

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

ANTONIO GABRIEL PEREIRA DA ROCHA

**TRANSMISSÕES DE FUTEBOL NA MÍDIA TRADICIONAL E NA
MÍDIA ALTERNATIVA: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE GETV,
PREMIERE E REDE GLOBO**

VOLTA REDONDA

2025

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**TRANSMISSÕES DE FUTEBOL NA MÍDIA TRADICIONAL E NA
MÍDIA ALTERNATIVA: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE GETV,
PREMIERE E REDE GLOBO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de Jornalismo do
UniFOA como requisito parcial para
obtenção do título de bacharel em
Jornalismo.

Aluno: Antonio Gabriel Pereira da Rocha

Prof. Dr.: Heitor da Luz Silva

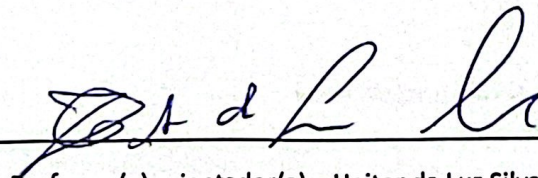
**VOLTA REDONDA
2025**

FOLHA DE APROVAÇÃO

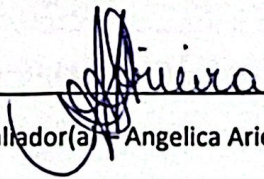
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Transmissões de futebol na mídia tradicional e na mídia alternativa: uma análise comparativa entre GETV, Premiere e Rede Globo elaborado por Antonio Gabriel Pereira da Rocha apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Jornalismo.

Aprovado em 05 de novembro de 2025

Banca Avaliadora:



Professor(a) orientador(a) – Heitor da Luz Silva, Doutor, UniFOA



Professor(a) avaliador(a) – Angelica Arieira, Mestre, UniFOA



Professor(a) avaliador(a) – Pedro Henrique Menezes, Especialista, UniFOA

Sede Administrativa:



Campus Universitário
Oleoso Galotti

Av. Duero Polivoto Areolar, 1325, Trilés Popoas | Volta Redonda - RJ
T: (24) 3340-0400 | Cep: 27240-560

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a todos que contribuíram, direta ou indiretamente, para a realização deste trabalho.

À minha companheira, Nycole Braga de Almeida, pelo apoio incondicional, pelos conselhos valiosos e por acreditar em mim em todos os momentos, tornando possível a conclusão deste projeto.

À coordenadora do curso, Angélica Arieira, pela dedicação e empenho em viabilizar meu reingresso no curso, demonstrando verdadeiro comprometimento com minha formação acadêmica.

Ao meu orientador, Heitor Luz da Silva, pela orientação atenciosa, pela paciência e pelo suporte indispensável em todas as etapas deste trabalho, permitindo que eu desenvolvesse o projeto com confiança e segurança.

Ao professor Eduardo Jorge, por ter iniciado comigo o projeto, oferecendo os primeiros direcionamentos e contribuindo de forma essencial para a base desta pesquisa.

A todos vocês, meu mais sincero agradecimento.

RESUMO

O presente trabalho aborda uma análise comparativa das estratégias de comunicação e da linguagem jornalística empregadas na transmissão de partidas de futebol na mídia tradicional (TV aberta e fechada) e nas novas mídias (*streaming*). O objetivo é identificar as divergências e as convergências na forma como o conteúdo é entregue ao público, considerando as transformações provocadas pelo avanço tecnológico e pela ascensão das plataformas digitais. A metodologia consistiu na análise comparativa de transmissões das plataformas GETV (*streaming*), Premiere (TV por assinatura) e Rede Globo (TV aberta), observando elementos como equipe de transmissão, pré-jogo, linguagem, participação do público e estrutura do intervalo. Os resultados demonstram que, embora as três plataformas mantenham a estrutura clássica do jornalismo esportivo, há diferenças quanto ao estilo e à comunicação das transmissões. Observou-se que a Rede Globo utiliza uma linguagem formal e institucional, priorizando a emoção do lance; o Premiere adota uma abordagem mais técnica e objetiva, focada na precisão analítica; e o GETV se destaca pela linguagem leve, interativa e multiplataforma, promovendo um engajamento contínuo e afetivo com o público em tempo real. Portanto, conclui-se que as transmissões esportivas no Brasil caminham para um modelo híbrido, no qual tradição e inovação coexistem, refletindo as mudanças de consumo e o papel participativo do espectador na era digital.

Palavras-chave: Transmissão Esportiva; *streaming*; Futebol; Mídia tradicional.

ABSTRACT

This study presents a comparative analysis of the communication strategies and journalistic language used in broadcasting soccer matches on traditional media (free-to-air and cable TV) and new media (streaming). The objective is to identify the divergences and convergences in how the content is delivered to the audience, considering the transformations caused by technological advancements and the rise of digital platforms. The methodology consisted of a comparative analysis of broadcasts from the GETV (streaming), Premiere (pay TV) and Rede Globo (free-to-air TV), observing elements such as the broadcasting team, pre-game, language, audience participation, and half-time structure. The results demonstrate that, although the three platforms maintain the classic structure of sports journalism, there are differences in the style and communication of the broadcasts. It was observed that Rede Globo uses a formal and institutional language, prioritizing the emotion of the moment; Premiere adopts a more technical and objective approach, focused on analytical precision; and GETV stands out for its light, interactive, and multiplatform language, promoting continuous and affective engagement with the audience in real-time. Therefore, it is concluded that sports broadcasting in Brazil is moving towards a hybrid model, in which tradition and innovation coexist, reflecting changes in consumption and the participatory role of the spectator in the digital age.

Keywords: Sports Broadcasting; Streaming; Soccer; Traditional Media.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Flamengo x Palmeiras jogo do dia 19 de Outubro de 2025.....	40
Tabela 2: Santos x Corinthians jogo do dia 15 de Outubro de 2025.....	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 A EVOLUÇÃO DAS MÍDIAS E AS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS NO BRASIL.....	10
2.1 O Jornalismo Esportivo no Brasil.....	10
2.2 A Transmissão Esportiva Na Televisão Brasileira.....	14
2.3 A Internet e a Consolidação do Streaming como Meio de Transmissão.....	16
3 O STREAMING NO BRASIL: INSERÇÃO E EVOLUÇÃO.....	20
3.1 A Chegada do Streaming ao Brasil.....	20
3.2 O Consumo de Transmissões Esportivas via Streaming.....	23
4 ANÁLISE COMPARATIVA DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS DO GETV, REDE GLOBO E PREMIERE.....	28
4.1 Análise da Transmissão do GETV.....	29
4.2 Análise da Transmissão da Rede Globo.....	31
4.3 Análise da Transmissão do Premiere.....	34
4.4 Comparativo e Considerações das Transmissões Analisadas.....	37
5 CONCLUSÃO.....	43
6 REFERÊNCIAS.....	45

1 INTRODUÇÃO

O futebol, como esporte de maior popularidade no Brasil, sempre esteve diretamente ligado aos meios de comunicação. Desde as primeiras transmissões radiofônicas, realizadas por Nicolau Tuma na década de 1930 (Soares, 1994), até a consolidação da televisão como principal veículo de difusão esportiva, o acompanhamento das partidas evoluiu significativamente, transformando-se em uma poderosa ferramenta de entretenimento e negócio. Com a popularização da televisão, o jornalismo esportivo encontrou novas formas de engajar o público e de gerar retorno financeiro, tornando-se um elemento central da programação das grandes emissoras.

