quarto pilar: o Premiere Play é exibido dentro do Globoesporte.com, mas somente para assinantes do *Pay-per-view*. A exibição conta com aplicativos para *smartphones* e *tablets*. A plataforma do Premiere Play disponibiliza o acesso por outros dispositivos de *streaming* como *Smart TVs*, *Chromecast* e *Apple TV*.

4.12 BRASILEIRÃO SÉRIE C

Transmitido com exclusividade pela plataforma de *streaming* DAZN. Não são exibidos todos os jogos da competição.

4.12.1 Brasileirão Série C no DAZN

Jogo analisado: Juventude 2 x 1 Náutico – 15/09/19 – jogo de ida das semifinais. Assistido pelo PC.

Primeiro pilar: a transmissão é exclusiva para o *streaming*.

Segundo pilar: na partida analisada, apenas narrador e comentarista participaram da partida *in loco*. Sem a presença de repórteres. O número de câmeras foi baixo no jogo assistido, apenas cinco foram utilizadas.

Terceiro pilar: o sinal é da emissora. Nesse jogo e durante todas as partidas da Série C, o sinal é produzido pelo próprio DAZN.

Quarto pilar: o DAZN apresenta vasta gama de possibilidade de acesso. Em sua plataforma própria, é possível acessar em 97% dos *smartphones*, *tablets*, PCs, *videogames* e outros dispositivos. Durante o primeiro semestre, antes do lançamento da sua plataforma, também exibiu jogos no YouTube.

4.13 LIGA DOS CAMPEÕES

A Liga dos Campeões da Europa é exibida no *streaming* por EI Plus, do Esporte Interativo, e pelo Facebook Watch, do Facebook. O Facebook é o principal detentor da competição. Por isso, pode escolher jogos que não são televisionados para exibir na sua plataforma própria. A empresa fez uma parceria com o Esporte Interativo e, por este motivo, utiliza a equipe de transmissão e a página do Esporte Interativo dentro do Facebook para transmitir as partidas. Detentor de direitos, o Esporte Interativo exibe no *streaming* as partidas a que tem direito na sua plataforma própria, o EI Plus.

4.13.1 Liga dos Campeões no EI Plus

Jogo analisado: PSG 1 x 0 Brugge – 06/11/19 – 4ª rodada da fase de grupos. Jogo assistido no PC.

Primeiro pilar: a partida analisada não foi exclusiva para o *streaming*. O jogo estava sendo exibido de maneira simultânea na televisão e na plataforma EI Plus.

Segundo pilar: a equipe de transmissão conta com a presença de um narrador e um comentarista no estúdio. No jogo assistido, não houve a presença de repórteres. Durante o intervalo, um apresentador participou da transmissão. O número de câmeras é alto, mais de 16, e gerado por uma empresa responsável contratada pela UEFA, responsável pelo torneio.

Terceiro pilar: o sinal é gerado pela empresa contratada pela UEFA, entidade responsável pela organização do torneio. É a mesma geração no mundo inteiro, independente da empresa que transmite a partida.

Quarto pilar: a plataforma EI Plus é própria e pode ser acessada pelo portal de mesmo nome e aplicativos para *smartphone*, *tablets*, *Smart TVs* e PC.

4.13.2 Liga dos Campeões no Facebook Watch

Jogo analisado: Borussia Dortmund 3 x 2 Internazionale de Milão – 05/11/19 – 4ª rodada da fase de grupos. Assistido pelo PC.

Primeiro pilar: esta partida foi exibida somente no *streaming*, pelo Facebook Watch e pelo EI Plus, sem exibição na TV.

Segundo pilar: a equipe de transmissão conta com a presença de um narrador e um comentarista no estúdio. No jogo assistido, não houve a presença de repórteres. O número de câmeras é alto, mais de 16, e gerado por uma empresa responsável contratada pela UEFA, responsável pelo torneio.

Terceiro pilar: o sinal é gerado pela empresa contratada pela UEFA. É o mesmo no mundo inteiro, independente da empresa que transmite a partida.

Quarto pilar: a plataforma é própria, o Facebook Watch. Por ser dentro da rede social Facebook, a transmissão tem que ser realizada dentro de alguma página. Neste caso, é feita dentro da página do Esporte Interativo, que cede a equipe para a transmissão. O Facebook Watch é exibido dentro do Facebook em todas as possibilidades de acesso (*smartphones, tablets, PCs, Smart TVs, Chromecast e Apple TV*).

4.14 PREMIER LEAGUE

O campeonato inglês, nomeado como Premier League, é transmitido no *streaming* por Watch ESPN, da ESPN e pelo DAZN. A ESPN, principal detentora dos direitos de transmissão no Brasil, tem preferência na escolha de jogos em relação ao DAZN.

4.14.1 Premier League o Watch ESPN

Jogo analisado: Arsenal 1 x 1 Tottenham - 01/09/19 – 4ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: a partida analisada no *streaming* Watch ESPN estava sendo exibida na televisão, no canal ESPN. Portanto, de acordo com os critérios deste trabalho, não é exclusiva.

Segundo pilar: a partida analisada contou com a presença de um repórter, um comentarista e um narrador no estúdio. O número de câmeras é alto, ao menos 16, e gerado pela própria equipe da Premier League.

Terceiro pilar: o sinal é produzido mundialmente por um empresa atrelada à própria Premier League.

Quarto pilar: a plataforma Watch ESPN pode ser acessada pelo portal ESPN.com.br e por meio de aplicativos para *smartphone, tablets e Smart TVs*.