Nos últimos anos, a *internet* e as plataformas de *streaming* ampliaram ainda mais as possibilidades de transmissão e consumo de eventos esportivos. A flexibilidade proporcionada pelas novas mídias permite que os torcedores acompanhem os jogos a qualquer hora e em qualquer lugar, enquanto o futebol se consolida como produto com alto potencial econômico e alcance global. Assim, a evolução tecnológica, aliada à paixão popular pelo esporte, transformou a transmissão esportiva em um fenômeno midiático, social e econômico, que será abordado nos capítulos seguintes.

A proposta da pesquisa é a análise da transformação da forma de se acompanhar o esporte com a chegada do *streaming* e como ele se diferencia das transmissões tradicionais, da TV aberta e fechada, no país. Aqui foi apresentado o percurso histórico das transmissões esportivas no Brasil, identificando suas principais mudanças, inovações e adaptações, desde o rádio, passando pela televisão, até a *internet* e o *streaming*.

A metodologia adotada inclui a análise comparativa de transmissões em mídias audiovisuais mais tradicionais e plataformas digitais, com o objetivo de destacar divergências em linguagem, estratégias comerciais e formatos de transmissão, oferecendo uma visão ampla sobre a evolução do jornalismo esportivo no contexto contemporâneo. Ao final, considerando o cenário apresentado, partiu-se da seguinte pergunta para orientar a pesquisa: existiria diferença na forma como são apresentadas as transmissões de partidas de futebol na televisão e na *internet*? Em caso afirmativo, de que natureza seriam essas diferenças? Partiu-se da hipótese de que se notariam distinções em relação à linguagem utilizada nas transmissões, ao

nível de interação com o público e às estratégias comerciais adotadas por cada tipo de mídia. Essas distinções refletiriam não apenas as mudanças tecnológicas, mas também a transformação cultural e social do consumo esportivo no Brasil, impulsionada pelo avanço das plataformas digitais e pela diversificação das formas de assistir e vivenciar o futebol.

O presente trabalho busca compreender as transformações ocorridas nas transmissões esportivas no Brasil, considerando o avanço tecnológico e a ascensão das plataformas digitais de streaming. A partir disso, pretende-se estabelecer um comparativo entre a mídia tradicional e as novas mídias, identificando como essas mudanças impactam o jornalismo esportivo, o público e o mercado da comunicação, mais especificamente as transmissões em si. Assim, os objetivos específicos são: identificar os aspectos mais importantes da evolução histórica das transmissões esportivas no Brasil; compreender de que maneira as novas tecnologias modificaram a linguagem jornalística e a experiência de consumo do público; e investigar as diferenças entre os modelos de transmissão utilizados pela mídia tradicional (TV aberta e fechada) e pelas plataformas de *streaming* a partir do GETV, Première e Rede Globo.

A escolha do tema justifica-se pela relevância crescente do *streaming* na dinâmica da comunicação esportiva e pela necessidade de compreender como essa tecnologia tem alterado o modo de consumir e produzir conteúdo jornalístico no Brasil. O futebol, elemento central da cultura nacional, sempre manteve forte vínculo com os meios de comunicação, que contribuíram para consolidar o esporte como fenômeno social e econômico. No entanto, a ascensão das plataformas digitais como Prime Video e GETV têm modificado significativamente o cenário midiático, promovendo novas formas de interação e participação do público.

Dessa forma, o estudo se torna pertinente ao propor uma reflexão sobre o processo de transição entre a mídia tradicional e a mídia alternativa, analisando como o jornalismo esportivo se adapta às novas demandas do público e às exigências de um mercado cada vez mais competitivo e tecnológico. Além disso, a pesquisa contribui para ampliar o debate acadêmico acerca da relação entre comunicação, esporte e inovação digital, oferecendo subsídios teóricos e práticos para compreender a reconfiguração das transmissões de futebol na contemporaneidade.

O presente trabalho está estruturado em três capítulos. O primeiro trata da evolução das mídias e das transmissões esportivas no Brasil, abordando desde o surgimento do jornalismo esportivo até a consolidação da televisão e o impacto da *internet* no consumo de futebol. O segundo capítulo discute o *streaming* no Brasil, sua chegada, inserção e crescimento como meio de transmissão esportiva, destacando suas características e transformações no comportamento do público. O terceiro desenvolve a análise comparativa das transmissões realizadas pelo GETV, Rede Globo e Premiere, identificando diferenças de linguagem, formato, interação e estratégias de comunicação.

2 A EVOLUÇÃO DAS MÍDIAS E AS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS NO BRASIL

O presente capítulo aborda a trajetória do jornalismo esportivo brasileiro, demonstrando como a evolução tecnológica dos meios de comunicação moldou a cultura do futebol. Inicialmente restrito aos jornais impressos e a algumas modalidades, o futebol conquistou espaço com o rádio, que permitiu transmissões detalhadas e aproximou o público do esporte, ampliando sua popularidade e relevância social.

Com a televisão, o futebol tornou-se um espetáculo coletivo, oferecendo imagens em tempo real e fortalecendo sua dimensão cultural e identitária. Posteriormente, a *internet* introduziu novas formas de interação, portais de notícias e web rádios, democratizando o acesso à informação esportiva e promovendo maior engajamento do público. Por fim, o *streaming* potencializou essa experiência, permitindo consumo sob demanda, transmissões ao vivo e liberdade de escolha, consolidando o futebol como fenômeno cultural, social e midiático no Brasil.

2.1 O Jornalismo Esportivo no Brasil

O jornalismo esportivo constitui uma vertente especializada da comunicação que, embora compartilhe as técnicas e princípios fundamentais do jornalismo tradicional, como a apuração, a verificação e o compromisso com a veracidade, possui características próprias que a diferenciam das demais editorias. Segundo Borelli (2002), essa área detém maior autonomia dentro do campo jornalístico em razão de sua natureza associada ao entretenimento, o que lhe confere certa liberdade em relação aos padrões rígidos dos manuais de redação.

Apesar dessa autonomia, a essência do jornalismo esportivo mantém-se alinhada aos propósitos centrais da profissão. Para Barbeiro e Rangel (2006), embora seja frequentemente confundido com mero entretenimento, o jornalismo esportivo tem a responsabilidade de informar e contextualizar o esporte para o público, exigindo dos profissionais não apenas domínio das técnicas jornalísticas, mas também conhecimento aprofundado sobre as modalidades que cobrem. Essa especialização, como destaca Borelli (2002), é essencial para que o jornalista compreenda e traduza com precisão as dinâmicas do jogo e os aspectos técnicos do esporte, garantindo assim credibilidade à informação transmitida.

Paulo Vinícius Coelho (2003) reforça essa necessidade de domínio do tema ao afirmar que o repórter esportivo deve conhecer o assunto que aborda para conseguir extrair do entrevistado respostas significativas e produzir conteúdo relevante. O autor alerta, entretanto, que o conhecimento técnico do esporte deve vir acompanhado das competências jornalísticas, de modo que a informação seja transformada em narrativa clara, precisa e acessível ao público.

Outro traço distintivo dessa editoria é a presença da emoção como elemento narrativo. Barbeiro e Rangel (2006) reconhecem que a cobertura esportiva envolve naturalmente a emoção, mas ressaltam que cabe ao jornalista equilibrar o entusiasmo e a imparcialidade, evitando a espetacularização excessiva que possa comprometer a ética profissional. Nesse sentido, o jornalismo esportivo cumpre a dupla função de informar e entreter, traduzindo o esporte em linguagem jornalística sem perder o vínculo afetivo que o caracteriza.

O interesse do público pelo jornalismo esportivo se explica pela relevância social e cultural do esporte no Brasil. Como observa Gonçalves (2005), “resgatar a memória da cultura esportiva é compreender os laços que unem o presente com o passado”, mais do que simples competições, as práticas esportivas constituem um fenômeno coletivo capaz de mobilizar identidades, paixões e narrativas nacionais. A mídia desempenha papel central nesse processo. Savenhago (2011) explica que a televisão “usa uma linguagem de espetáculo, que gera no telespectador um processo de identificação com o que está sendo veiculado: desperta a emoção” (SAVENHAGO, 2011, p. 26). Além disso, como destaca Savenhago (2011), o futebol se consolidou como “um grande espetáculo de massa” (p. 23), assim, o jornalismo esportivo não apenas divulga resultados, mas também constrói sentidos e memórias em torno do esporte, consolidando-o como um dos principais temas do jornalismo contemporâneo.

A compreensão desse fenômeno exige observar sua trajetória histórica no país e a forma como os meios de comunicação contribuíram para consolidar o jornalismo esportivo como uma das principais editorias da imprensa brasileira.

A trajetória do jornalismo esportivo encontra suas raízes na cobertura de diferentes modalidades ao longo do século XIX, quando a imprensa começou a dar atenção aos eventos esportivos de forma mais estruturada. A primeira área a receber uma cobertura mais elaborada dos veículos impressos foi o hipismo, na

França, ainda no século XIX. Segundo Fonseca (1997), a grande imprensa só passou a dar espaço a esses esportes em 1875, em um momento de mudanças sociais e de crescimento de modalidades populares, já que, até então, apenas notas sobre boxe, iatismo e esgrima eram registradas. Por isso, os pioneiros do jornalismo esportivo surgiram nos jornais populares.

Enquanto os primórdios do jornalismo impresso no Brasil davam pouca atenção aos esportes, focando-se em modalidades como surfe, ciclismo, hipismo, remo, boxe, iatismo e esgrima (Fonseca, 1997; Ribeiro, 2007), o futebol começou a conquistar seu espaço no final do século XIX. Em São Paulo, jornais como o *Fanfulla* cobriam o esporte, impulsionados pela colônia italiana e pelo time Palestra Itália (futura Sociedade Esportiva Palmeiras). A imprensa paulista, notadamente o "Estado de São Paulo", foi pioneira em dar destaque ao futebol, contando com nomes como Mario Cardim e Charles Miller (MUSEU DO FUTEBOL, 2023).

A criação da Liga Paulista de Futebol e a organização do primeiro campeonato oficial marcaram o momento em que a imprensa passou a reconhecer a relevância social do futebol no Brasil. Como afirma Magalhães (2010, p. 16), "a Liga Paulista de Futebol, por exemplo, surgiu em dezembro de 1901; o primeiro Campeonato Paulista foi realizado em 1902. Nessa época, era forte a presença feminina na plateia, já que, insistimos, esse era um passatempo da elite, um espaço de sociabilidade dessa classe.". A autora também ressalta que, enquanto permaneceu sob domínio das elites, "o caráter amador do esporte seria mantido, a fim de manter, assim, sua restrição a essa classe" (MAGALHÃES, 2010, p. 16), evidenciando que apenas transformações sociais e econômicas posteriores permitiriam sua difusão às camadas populares.

No Rio de Janeiro, que era a Capital Federal na época, o interesse pelo futebol espelhou o crescimento observado em São Paulo, garantindo mais espaço para o esporte nas mídias impressas. Essa popularidade fez com que diversos clubes que historicamente se dedicavam a outras modalidades, como os de regatas, adotassem o futebol em suas atividades diárias. Livia Gonçalves Magalhães exemplifica essa transição em seu livro *Histórias do Futebol*, mencionando o caso de clubes cariocas como Vasco da Gama e Flamengo, que incorporaram o futebol em seu escopo, ainda segundo Magalhães (2010).

O jornalismo esportivo brasileiro, especialmente voltado ao futebol, teve seus primeiros registros na cobertura das Copas de 1930 e 1934, realizadas exclusivamente pelos periódicos impressos (Souza, 2018). Antes disso, a cobertura de eventos esportivos no país se limitava a periódicos impressos que tratavam de modalidades como surfe, ciclismo, hipismo, remo, boxe, iatismo e esgrima, sem espaço significativo para o futebol (Ribeiro, 2007; Fonseca, 1997).

Contudo, foi o rádio que solidificou a relação do brasileiro com o futebol e o jornalismo esportivo. A primeira transmissão esportiva completa ocorreu em 19 de julho de 1931, quando a narração de Tuma, conhecida como lance por lance, da partida entre São Paulo e Paraná revolucionou a transmissão esportiva da época e abriu precedente para que outras transmissões com este método fossem realizadas (Gasparino, 2013). Além disso, Gasparino (2013, p. 12) afirma que “a narração esportiva radiofônica inaugurou uma nova forma de presença do futebol no cotidiano das famílias”, permitindo que a emoção da partida fosse transmitida para dentro dos lares. Assim, o rádio transformou a cobertura esportiva, fazendo com que a emoção e a velocidade do jogo chegassem a milhões de lares.

A consolidação do rádio como meio de transmissão se deu pela Copa do Mundo de 1938 que marcou a primeira vez que jogos da Seleção Brasileira foram transmitidos. Além disso, o rádio foi o único canal de cobertura para o público na Copa de 1950 (o Maracanazo) e nos bi-campeonatos de 1958 e 1962 (Souza, 2018). Mesmo nas Copas de 1962 e 1966, a televisão não tinha o impacto imediato, pois as imagens chegavam com atraso ao país (Ribeiro, 2007).

O verdadeiro ponto de inflexão na história do jornalismo esportivo brasileiro ocorreu com a Copa do Mundo de 1970 (México), quando a televisão ganhou protagonismo como importante meio de comunicação de massa. Ao introduzir a imagem na experiência do torcedor, a TV superou a natureza imaginativa do rádio, transformando o futebol em um verdadeiro espetáculo visual. Essa mudança tecnológica não apenas popularizou o esporte em uma escala inédita, mas também alterou a própria essência da cobertura, estabelecendo um padrão que vai além da notícia (Gasparino, 2013).

2.2 A Transmissão Esportiva Na Televisão Brasileira

As transmissões esportivas no Brasil tiveram início no rádio, meio responsável por consolidar o futebol como o esporte mais popular do país. Nicolau Tuma, considerado pioneiro, realizou em 1931 a primeira narração completa de uma partida, descrevendo lance a lance durante os 90 minutos, modelo que se tornou referência para o jornalismo esportivo (Soares, 1994). Com o tempo, novos recursos passaram a ser incorporados, como a presença de comentaristas nas transmissões, ampliando a forma de narrar os jogos. Nesse sentido, Savenhago (2011) relata que, com o sucesso do futebol, os donos dos veículos de comunicação, em busca de maior audiência, compreenderam que era necessário ampliar os canais de divulgação do esporte.

O marco inicial das transmissões esportivas televisivas ocorreu em 1950, poucos meses após a inauguração da TV Tupi, quando foi exibida uma partida entre Palmeiras e São Paulo (Gasparino, 2013). Embora restrita a uma pequena elite, devido ao alto custo dos aparelhos (Magalhães, 2010), o futebol já ocupava um espaço privilegiado na nova mídia, reproduzindo o papel de destaque que antes tinha no rádio. Antes desse momento, a população brasileira acompanhava os jogos da seleção nacional pelo rádio, com narrações emocionantes que se utilizavam do recurso da imaginação para estimular os ouvintes (Helal; Amaro, 2012).