4.14.2 Premier League no DAZN

Jogo analisado: Norwich City 1 x 3 Manchester United - 27/10/19 – 10ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: exibiu a partida de maneira exclusiva na sua plataforma de *streaming*.

Segundo pilar: o DAZN utilizou apenas narrador e comentarista na transmissão da partida, ambos em estúdio. O número de câmeras é alto, ao menos 16, e gerado pela própria equipe da Premier League.

Terceiro pilar: o sinal é produzido mundialmente por um empresa atrelada à própria Premier League.

Quarto pilar: o DAZN apresenta vasta gama de possibilidade de acesso. Em sua plataforma própria, é possível acessar em 97% dos *smartphones*, *tablets*, PCs e *videogames*.

4.15 SÉRIE A (CAMPEONATO ITALIANO)

A Série A é transmitida com exclusividade no Brasil pelo DAZN.

4.15.1 Série A (Campeonato Italiano) no DAZN

Jogo analisado: Roma 2 x 1 Milan – 27/10/19 – 9ª rodada. Partida assistida no *videogame* (PlayStation 4).

Primeiro pilar: exclusivo no *streaming*. Não houve exibição na televisão.

Segundo pilar: a equipe de transmissão foi de apenas um narrador e um comentarista, ambos em estúdio. A própria liga é responsável pelo número de câmeras, que é considerado alto: ao menos 16 foram percebidas.

Terceiro pilar: o sinal é gerado pela própria liga.

Quarto pilar: o DAZN segue o seu padrão de plataforma visto até aqui nas demais competições. Apresenta vasta gama de possibilidade de acesso. Em sua plataforma própria, é possível acessar em 97% dos *smartphones*, *tablets*, PCs e *videogames*.

4.16 LIGUE 1 (CAMPEONATO FRANCÊS)

A Ligue 1, campeonato francês, é transmitida no Brasil com exclusividade pelo DAZN.

4.16.1 Ligue 1 (Campeonato Francês) no DAZN

Jogo analisado: PSG 4 x 0 Olympique de Marselha – 27/10/19 – 11ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: exclusivo no *streaming*. Não houve exibição na televisão.

Segundo pilar: apenas um narrador e um comentarista participaram da exibição, ambos em estúdio. A própria liga é responsável pelo número de câmeras, que é considerado alto: ao menos 16 foram percebidas.

Terceiro pilar: o sinal é gerado pela própria liga.

Quarto pilar: o DAZN apresenta vasta gama de possibilidade de acesso. Em sua plataforma própria é possível acessar em 97% dos *smartphones*, *tablets*, PCs e *videogames*.

4.17 BUNDESLIGA (CAMPEONATO ALEMÃO)

A Bundesliga, campeonato alemão, é transmitida no *streaming* pelo Fox Sports. A mesma transmissão pode ser acessada por meio do *streaming* Fox Play.

4.17.1 Bundesliga (Campeonato Alemão) no Fox Sports

Jogo analisado: Wolfsburg 1 x 0 Union Berlin – 06/10/19 – 7ª rodada. Assistido no *smartphone*.

Primeiro pilar: exibido de forma simultânea na televisão no canal Fox Sports.

Segundo pilar: a equipe de transmissão segue um modelo com apenas narrador e comentarista, ambos em estúdio. Número de câmeras alto, ao menos 16, sob-responsabilidade da própria liga.

Terceiro pilar: o sinal é gerado por uma empresa sob-responsabilidade da própria liga alemã.

Quarto pilar: a exibição no *streaming* é realizada nas duas plataformas do canal, Fox Sports e Fox Play. Ambas são próprias e hospedadas em dois portais de mesmo nome das plataformas. A transmissão pode ser assistida em *smartphones*, *tablets*, *Smart TVs*, Chromecast e Apple TV nas duas plataformas. No *videogame* (Xbox One), somente se acessado pelo Fox Play.

4.18 LA LIGA (CAMPEONATO ESPANHOL)

Transmitido no Brasil pelos canais de streaming Fox Premium (exibido na plataforma Fox Play) e Watch ESPN.

4.18.1 La Liga (Campeonato Espanhol) no Fox Play (Fox Premium)

Jogo analisado: Levante 1 x 1 Osasuna – 29/09/19 – 7ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: não foi exibido na televisão, somente no canal Fox Premium que é transmitido apenas na plataforma Fox Play.

Segundo pilar: a equipe de transmissão segue um modelo com apenas narrador e comentarista, ambos em estúdio. O número de câmeras é alto, ao menos 16 câmeras, sob-responsabilidade da própria liga.

Terceiro pilar: o sinal é gerado pela própria liga espanhola.

Quarto pilar: a transmissão é realizada na plataforma própria Fox Play. É hospedada no portal com o mesmo nome e, também, no aplicativo Fox Play para *smartphones*, *tablets*, *Smart TVs* e outros dispositivos como Chromecast, Apple TV e *videogames* (Xbox One). É importante ressaltar que a plataforma Fox Sports, mesmo sendo da mesma empresa, não exibe a competição.

4.18.2 La Liga No Watch ESPN

Jogo analisado: Levante 3 x 1 Barcelona - 02/11/19 – 12ª rodada. Assistido no PC.

Primeiro pilar: a partida analisada no *streaming* Watch ESPN estava sendo exibida na televisão, no canal ESPN. Portanto, de acordo com os critérios deste trabalho, não é exclusiva.