Em 21 de novembro de 1965, a principal emissora de televisão do país, a Rede Globo, que continua sendo a mais influente nas transmissões de campeonatos nacionais, realizou sua primeira exibição integral de uma partida de futebol. O amistoso entre Brasil e União Soviética terminou empatado em 2 a 2 no Maracanã e foi narrado por Teixeira Heizer (Benedito, 2023). A transmissão, entretanto, não ocorreu ao vivo: o confronto foi filmado e, posteriormente, veiculado com narração sobre as imagens editadas, duas horas após o término da partida (MEMÓRIA GLOBO, 2022).

Conforme destaca Savenhago (2011, p. 22), “a primeira transmissão de uma Copa do Mundo de Futebol pela televisão, para o Brasil, foi em 1970”. Com esse avanço da televisão, a Copa do Mundo de 1970, no México, marcou um divisor de águas na relação entre esporte e mídia, sendo a primeira vez que um grande evento esportivo recebeu ampla cobertura televisiva no Brasil. Nesse sentido, Gasparino (2013, p. 11) observa que o jornalismo esportivo, “quando movido por uma causa,

tem o poder de influenciar toda a massa”, evidenciando a capacidade de sua influência com a popularização da televisão, que transformou o ato de assistir aos jogos em um ritual coletivo nas casas brasileiras. Além disso, a conquista do tricampeonato pela Seleção Brasileira consolidou a força simbólica dessa Copa para a cultura esportiva do país. Como afirma Savenhago (2011, p. 27), “em 1970, porém, a conquista do tricampeonato mundial pela Seleção consagrou Pelé, definitivamente, como um mito do esporte”, reforçando o caráter histórico do evento.

A partir desse momento, os espectadores puderam vivenciar os jogos de futebol assistindo em tempo real as jogadas, dribles e gols sem saírem de suas casas, o que transformou o ato de assistir futebol em uma experiência coletiva, compartilhada entre familiares e amigos reunidos diante da tela. Neste momento, o jornalismo esportivo passou a ser parceiro inseparável da TV no Brasil (Silva, 2010), o que mostra a relação cultural da sociedade com o futebol.

Além disso, a popularidade do futebol na TV trouxe efeitos sociais importantes. Em Copas do Mundo, por exemplo, o país praticamente parava diante das telas, e ruas inteiras eram decoradas de verde e amarelo, reforçando a noção de identidade nacional. Dessa forma, a televisão não apenas transmitia os jogos, mas ajudava a construir um sentimento de pertencimento coletivo, no qual o futebol era mais do que um esporte: era parte da cultura e da memória nacional (Magalhães, 2010).

Outro avanço relevante para a televisão esportiva foi o surgimento da TV por assinatura. Criada nos Estados Unidos na década de 1940, essa modalidade chegou ao Brasil somente no fim dos anos 1980. As primeiras transmissões ocorreram por meio dos canais MTV e CNN (ABTA, 2023). Em 23 de fevereiro de 1988, durante o governo de José Sarney, o Decreto nº 95.744/1988 regulamentou oficialmente o Serviço Especial de Televisão por Assinatura no país (BRASIL, 1988).

Nos anos seguintes, os canais esportivos começaram a ganhar espaço. Em 1989, foi lançado o Canal + (que mais tarde se tornaria a ESPN Brasil) retransmitindo, em TV aberta nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, o sinal da ESPN internacional. Essa retransmissão permaneceu até 1991, quando foi criada a TVA, transformando o canal em uma emissora por assinatura (NATELINHA, 2016).

Hoje, em 2025, o público brasileiro conta com uma variedade de canais voltados ao esporte, como ESPN Brasil (Disney), SporTV (Globo), BandSports

(Grupo Bandeirantes) e TNT Sports (Warner), entre outros. Essa expansão demonstra a consolidação da televisão esportiva e o interesse crescente das emissoras em explorar o potencial econômico do futebol.

O sucesso de audiência fez com que as emissoras passassem a exercer grande influência sobre os campeonatos. Como descreve Savenhago (2011, p. 23), “as emissoras, principalmente a TV Globo, passaram a exercer pressão cada vez maior no planejamento de um campeonato, reivindicando o direito de interferir na criação do regulamento e na determinação dos horários e locais dos jogos, de forma a adequá-los à grade de programação.” Essa atuação evidencia como a transmissão televisiva passou a moldar o próprio formato das competições. Durante as Copas do Mundo, essa força torna-se ainda mais evidente: segundo Jimenez e Saito (2002), a TV Globo pagou cerca de 380 milhões de dólares pelos direitos exclusivos das Copas de 2002 e 2006, apostando em retorno financeiro e de audiência (Savenhago, 2011).

Com o passar dos anos, a televisão popularizou-se e ampliou seu alcance a todas as classes sociais, tornando-se um dos meios de comunicação mais acessíveis do país, com programação disponível praticamente 24 horas por dia. Essa democratização do acesso, somada à associação com o futebol, consolidou a TV, ampliando a circulação de informações e o alcance do futebol. Isso ajuda a compreender por que Souza (2006) acredita que a evolução da imprensa esportiva se deve ao sucesso do futebol, enquanto Savenhago (2011) acrescenta que, há muito tempo, a TV estuda e aprimora os seus meios para ter lucro com o futebol.

Atualmente, a televisão consolidou-se como um dos principais meios de comunicação no Brasil, estando presente em quase todos os lares. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2023, havia pelo menos uma televisão em 94,3% do total de domicílios permanentes do país, o que gira em torno de 73,9 milhões de domicílios.

2.3 A Internet e a Consolidação do Streaming como Meio de Transmissão

A televisão, inicialmente, foi responsável por tornar o futebol um espetáculo coletivo, aproximando a população da prática esportiva e consolidando o interesse cultural pelo esporte. Com o avanço da *internet* essa experiência se ampliou, oferecendo múltiplas formas de interação, circulação de informações e construção

de narrativas em tempo real. Assim, o esporte deixou de ser apenas um evento transmitido para se tornar também um espaço de participação e pertencimento coletivo, no qual os torcedores vivenciam o espetáculo de forma ativa, reafirmando sua identidade cultural e social (MAGALHÃES, 2010; MOURA, 1998).

Nesse contexto, o jornalismo encontrou na *internet* novas possibilidades de expansão, revolucionando o modo de realizar transmissões. O ambiente digital não apenas ampliou o alcance das informações, mas também abriu múltiplas formas de agregar valor simbólico e social ao futebol, além de reforçar sua dimensão comercial. Unzelte (2009) afirma que a instantaneidade é um elemento essencial na editoria esportiva, permitindo que o interessado tenha quase imediato acesso à informação, sem depender da publicação em jornal impresso ou da transmissão em horários fixos na televisão:

Com ela, não tem essa história de “até o fechamento desta edição determinado jogo ainda não havia acabado”, como (vergonhosamente) se lê em muito jornal diário, inclusive naqueles especializados em esportes. A questão industrial de ter que mandar o jornal para a gráfica antes de o jogo acabar, não é problema do leitor, que com isso acaba sendo prejudicado. (Unzelte, 2009, p. 82).

Além disso, outro aspecto relevante é a linguagem diferenciada utilizada na editoria esportiva. Em comparação com áreas como política e economia, o jornalismo esportivo adota um tom mais leve e acessível, o que facilita sua aproximação com o público. De acordo com Borelli (2002), para que essa linguagem cumpra seu papel, é necessária uma relação de integração entre os envolvidos no processo de produção jornalística. Como afirma a autora, “deve haver uma grande negociação entre os envolvidos (jornalistas, editores, proprietários de meios de comunicação, fontes, atores do mundo esportivo – atletas, dirigentes, patrocinadores, etc.) para que regras e estratégias coexistam e possam ser compatibilizadas” (p. 11). Essa perspectiva evidencia que a eficácia da linguagem esportiva resulta justamente da integração entre diferentes profissionais e da compreensão compartilhada das práticas que orientam o fazer jornalístico.

A *internet*, portanto, não apenas modernizou a forma de transmitir e consumir o futebol, mas também potencializou seu papel cultural e social. Mais do que nunca, o esporte tornou-se parte de um ecossistema midiático no qual identidade, paixão e informação circulam de forma instantânea e coletiva, reafirmando o futebol como

uma das expressões mais marcantes da cultura brasileira (Gonçalves; Camargo, 2007).

O avanço tecnológico e o crescimento das novas mídias possibilitaram novas formas de transmitir esportes, com a linguagem utilizada nas transmissões representando um benefício ao se aproximar do público, favorecendo a interação e o engajamento, ao mesmo tempo em que o alcance das transmissões digitais demonstra um ganho expressivo em relação à audiência tradicional. A combinação do futebol com a *internet* configura um projeto midiático de grande alcance e visibilidade, capaz de atingir públicos antes inacessíveis pelos meios tradicionais. Segundo Gonçalves e Camargo (2007), a *internet* permite que o futebol seja experimentado como um fenômeno cultural compartilhado, reforçando seu papel social e simbólico.

Na década de 1990, surgiram as primeiras rádios transmitidas exclusivamente pela *internet*, como a *Rádio Klif* nos Estados Unidos e, em 1998, a *Rádio Totem* no Brasil. Essas web rádios não dependiam de concessão governamental ou de aparelhos de rádio, funcionando em computadores e smartphones com alcance global (Prata, 2013; Souza, 2019). Com baixo custo de produção e manutenção, as web rádios se proliferaram rapidamente, inclusive no segmento esportivo, como exemplifica a *Rádio Craque Neto*, que só no mês de Julho de 2025 ultrapassou 11.200 acessos ao transmitir jogos ao vivo de clubes brasileiros.

Outro avanço significativo foi a criação de portais esportivos, que ofereceram aos internautas acesso constante a informações sobre seus esportes favoritos. Um exemplo pioneiro é o “Portal Uai”, lançado em 1995 em Minas Gerais, que posteriormente deu origem ao “Super Esportes” em 2000, consolidando a *internet* como fonte confiável de notícias esportivas.

Nesse contexto, o surgimento e a expansão da *internet* como meio de comunicação possibilitaram o desenvolvimento de uma nova forma de transmissão de dados: o *streaming*. Essa tecnologia se destaca por permitir que os usuários consumam conteúdos sem precisar realizar o download prévio (OLE TV, 2023). Além disso, destaca-se que, conforme afirmam os autores, “o streaming possibilita que este usuário assista o conteúdo em qualquer horário e assim, não fica ‘preso’ aos horários que a TV impõe ao consumidor” (PFEFFER et al., 2020, p. 7), evidenciando a autonomia do usuário na escolha do momento de assistir aos conteúdos. Essa

liberdade de escolha é um dos principais fatores para a consolidação do streaming como formato emergente (Weber, 2020; Pfeffer, Filho & Junior, 2020).

3 O STREAMING NO BRASIL: INSERÇÃO E EVOLUÇÃO

Neste capítulo, será abordado o conceito de *streaming*, sua relevância e a forma como se consolidou no Brasil. O avanço das tecnologias digitais transformou o modo de consumir conteúdo audiovisual, tornando o *streaming* uma ferramenta essencial para o acesso rápido e sob demanda a vídeos, músicas e transmissões ao vivo. Essa tecnologia redefiniu a relação entre emissor e público, oferecendo autonomia para escolher o que assistir e quando fazê-lo, rompendo com a rigidez da programação tradicional das emissoras.

No contexto brasileiro, o *streaming* se consolidou como uma das principais formas de consumo de mídia, especialmente no campo esportivo. As plataformas digitais passaram a ocupar o espaço antes dominado pela televisão, permitindo maior interatividade e alcance. Essa expansão alterou o comportamento do público e impulsionou uma nova lógica de transmissão e engajamento, na qual o espectador assume papel mais ativo e participativo no acompanhamento das competições esportivas.

3.1 A Chegada do Streaming ao Brasil

O termo *streaming* deriva da palavra inglesa "stream", que significa córrego ou riacho, e trata-se de uma tecnologia de fluxo contínuo e instantâneo de dados de áudio e vídeo transmitidos pela *internet* sem necessidade de baixá-las em um servidor, permitindo consumo sob demanda (PFEFFER; FILHO; JUNIOR, 2020).

Portanto, a utilização do streaming emerge como algo bastante funcional pois possibilita a visualização de um conteúdo específico assim que este chega por meio de um servidor interligado com o computador do cliente da plataforma sem a necessidade de fazer o download total do conteúdo. (ADÃO, 2007, apud PFEFFER et al., 2020, p. 558)

No contexto brasileiro, o primeiro registro de transmissão ao vivo em *streaming* ocorreu em 1996, quando Gilberto Gil e sua banda realizaram uma apresentação ao vivo diretamente do escritório da Embratel, utilizando a *internet* como veículo de difusão (OLE TV, 2023). Entretanto, não é uma tecnologia recente, segundo a Máquina do Esporte (2022), o *streaming* já havia sido utilizado pela primeira vez em 31 de agosto de 1995, em um jogo da *Major League Baseball* (MLB) entre New York Yankees e Seattle Mariners, nos Estados Unidos, ainda em um formato rudimentar em relação ao que conhecemos hoje. Na época, a tecnologia enfrentava limitações significativas devido à baixa velocidade das conexões de

internet discada, o que frequentemente tornava o carregamento do conteúdo mais demorado do que sua execução, além de apresentar qualidade de imagem reduzida (TECHTUDO, 2023).

Milhões de imagens estão disponíveis para sites de visualização e sites como *youtube* se tornaram uma das principais fontes de notícias em todo o mundo. Ao contrário da experiência de mídia tradicional, agora os consumidores são capazes de ver o que eles querem sempre que quiserem, sem uma hierarquia de importância imposta pelas testemunhas oculares que criaram a imagem ou pelos editores. (Ritchin apud Colodeti, 2016, p. 20)

A facilidade de acesso e a possibilidade de consumo em qualquer lugar potencializam o crescimento do *streaming* no cenário global. Weber (2020) reforça que, nesse contexto, o *streaming* proporciona novas formas de engajamento e interação, ampliando a experiência do torcedor e consolidando a presença digital do jornalismo esportivo.

Embora os serviços de *streaming* já estivessem em operação nos Estados Unidos desde 2006, foi apenas na década de 2010 que essa modalidade de transmissão começou a se consolidar no Brasil, marcada pelo lançamento do Muu em 2011, plataforma da Globosat que disponibilizava à época conteúdos do Grupo Globo, posteriormente substituída pelo Globosat Play e, mais tarde, pelo Globoplay (Souza, 2019). Nesse mesmo período, a Netflix chegou oficialmente ao país, oferecendo um catálogo amplo de filmes e séries com planos de assinatura mensal. Apesar disso, sofreu críticas em relação ao seu catálogo e então decidiu inovar em sua estratégia trazendo lançamentos de conteúdos exclusivos (TECHTUDO, 2020).