Segundo pilar: a equipe de transmissão segue um modelo com apenas narrador e comentarista, ambos em estúdio. O número de câmeras é alto, ao menos 16 câmeras, sob-responsabilidade da própria liga.

Terceiro pilar: em relação ao terceiro pilar, o sinal é gerado pela própria liga espanhola.

Quarto pilar: a plataforma Watch ESPN pode ser acessada pelo portal ESPN.com.br e por meio de aplicativos para *smartphone*, *tablets* e *Smart TVs*.

4.19 RESULTADOS DA ANÁLISE DAS PARTIDAS

A partir dos pilares analisados em cada uma das transmissões via *streaming*, podemos observar os seguintes resultados:

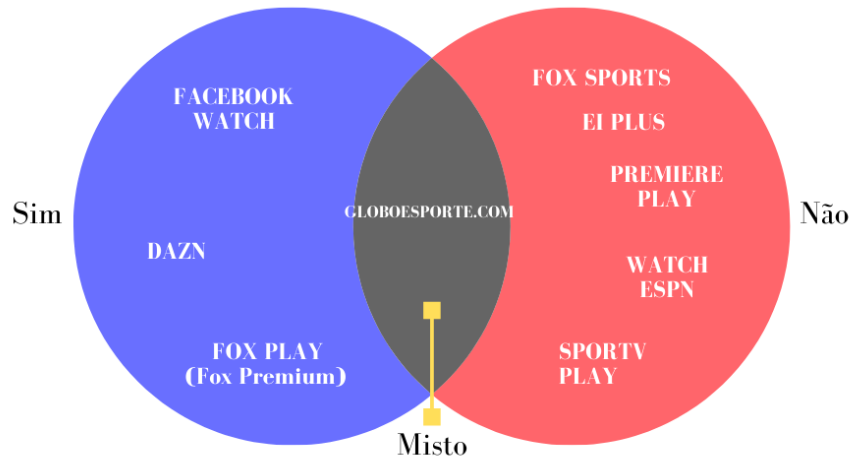
Tabela 2 - Resultados da análise das partidas

	EXCLUSIVO PARA O STREAMING	PRESEÇA DE NARRADOR E COMENTARISTA	NÚMERO DE REPÓRTERES	NÚMERO DE CÂMERAS	SINAL DA TRANSMISSÃO	PLATAFORMA
BRASILEIRÃO SÉRIE A NO SPORTV PLAY	NÃO	IN LOCO	2	ALTO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
BRASILEIRÃO SÉRIE A NO PREMIERE PLAY	NÃO	IN LOCO	1	ALTO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
BRASILEIRÃO SÉRIE A NO GLOBOESPORTE.COM	SIM	IN LOCO	2	ALTO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
BRASILEIRÃO SÉRIE A NO EI PLUS	NÃO	IN LOCO	2	ALTO	PRÓPRIO	MISTA
COPA DO BRASIL NO SPORTV PLAY	NÃO	IN LOCO	2	ALTO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
LIBERTADORES NO SPORTV PLAY	NÃO	IN LOCO	2	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
LIBERTADORES NO FACEBOOK WATCH	SIM	IN LOCO	1	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
LIBERTADORES NO FOX SPORTS	NÃO	IN LOCO	2	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
SUL-AMERICANA NO DAZN	SIM	IN LOCO	0	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
ESTADUAIS NO SPORTV PLAY	NÃO	IN LOCO	2	ALTO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
ESTADUAIS NO PREMIERE PLAY	NÃO	IN LOCO	2	ALTO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
ESTADUAIS NO GLOBOESPORTE.COM	NÃO	IN LOCO	2	ALTO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
BRASILEIRÃO SÉRIE B NO SPORTV PLAY	NÃO	IN LOCO	2	ALTO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
BRASILEIRÃO SÉRIE B NO PREMIERE PLAY	NÃO	IN LOCO	1	ALTO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
BRASILEIRÃO SÉRIE C NO DAZN	SIM	IN LOCO	0	BAIXO	PRÓPRIO	PRÓPRIA
LIGA DOS CAMPEÕES NO EI PLUS	NÃO	ESTÚDIO	0	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
LIGA DOS CAMPEÕES NO FACEBOOK WATCH	SIM	ESTÚDIO	0	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
PREMIER LEAGUE NO WATCH ESPN	NÃO	ESTÚDIO	1	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
PREMIER LEAGUE NO DAZN	SIM	ESTÚDIO	0	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
SERIE A (ITALIANO) NO DAZN	SIM	ESTÚDIO	0	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
LIGUE 1 (FRANCÊS) NO DAZN	SIM	ESTÚDIO	0	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
BUNDESLIGA (ALEMÃO) NO FOX SPORTS	NÃO	ESTÚDIO	0	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
LA LIGA (ESPAÑHOL) NO FOX PLAY	SIM	ESTÚDIO	0	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA
LA LIGA (ESPAÑHOL) NO WATCH ESPN	NÃO	ESTÚDIO	0	ALTO	OUTRO	PRÓPRIA

Fonte: Elaborada pelo autor (2019).

A partir destes resultados, é possível fazer agrupamentos por exibidoras. Para um entendimento visual mais claro, o primeiro pilar possui um gráfico (exclusividade de transmissão no *streaming*); o segundo possui três (presença de narrador e comentarista, presença de repórter e número de câmeras); o terceiro e quarto pilar possuem um gráfico cada.

Gráfico 1 - Exclusividade de transmissão via *streaming*



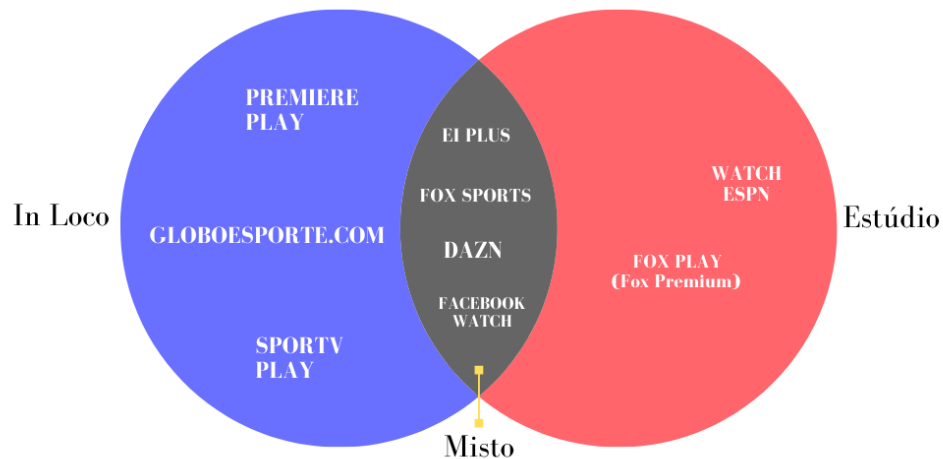
Fonte: Elaborada pelo autor (2019).

O primeiro pilar diz respeito à exclusividade da transmissão via *streaming*. Podemos observar que, a partir dos campeonatos analisados, DAZN, Fox Play (Fox Premium) e Facebook Watch exibiram os jogos vistos pelo autor com exclusividade no *streaming*. No gráfico, estão classificados como “Sim”.

Nas partidas analisadas, apenas Globoesporte.com exibe alguns jogos de maneira exclusiva e outros de maneira simultânea com a televisão. No gráfico, está classificada como “Misto”.

Fox Sports, Watch ESPN, Ei Plus, SporTV Play e Premiere Play não exibiram as partidas analisadas de forma exclusiva no *streaming*. No gráfico, estão classificados como “Não”.

Gráfico 2 - Presença de narrador e comentarista (*in loco* ou estúdio)



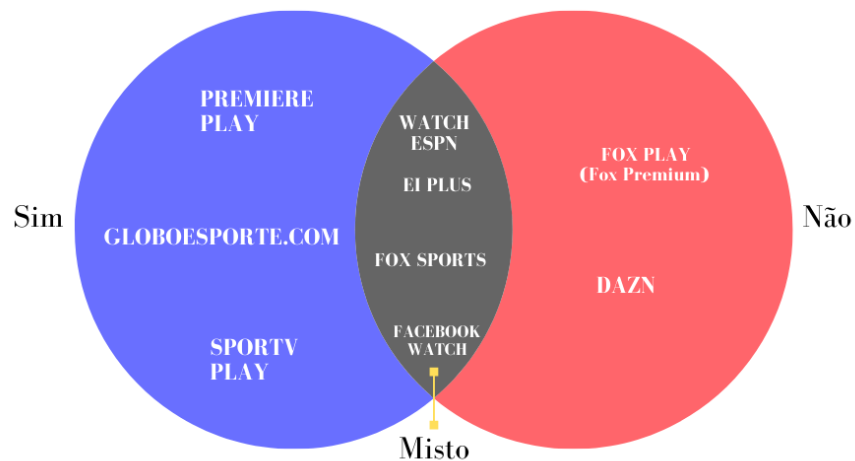
Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Quanto ao segundo pilar, sobre profissionais e estrutura técnica, Premiere Play, SporTV Play e Globoesporte.com contaram com a presença de narrador e comentarista *in loco* nas partidas analisadas de todos os campeonatos. Por tanto, estão classificados como “*In loco*” no gráfico.

EI Plus, Fox Sports, DAZN e Facebook Watch contaram com a presença *in loco* em algumas partidas analisadas, nas demais estúdio. Estão classificados como “Misto”.

Watch ESPN e Fox Play (Fox Premium) contaram com a presença de narrador e comentarista no estúdio nas partidas analisadas de todos os campeonatos. Por tanto, estão classificados como “Estúdio” no gráfico.