Ainda no ano de 2011, a plataforma *Twitch* surgiu como um canal voltado aos usuários de jogos eletrônicos, oferecendo transmissões ao vivo de partidas de e-sports (esportes eletrônicos). Seguindo essa tendência, os serviços de *streaming* esportivo começaram a se expandir ao longo dos anos, com destaque para o Watch ESPN e o Fox Play, que transmitiam a programação dos canais ESPN e Fox Sports aos assinantes sem custo adicional (Souza, 2019). Como observou Souza (2019, p. 28), “hoje, as emissoras têm intensificado a aposta no *streaming*, melhorando a capacidade dos servidores e oferecendo pacotes de assinatura exclusiva para as plataformas virtuais”.

Outro destaque no Brasil foi o Telecine On Demand, lançado em julho de 2012, oferecendo um catálogo exclusivo para assinantes da rede Telecine. Este catálogo inclui filmes recém-saídos do cinema, ainda não exibidos nos canais Telecine, que continuam sendo comercializados como pay-per-view por meio de operadoras de TV por assinatura. Segundo Camacho (2022), os clientes podiam escolher e alugar títulos de sua preferência, que permaneciam disponíveis por um período determinado, geralmente 48 horas. O valor do aluguel era cobrado individualmente e incluído na fatura da operadora de TV por assinatura. Em 2022, tanto o Telecine On Demand quanto a plataforma de *streaming* Telecine Play foram desativados, ocorrendo a integração de ambos ao Globoplay.

Nos últimos anos, o interesse das plataformas de *streaming* pelo segmento esportivo cresceu consideravelmente. Um exemplo relevante no cenário brasileiro ocorreu em 2018, quando o Facebook conquistou os direitos exclusivos de transmissão da Taça Libertadores da América para os jogos realizados às quintas-feiras. A cobertura desses eventos foi realizada por meio da plataforma Facebook Watch em live *streaming* até 2022, consolidando-se como uma iniciativa pioneira na transmissão digital de competições esportivas de alto nível no país (UOL, 2022).

Além disso, o crescimento do *streaming* no Brasil tem contribuído para a redução da pirataria de conteúdos digitais, oferecendo alternativas legais e acessíveis para filmes, séries, músicas e eventos esportivos. Pesquisas indicam que a ampla adoção de plataformas de *streaming* tem incentivado o público a migrar do consumo ilegal para serviços autorizados, fortalecendo o mercado legal e aumentando a segurança do usuário, segundo pesquisa feita pela Alexandria Big Data em 2018, dentre 1.596 pessoas entrevistadas no Brasil, 83% delas era assinantes de algum serviço e 82% afirmaram que diminuíram o consumo de conteúdo pirata por causa dos *streamings*.

Atualmente, o mercado brasileiro de *streaming* é amplo e diversificado, contando com várias opções de plataformas e tipos de conteúdos. Entre elas, além das já mencionadas, destacam-se Premiere, GETV, HBO Max, Disney Plus, Paramount Plus, Amazon Prime Vídeo, NBA Online, Star Plus, F1TV e DAZN.

3.2 O Consumo de Transmissões Esportivas via Streaming

No contexto de uma programação esportiva cada vez mais diversificada e presente em diferentes meios, os serviços de *streaming* vêm se consolidando como importantes canais de transmissão desse conteúdo. A televisão tradicional ainda exerce papel relevante, mas a expansão do *streaming* enquanto modelo de distribuição audiovisual impactou diretamente o modo como o público consome conteúdo esportivo, alterando lógicas de exclusividade, linguagem e engajamento.

Pode-se observar que a introdução do *streaming* nas transmissões de futebol acabou desestabilizando o monopólio histórico da televisão, principalmente da Rede Globo, que nos últimos cinco anos vem perdendo sua exclusividade para a transmissão dos jogos (UOL, 2023), e instaurou uma lógica de consumo fragmentado, multiplataforma e interativo. Nesse contexto, o cenário brasileiro passou a contar com novos protagonistas, como o Prime Video e a GETV, e com a reconfiguração de serviços já consolidados, como o Premiere e a Rede Globo, que adaptaram suas estratégias para o ambiente digital.

O Prime Video, pertencente à Amazon, aparece como um dos principais agentes dessa reconfiguração. Seu investimento em transmissões esportivas responde não apenas à disputa por audiência, mas à tentativa de consolidar a plataforma como um hub de entretenimento (plataforma que reúne opções de esportes, filmes e séries em seu catálogo). Segundo reportagem do *Meio & Mensagem* (2025), o Prime Video decidiu investir em esportes porque entende que esse tipo de conteúdo atrai um novo assinante que poderia não ser atraído pelo seu catálogo de filmes e séries. A plataforma, que detém os direitos da Copa do Brasil desde 2022, também fez uma parceria com diversas outras plataformas para que o consumidor não precise ser assinante de uma grande variedade de *streamings*.

De acordo com análise da Infomoney (2025), o Brasileirão tornou-se um “laboratório de vendas” dentro da plataforma, na medida que enquanto o usuário assiste aos jogos, ele pode acessar produtos relacionados e realizar compras sem sair do ambiente digital. Esse movimento pode ser constatado no aumento de cliques em links de venda dos produtos dos times e um crescimento de 206% na receita gerada pela venda de camisas oficiais entre o primeiro e o segundo semestre de 2025, segundo a mesma matéria. A convergência entre entretenimento, tecnologia e comércio redefine o papel do espectador, que deixa de ser mero

receptor passivo e passa a ocupar posição ativa na experiência esportiva. No contexto do Prime Video, essa transformação se manifesta por meio da integração de elementos interativos durante a transmissão como *QR Codes* com descontos que aparecem na tela. A plataforma permite que os espectadores acessem produtos relacionados aos clubes em tempo real, participem de promoções e realizem compras diretamente na interface de *streaming* (INFOMONEY, 2025). Essa abordagem não apenas facilita o consumo de produtos, mas também engaja o público de maneira mais profunda, permitindo que ele se envolva ativamente com o conteúdo e a narrativa da partida.

Além do aspecto comercial, o Prime Video investe em uma estratégia de conteúdo contínuo, oferecendo transmissões de diferentes modalidades, da Copa do Brasil à NBA, em busca de audiência diversificada e engajamento constante (MEIO & MENSAGEM, 2025). A plataforma opera sob um modelo híbrido: combina transmissões exclusivas com a função de agregador de canais esportivos, permitindo ao assinante integrar serviços como Premiere, Paramount+ e Max (INFOMONEY, 2025). Tal configuração evidencia uma tendência de centralização de conteúdo, que procura reduzir a fragmentação do consumo. Contudo, essa estratégia convive com um problema estrutural do mercado nacional: a multiplicidade de plataformas e o custo elevado para acompanhar diferentes competições. Como destaca a *Exame* (2025), “Para acompanhar todas as competições, o torcedor que assina as principais plataformas pode gastar entre R\$200 e R\$300 por mês, sem incluir os custos com *internet*.”, revelando uma barreira econômica e um desafio de acessibilidade para o público. Assim, embora o Prime Video simbolize a modernização do consumo esportivo, também se insere em um contexto de desigualdade e exclusão digital.