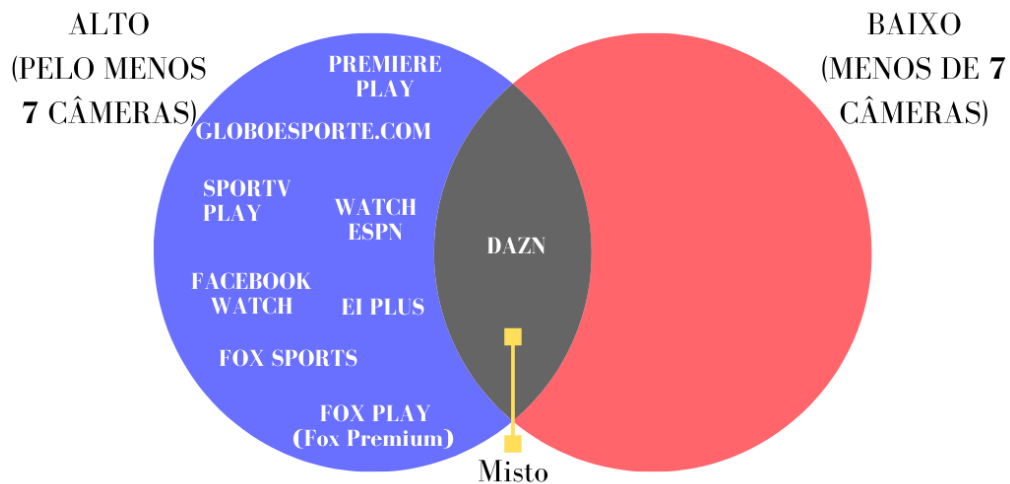
Gráfico 3 - Presença de repórter



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Ainda a respeito do segundo pilar, com base na partida assistida, as empresas que contam com um ou mais repórteres estão classificadas como “Sim”. As que contam com reportagem apenas em alguns campeonatos estão classificadas como “Misto”. A transmissora que não conta com repórteres em suas transmissões analisadas está classificada como “Não”.

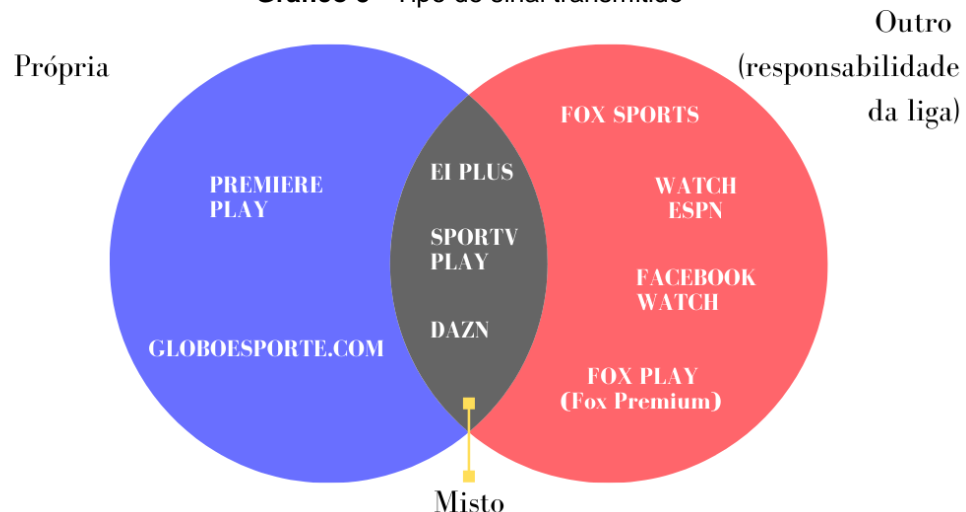
Gráfico 4 - Número de câmeras



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

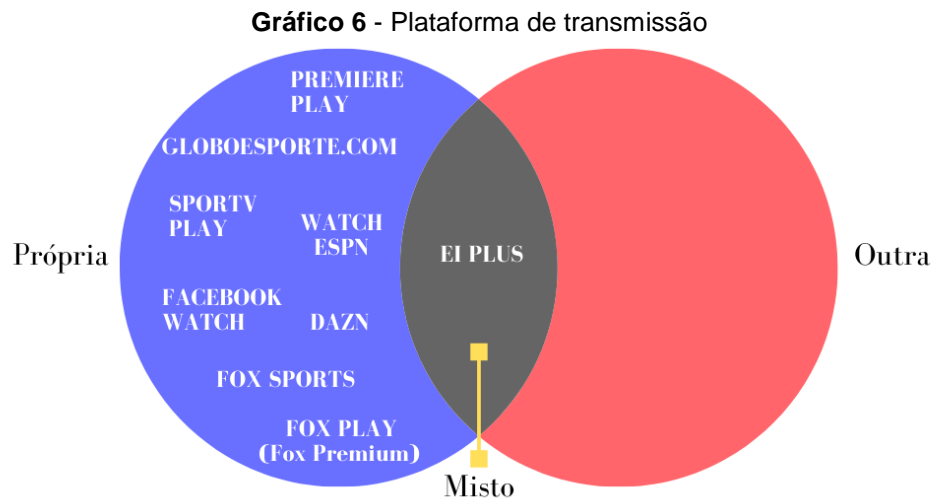
Seguindo no segundo pilar, o trabalho considerou o número de câmeras de uma partida sendo alto com sete ou mais câmeras; baixo, com seis ou menos câmeras. “Misto” é a classificação para canais que, dependendo da partida ou campeonato analisado, se adequam nas duas categorias.

Gráfico 5 - Tipo de sinal transmitido



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

O terceiro pilar analisa se sinal da transmissão ser gerado ou não pela emissora. Foram classificadas como “Própria” as plataformas com sinal próprio. “Misto”, com sinal próprio em alguns campeonatos analisados e gerado por outra empresa em outros. “Outro”, por fim, para plataformas que só exibem sinais gerados por outras empresas.



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

No quarto e último pilar, plataforma de transmissão, com base na partida assistida, estão classificados como “Própria” as empresas que contam com sua própria plataforma. “Mista” as que exibem partidas em mais de um tipo de plataforma (uma própria e outra não).

5 PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO

Com base nos resultados obtidos nas partidas analisadas e a partir das diferenças e semelhanças encontradas, este estudo propôs três grandes categorias que representam as formas de transmissão de futebol via *streaming* atualmente no Brasil. Os membros de cada uma dessas categorias possuem padrões próximos na forma de transmissão. É claro que cada componente desses grupos não é igual a nenhum outro, porém, é possível traçar paralelos que permitem agrupar campeonatos e canais da seguinte maneira:

5.1 CATEGORIA 1 – O REFLEXO DA TELEVISÃO

Presentes nesse grupo: Brasileirão Série A no SporTV Play, Brasileirão Série A no Premiere Play, Brasileirão Série A no EI Plus, Copa do Brasil no SporTV Play, Libertadores no SporTV Play, Libertadores no Fox Sports, Estaduais no SporTV Play, Estaduais no Premiere Play, Brasileirão Série B no SporTV Play, Brasileirão Série B no Premiere Play.

Observa-se que todas as transmissões analisadas de SporTV Play e Premiere Play estão nessa categoria. Os dois canais do Grupo Globo ainda tem forte vínculo com a televisão, pois é este o seu nicho principal. Para estes canais, o *streaming* serve como ferramenta adicional para o seu consumidor, não como ferramenta principal de exibição. A mesma transmissão que está acontecendo no *streaming* também está acontecendo na televisão. O mesmo padrão é encontrado nas transmissões acima citadas de EI Plus e Fox Sports.

Mas não é somente pela exibição não-exclusiva no *streaming* que estes canais estão agrupados nesta categoria. Há também uma estrutura técnica e de equipe considerada tradicional de televisão, com narrador, comentarista e reportagem *in loco*. Por serem canais cujo foco é o produto televisivo, percebe-se também no *streaming* o uso de padrões estabelecidos em transmissões televisivas tradicionais. Além disso, na grande maioria dos casos apresentados neste grupo, o sinal é gerado pelas próprias exibidoras, padrão estabelecido no tradicionalismo da TV. Portanto, entende-se que os membros deste grupo são como reflexos da televisão no *streaming*.

5.2 CATEGORIA 2 – A CARA DO *STREAMING*

Presentes nesse grupo: Brasileirão Série A no Globoesporte.com, Libertadores no Facebook Watch, Sul-Americana no DAZN, Estaduais no Globoesporte.com, Brasileirão Série C no DAZN, Liga dos Campeões no Facebook Watch, Premier League no DAZN, Serie A (Italiano) no DAZN, Ligue 1 no DAZN e La Liga no Fox Play.

Neste grupo, fica claro que as transmissões são focadas e feitas para o *streaming*, em todos os sentidos. Primeiramente porque são exibidas exclusivamente on-line, não a transmissão televisiva destes jogos. Além disso, é possível de observar que a estrutura técnica e de profissionais envolvidos na transmissão leva, em parte dos casos, um padrão diferente do tradicional. Ainda existem exemplos de como a estrutura tradicional da equipe de transmissão é mantida, como no caso do Globoesporte.com. Porém, ficam muito mais latentes exemplos como o do DAZN, que não utiliza equipe de reportagem mesmo com narrador e comentarista presentes no estádio, algo difícil de ser imaginado em uma transmissão tradicional de TV.

Assim como na parte estrutural, nesta categoria existem modelos diferentes na maneira como sinal é gerado. Aspecto que só fortalece a liberdade para realizar o evento da maneira que melhor se encaixa na circunstância do on-line.

Ou seja, nesta categoria há uma possibilidade maior de adequação na forma de transmissão para melhor atender o campeonato em questão. As amarras da televisão são desfeitas e o mais importante, aqui, é transmitir para o *streaming* de maneira simples e que se adequem às condições de cada empresa e campeonato, mesmo que o convencional jornalisticamente não seja mantido.

5.3 CATEGORIA 3 – CONCEITOS MISTOS

Presentes nesse grupo: Liga dos Campeões no El Plus, Premier League no Watch ESPN, Bundesliga no Fox Sports e La Liga no Watch ESPN.

Em comum, todos desta categoria têm o seu foco nos seus canais de televisão fechada. Não há exibição exclusiva para o *streaming*, apenas a reprodução do mesmo conteúdo da TV – algo próximo ao encontrado na Categoria 1. Porém, assim como na Categoria 2, não há a prioridade em apresentar um evento com uma

equipe de transmissão considerada tradicional. Com um pontual exceção da Premier League no Watch ESPN, que utilizou um repórter na partida analisada, todos estes jogos foram apresentados sem a presença de um repórter.

Ao mesmo tempo em que foge do tradicional na equipe, o número de câmeras (por ser gerado por terceiros) segue um padrão de uma transmissão de TV convencional. Em comum também, todos os campeonatos exibidos são estrangeiros, o que dificulta a presença de equipe *in loco* e, por isso, todos jogos analisados foram feitos em estúdio.

O padrão encontrado nesta categoria comporta elementos em comum com a Categoria 1, como o foco na exibição televisiva, utilizando o digital apenas como mais uma opção para o consumidor. Outrossim, conceitos encontrados na Categoria 2, como a falta da necessidade de se manter no padrão convencional de uma transmissão. Os conceitos desta categoria, dentro de todas as suas especificidades, são considerados mistos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O avanço das tecnologias, sem dúvidas, permitiu que mais agentes pudessem ter a oportunidade de se consolidar como possibilidade de veiculação do evento que é uma transmissão de futebol. Uma certeza que motivou este trabalho permanece até o seu desfecho: nunca houve tantas formas e plataformas disponíveis para se construir uma narrativa em uma partida de futebol.

Este fenômeno pode ser um embrião de um mercado de jornalismo esportivo mais forte, plural e sadio. Ao passar do tempo, mais empresas apresentarão diferentes visões e atrairão diferentes perfis de jornalistas e consumidores.