A resposta da Rede Globo a essa transformação foi a criação da GETV, sua nova plataforma digital voltada para transmissões esportivas. Segundo Linhares (2018, p. 13), o objetivo era “Manter o público nos canais de comunicação do grupo poderia fazer diluir a audiência, mas ela não seria perdida, uma vez que estaria em trânsito por produtos de uma mesma organização.” De acordo com o portal Máquina do Esporte; (2025), a GETV “nasce com a missão de falar a linguagem da *internet*, apostando em transmissões descontraídas, com humor, interatividade e forte engajamento com o público jovem”. Essa estratégia reflete a percepção de que a audiência tradicional da televisão aberta envelheceu e que a nova geração,

especialmente a Geração Z, consome esportes de forma fragmentada, por meio de dispositivos móveis e plataformas sociais. Um estudo feito pela *MindMiners* (MINDMINERS, 2025), intitulado “Fases do Esporte: o novo cenário do consumo esportivo no Brasil” indica que 56% dos jovens da Geração Z preferem acompanhar conteúdos esportivos através das redes sociais (*YouTube* com 73%, *Instagram* com 59% e *Facebook* 34%), enquanto 54% ainda recorrem à TV aberta, demonstrando uma transição de hábitos em curso.

Ao adotar um formato mais participativo e multiplataforma, a GETV representa uma tentativa de atualização da Globo frente ao avanço de canais independentes e *streamings* alternativos, como a CazéTV. Conforme aponta a CNN Brasil (2025), a emissora reformulou sua estratégia esportiva para enfrentar a CazéTV, apostando em transmissões no *YouTube* e interações em tempo real para conseguir fisgar a atenção do público e também para ter uma nova alternativa de monetização. Nesse sentido, a GETV funciona como um experimento dentro do ecossistema Globo, buscando reaproximar a emissora das novas dinâmicas de consumo, porém, mantendo hegemonia na TV aberta, onde, segundo dados do estudo da *MindMiners* (2024), 65% dos brasileiros acima de 18 anos concentram seu consumo.

A criação do Premiere em 1997 não foi muito diferente, o canal de pay-per-view do Grupo Globo foi mais uma tentativa de manter seu monopólio após Silvio Santos levar a transmissão do Brasileirão para o SBT (SINTONIA ESPORTIVA, 2025). Segundo o Estadão (2025) o Premiere precisou se reinventar diante da concorrência, após os direitos de transmissão serem vendidos para diversos *streamings*, deixando-o com a transmissão de apenas 9 jogos por rodada. Reportagem do *Vem Vê Brasil* (2025) mostra que a plataforma reduziu de R\$ 59,90 para R\$ 29,90 o valor das assinaturas em 2025, atingindo recorde de 2,7 milhões de novos assinantes. Essa estratégia evidencia o esforço da emissora em manter sua base de assinantes e ampliar sua presença digital, reforçando um modelo híbrido que combina assinatura tradicional e *streaming*.

Apesar das mudanças, o consumo esportivo no Brasil ainda demonstra uma forte presença da televisão aberta. De acordo com reportagem da *Negócios SC* (2025), sete em cada dez brasileiros afirmam preferir assistir a esportes pela TV aberta, o que comprova que, mesmo diante da ascensão do *streaming*, a Globo continua exercendo influência significativa sobre o público. Isso não significa,

contudo, que o modelo televisivo permaneça intacto. Como destaca Wolff (2015, apud Souza, 2020, p. 24), “a TV tem suas características exploradas em meios digitais através do *streaming*”, revelando que o meio tradicional passa a integrar novas plataformas sem perder sua identidade. Dessa forma, a Globo busca reinventar-se, promovendo uma sinergia entre seus produtos e ampliando as possibilidades de contato com o público, o que também se observa nas transmissões esportivas.

No conjunto, as plataformas Prime Video, GETV, Premiere e Rede Globo representam diferentes estágios e estratégias da transformação digital das transmissões esportivas. O Prime Video atua na vanguarda da convergência entre entretenimento e comércio, apostando em experiências imersivas e personalizadas. A GETV simboliza a adaptação da televisão tradicional ao universo interativo das redes sociais, valorizando a linguagem da juventude digital. O Premiere ilustra a tentativa de sobrevivência de um modelo pago em um mercado cada vez mais fragmentado e competitivo. Já a Globo, como marca institucional, busca equilibrar tradição e inovação, mantendo sua relevância tanto na TV aberta quanto no *streaming*. Essa reorganização das mídias dialoga diretamente com o fenômeno da convergência, entendida como entendida como “fluxo de conteúdos por meio de múltiplos suportes midiáticos, com a cooperação entre muitos mercados midiáticos” (JENKINS, 2009, p. 40, apud LINHARES, 2018, p.28), dinâmica que explica a circulação contínua do público entre televisão, streaming e redes sociais.

Além disso, tais estratégias também se relacionam ao conceito de transmídia, caracterizado por narrativas que se expandem por diversas plataformas, uma vez que, como afirma Jenkins (2009, p. 135, apud LINHARES, 2018, p. 30), “uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo”. Essa lógica se confirma ao observar que as diferentes plataformas esportivas da Globo estimulam o público a navegar entre telas, conteúdos e formatos, promovendo, como destaca Ulbricht (2015, p. 10, apud LINHARES, 2018, p. 30), experiências que “sustentam uma profundidade de experiências que os motivam a usufruírem cada vez mais destes conteúdos, desenvolvendo um processo de convergência”

Nesse contexto de reconfiguração tecnológica e de práticas de consumo, torna-se evidente que as plataformas dependem de estratégias que ampliem sua

capacidade de atrair e manter o público. Como aponta Benedito (2023, p. 12), em sua monografia sobre o tema, as plataformas “buscam o engajamento com o público, o que pode gerar uma maior audiência e monetização do evento que transmitem. Outro diferencial pode vir a ser a flexibilização de dispositivos, além dos novos hábitos de consumo do audiovisual pelas novas gerações”.

Essa diversidade de estratégias reflete a própria complexidade do consumo esportivo contemporâneo. A televisão, antes detentora exclusiva dos grandes eventos, agora compartilha espaço com plataformas digitais que oferecem acesso sob demanda, interatividade e personalização. Ao mesmo tempo, o público enfrenta desafios diante da distribuição dos direitos de transmissão e dos custos elevados para acompanhar múltiplas competições em diferentes *streamings* (EXAME, 2025). O novo cenário é caracterizado por um equilíbrio instável entre acessibilidade, qualidade e exclusividade, em que cada player tenta oferecer não apenas o jogo, mas uma experiência ampliada de consumo.

Assim, o consumo de transmissões esportivas via *streaming* não pode ser compreendido apenas como um fenômeno tecnológico, mas como um processo sociocultural que altera as práticas de ver, interagir e se relacionar com o esporte. O *streaming* introduz uma nova lógica de temporalidade, engajamento e pertencimento, transformando o ato de assistir em uma experiência participativa e conectada. Segundo Toledo (2023, apud Benedito, 2023), “O *streaming* se popularizou. É democrático e representa a voz do torcedor. Hoje, quem quer uma transmissão mais tradicional vai para a TV, enquanto quem quer uma transmissão mais flexível e descontraída vai para o *streaming*.”. Diante disso, as plataformas analisadas atuam não apenas como meios de transmissão, mas como agentes culturais que reconfiguram a própria experiência do espetáculo esportivo na era digital.