Após um semestre desde a ideia até a conclusão deste trabalho, foi um desafio para o autor organizar todos os conceitos de transmissão de maneira que demonstrassem a grande dissonância que é possível ter dentro de um mesmo produto. É claro que uma partida de cada plataforma em cada campeonato é um pequeno recorte, não um retrato completo de todas as variáveis. Aproveito para ressaltar que existem diversas variações dentro dos próprios pilares propostos por este trabalho, assistindo a diferentes partidas dos mesmos campeonatos e plataformas. De fato, o foco maior deste recorte é mapear possibilidades, pois são nestas possibilidades que novas formas de se construir narrativas estão sendo apresentadas.

Todos os elementos envolvidos neste trabalho, desde a compra de direitos esportivos, passando pelo número de profissionais envolvidos até as formas de veiculação das plataformas mostram que mesmo em um pequeno recorte podemos mapear um cenário.

Em geral, empresas já consolidadas, como a Globo, têm o poder de construir diferentes plataformas para diferentes nichos de público, além de maior poder aquisitivo para adquirir campeonatos que mais impactam na relação do torcedor de clubes de massa brasileiros. Um poderio financeiro permite manter um número de profissionais ao menos razoável e próximo ao do modelo considerado tradicional, em todos os seus produtos. Empresas nativas do *streaming*, como o DAZN, estão buscando angariar o máximo de tipos de público possível com campeonatos, em grande parte, periféricos, mas com grande abrangência de públicos consumidores. Nota-se o custo mais barato nas transmissões, haja vista que eles não utilizam repórteres. Canais com tradição na televisão fechada e exemplos de conceito misto,

como a ESPN e a Fox Sports, estão buscando em competições estrangeiras ou internacionais o seu território. Nestes casos, o custo de compra do campeonato é o grande entrave, já que a transmissão por si só envolve, em grande parte, apenas profissionais no estúdio.

A variação de repórteres, de câmeras e de plataformas faz parte de só um exemplo de como uma história pode ser contada com diferentes recursos e conceitos. É claro que quanto mais jornalistas e pontos de imagem envolvidos, melhor será a entrega do produto jornalístico e audiovisual. Entretanto, não devemos desprezar o mais simples como uma forma de pluralidade e variedade de opções para se consumir futebol.

Na categorização, foi possível perceber que as três categorias propostas tangenciam-se em alguns momentos. Não há regra ou um padrão claro definido por cada uma das transmissões. Existem elementos, no entanto, que as tornam semelhantes, e conceitos que podem ser relacionados. Realizar esta categorização serve para enxergarmos de maneira mais clara as possibilidades que este ramo oferece e os seus possíveis rumos para um futuro próximo.

É certo que o ramo está em constante evolução. Novas formas de transmissão e novos campeonatos estão entrando no *streaming* com grande velocidade. Para o autor deste trabalho, essa análise tem como objetivo auxiliar o entendimento deste mercado na atualidade. Mesmo que a mudança neste cenário ocorra em um futuro breve, entender o que está acontecendo hoje é o primeiro passo para se adequar ao que virá amanhã.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Marcela Rodrigues do. **O valor do Netflix para o consumidor brasileiro**. Orientadora: Marisol Rodriguez Goia. 2016. 67 f. Dissertação (Mestrado). Gestão Empresarial, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2016.
- BANDEIRA, Gustavo Andrada. **“Eu canto, bebo e brigo...alegria do meu coração”**: currículo de masculinidades nos estádios de futebol. Orientador: Guacira Lopes Louro. 2009. 127 f. Dissertação (Mestrado em Educação). Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006. 188 p.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARRINHA, André; NUNES, Ivan. O futebol e a globalização. **Futebol e Relações internacionais**, Coimbra, v. 2, n. 1, 127-140, jun. 2004.
- BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático**: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos. Orientador: Prof. Dr. Laan Mendes de Barros. 2008. 151 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Comunicação Social, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2008.
- BOURG, Jean François; GOUGUET, Jean-Jacques. **Économie du sport**. Paris: La Découverte, 2012.
- BRITTOS, Valério Cruz. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. Orientador: Dr. Sérgio Mattos. 2001. 425f. Tese (Doutorado). Programa de Pós Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2001.
- CÂMARA, Rosana Hoffman. Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. **Gerais, Rev. Interinst. Psicol.**, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 179-191, jul. 2013.
- CERTEAEU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- CHAVES, Rafael Alberico. **Os torcedores do futuro**: as motivações que levam jovens paulistanos a se envolver com clubes de futebol da Europa. Orientador: Leandro Carlos Mazzei. 2016. 99 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Programa de Mestrado em Administração e Gestão do Esporte, Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2016.
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2004.
- DA MATTA, Roberto. **Universo do Futebol**: Esporte e Sociedade Brasileira. Rio de Janeiro: Edições Pinakotheke, 1982.

DAMO, Arlei Sander. Senso de jogo. **Esporte e sociedade**, [S.L.], v. 3, n. 7, p. 1-43, nov. 2005.

DIAS, Emerson S.; LIMA, Carlos Guilherme C. Da emoção à descrição: A História da narração esportiva no rádio. *In*: VIII Encontro Nacional da História da Mídia, 8., 2011, Guarapuava. **Anais...** Guarapuava: Alcar, 2011. p. 1-11.

FAHLE, Oliver. **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

FECHINE, Yvana. Televisão e estesia: considerações a partir das transmissões diretas da Copa do Mundo. **Significação - Revista Brasileira de Semiótica**, São Paulo, v. 29, n. 17, p. 11-37, 2002.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Suzzato, 2001.

FERREIRA, João Fernando Pelho. **De (pre)potência olímpica à “invenção” do país do futebol**: A política para os esportes do governo Emílio Garrastazu Médici (1969- 1974). Orientadora: Maria Izilda Santos de Matos. 2014. 218 fls. Tese (Doutorado em História). Pontifícia Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

FRANCO, Hilário Junior. **A dança dos deuses**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GAILLARD, Philippe. **O jornalismo**. São Paulo: Europa-américa, 1974.

GASPARINO, Henrique. **Estudo da transmissão esportiva na televisão Brasileira**. Orientador: Antônio Francisco Magnoni. 2013. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HELAL, Ronaldo; AMARO, Fausto. **Esporte e mídia: novas perspectivas – A influência da obra de Hans Ulrich Gumbrecht**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2015.

HOINEFF, Nelson. **A nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1996.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KFOURI, Juca. A retumbante vitória dos clubes. **Revista Placar**, v. 18, n. 902, p. 8-17, 1987.

LEAL, Bruno Souza; VALLE, Flávio Pinto. Informação e imagem no telejornal: reflexões sobre um regime de visibilidade. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 32, n. 1, p. 129-145, jan./jun. 2009.

LEAL, Ubiratan. Crise, revolução e traição. **Trivela**, [S.L.], 21 abr. 2017. Disponível em: <https://trivela.com.br/crise-revolucao-e-traicao>. Acesso em: 10 nov. 2019.

LOTZ, Amanda. Rethinking meaning making: watching serial TV on DVD. **Flow journal**, Michigan, 22 sept. 2006. Disponível em: <http://www.flowjournal.org/2006/09/rethinking-meaning-making-watching-serial-tv-on-dvd>. Acesso em: 15 jun. 2016.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001.
MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação: como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1974.

MELO, Victor Andrade de. Futebol: que história é essa?!. *In*: CARRANO, Paulo César Rodrigues (Org.). **Futebol: paixão e política**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000, p. 11-28.

MORATO, Márcio Pereira. A dinâmica da rivalidade entre pontepretanos e brugrinos. *In*: DAOLIO, Jocimar (Org.). **Futebol, cultura e sociedade**. Campinas: Autores Associados, 2005, p.73-104.

MURRAY, Janet H. **Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Unesp, 2003.

POLETTO, Thays Renata *et al.* A transmissão esportiva no rádio. *In*: EVINCI – Evento de Iniciação Científica, 2015, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UNIBRASIL, 2015.

PROCHNIK, Luisa. O futebol na telinha: a relação entre o esporte mais popular do Brasil e a mídia. *In*: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 25., 2010, Vitória. **Anais...** Vitória: INTERCOM, 2010.

RAMOS, Roberto. **Futebol: ideologia do poder**. Petrópolis: Vozes, 1984.

RIBAS, Lycio Vellozo. **O Mundo das Copas**. São Paulo: Lua de Papel, 2010.

ROCHA, Edson Gomes da. **Netflix o próximo passo da evolução televisiva**. Orientadora: Lúcia Santaella. 2016. 82 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital). Pontifícia Univerisdade de São Paulo, São Paulo, 2016.

ROWE, David. The global love-match: sport and television. **Media, Culture & Society**, [S.L.], v. 18, n. 4, p. 565-582, 1996.

SANT'ANNA, Cleverson de Mello. **O futebol mineiro no rádio**. Orientadora: Kátia de Lourdes Fraga. 2007. 63 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social). Departamento de Artes e Humanidades, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. **A consolidação de um monopólio de decisões**: a Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol. Orientador: Ronaldo Cesar Henn. 2013. 273 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale dos Sinos, São Leopoldo, 2013.

SANTOS, Rufino dos. **História Política do Futebol Brasileiro**. Brasília: Brasiliense, 1981.

SAVENHAGO, Igor José Siqueiri. Futebol na TV: evolução tecnológica e linguagem do espetáculo. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 25, n. 58, p. 22-31, jan.-abr. 2011.

SCOLARI, Carlos. **Hacer Clic**: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales. Barcelona: Gedisa, 2004.

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

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

SOUZA, Flaviana de Cerqueira. **Função Social do Jornalismo Esportivo**: Uma Análise dos Programas Globo Esporte e Esporte Espetacular. Orientador: Severino Francisco da Silva. 2006. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo). Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2006.

STREAPCO, João Paulo França; RUBIO, Kátia. Hipóteses para a popularização do futebol de São Paulo. **Revista da História do Esporte**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 1-19, jun. 2009.

SUBIOTTO, Romano; GRAF, Thomas. Analysis of the principles applicable to the review of exclusive broadcasting licences under EC Competition Law. **World Competition**, Netherlands, n. 26, v. 4, p. 589-608, 2003.

VALLE, Emmanuel do. Como o futebol internacional era transmitido para o Brasil antes das TVs a cabo. **Trivela**, [S.L.], 21 fev. 2019. Disponível em: <https://trivela.com.br/crise-revolucao-e-traicao/>. Acesso em: 10 nov. 2019.

WHANNEL, Gary. Television and the Transformation of Sport. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, United Kingdom, v. 625, n. 1, p. 205-218, set. 2009.

WISNIK, José Miguel. **Veneno remédio**: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br