4 ANÁLISE COMPARATIVA DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS DO GETV, REDE GLOBO E PREMIERE

Neste capítulo apresenta-se uma análise comparativa das transmissões televisivas e em *streaming* dos jogos Santos x Corinthians (que aconteceu em 15 de Outubro de 2025) e Flamengo x Palmeiras (que ocorreu no dia 19 de Outubro de 2025), por meio das plataformas GETV e Rede Globo. Contudo, a ausência de acesso a essas mesmas partidas na plataforma do Premiere impossibilitou que os mesmos jogos fossem analisados. O canal por assinatura não disponibilizou, para consulta pública, as gravações integrais nem vídeos de melhores momentos das partidas, como costuma fazer, o que, possivelmente, está relacionado a restrições de direitos autorais. Dessa forma, para garantir a continuidade e a consistência da análise, foram selecionadas duas outras partidas exibidas pelo Premiere: Fortaleza x Flamengo (realizado em 25 de Outubro de 2025) e Fluminense x Ceará (ocorrido em 29 de Outubro de 2025).

A escolha dessas partidas deve-se ao fato de envolverem clubes de grande expressão nacional, com torcidas numerosas e relevância midiática, o que favorece observar como cada emissora estrutura suas transmissões em contextos de alta audiência. As três plataformas foram selecionadas por representarem modelos distintos de exibição esportiva: a Rede Globo, como emissora aberta tradicional; o Premiere, como canal por assinatura especializado em esportes; e o GETV, como nova alternativa de transmissão digital e independente, característica que permite comparar diferentes abordagens de produção e linguagem. Além disso, o recorte temporal considerou partidas em datas próximas e em rodadas subsequentes, permitindo analisar variações de transmissão dentro de um mesmo período competitivo.

A finalidade é observar as diferenças de equipe de transmissão, pré-jogo, repórteres, linguagem utilizada, interação com o público e estrutura de intervalo. A metodologia consiste na coleta de dados em fontes públicas de imprensa e informações oficiais das emissoras, complementada pela análise do conteúdo da linguagem da transmissão baseada nessas categorias aqui delimitadas. Os resultados são apresentados individualmente para cada plataforma, detalhando suas características de transmissão, equipe, linguagem e interação com o público.

Ao final, realiza-se uma análise comparativa, resumida em uma tabela que evidencia as semelhanças e diferenças entre as emissoras.

4.1 Análise da Transmissão do GETV

O GETV, como plataforma digital do Grupo Globo, adota uma linguagem informal, conversacional e descontraída, especialmente em transmissões de jogos e programas de estúdio voltados para o público digital. Essa característica se evidencia claramente nos jogos Santos x Corinthians (15/10/2025) e Flamengo x Palmeiras (19/10/2025), nos quais a equipe de transmissão utiliza gírias, expressões coloquiais e piadas internas, dirigindo-se diretamente aos espectadores da transmissão e promovendo interação constante. Esse modelo de linguagem adotada pelo GETV se aproxima do que é descrito como linguagem esportiva contemporânea, “totalmente conotativa, repleta de figuras de linguagem que dão uma dimensão maior ao espetáculo” (RÁDIO..., 2010, p. 1015, *apud* SARAH, 2023. p.18).

No clássico paulista, a informalidade é evidente desde o início da transmissão, tanto no bate-papo da cabine quanto na interação com o público. O narrador Jorge Iggor no minuto 02:09 incentiva o engajamento digital ao dizer: “Faz o seguinte, clima de clássico, você sabe que é legal demais, é diferente. Dá aquele like pra gente aí, galera que tá chegando na live da GET TV”, demonstrando o caráter típico de *live stream*, não presente nas transmissões de TV aberta. O clima descontraído é reforçado pelo bate-papo bem-humorado, como na fala de Fred Bruno: “A Copa da Baixada, a Copa Litoréia, a gente vai fundar a Copa litoréia aqui com Santos, Portuguesa Santista e Jabaquara...”, em que se criam campeonatos fictícios e brincadeiras internas. Nesse sentido, essa estratégia é coerente com o que Helal e Amaro (2012, p. 06, *apud* SARAH, 2023. p. 18) descrevem como “os recursos acionados pelo narrador para dar um tom quase teatral à sua descrição do evento esportivo são imprescindíveis para a conquista do ouvinte”, que incorpora humor, improviso e espontaneidade para envolver o público.

No jogo entre Flamengo e Palmeiras, a informalidade se mantém, mas com uma ênfase maior na importância do confronto. A equipe de transmissão apresenta o jogo como o “Jogo do Ano”, e o narrador Jorge Iggor comenta sua função midiática, reconhecendo a necessidade de se valorizar a partida: “você sabe que

narrador, né, Formiga sabe a Lu também, o narrador ele às vezes tem que dar aquela valorizada, né, vender legal o peixe às vezes dá uma exageradinha, acontece, mas é o jogo do ano. Hoje não tem exagero [...]”. reconhecendo a necessidade de dramatizar o evento, prática que se aproxima da noção de “falação esportiva” que, segundo Betti (1999, p. 03, apud SARAH, 2023), “garante coerência e a continuidade do discurso sobre o esporte”. O convidado MC Maneirinho, torcedor presente na beira do campo, traz uma perspectiva direta da torcida, afirmando: “Eu, como flamenguista aqui doente, eu tô com o meu coração escutando isso daqui, pegando fogo, mas eu sei que vai ser um jogo final, torcendo pro nosso Mengão representar o Rio de Janeiro, [...] e que vença o melhor, né?”.

Em ambos os jogos, a equipe mantém um padrão de narração consistente, composta pelo narrador Jorge, os comentaristas Formiga e Luana Maluf, além de convidados especiais, mantendo a uniformidade estrutural do GE TV. A linguagem informal, o engajamento digital e o humor funcionam, portanto, como adaptações da narrativa esportiva ao ecossistema convergente, em que, como afirma Jenkins (2008, p. 36 apud LINHARES, 2018, p. 28), “a convergência não significa que um meio novo destrua ou invalide um antigo, mas que ambos se modificam mutuamente”. Desse modo, o tom informal e coloquial é complementado por análises pontuais: no clássico paulista, Fred Bruno comenta sobre a Vila Belmiro: “A gente olhou o gramado, o gramado consegue estar melhor do que há 15 dias atrás [...] realmente, os jogadores vão ter as condições perfeitas para esse clássico maravilhoso” e Bruno Formiga fala sobre a pressão sobre o Santos: “Eu acho que pela tensão de luta contra rebaixamento e até pelo que se desenhou nas últimas rodadas, eu acho que pro Santos. O Santos joga em casa, o Santos não conseguiu ganhar do Corinthians em nenhum jogo nessa temporada”. Em contrapartida, no confronto entre Flamengo e Palmeiras, a análise tática aparece mais detalhada e constante, como observa Luana Maluf: “eu não lembro do Palmeiras chegar para enfrentar o Flamengo de uma forma tão igual”.

O pós-jogo também revela diferenças com expressões coloquiais e gírias que aparecem em interações diretas entre comentaristas e convidados, como a fala de Jorge para o convidado Cristian: “Tamo junto, viu, Cristian”, enquanto elogios do convidado ao narrador se dão em linguagem informal: “Obrigado, Jorge. Sabe que [...] a gente acompanha você de casa, né? E vê aqui pessoalmente, cara, é incrível o que você faz”. Já no jogo do Maracanã, o pós-jogo tem sua atenção voltada para a

arbitragem, onde Jorge Iggor comenta sobre a fala do jogador Gustavo Gómez: “ele alega que o Wilton (árbitro da partida) em alguns momentos colocou a mão na frente da boca, fechou o microfone e xingou, é o que dá a entender a fala do Gomes”, e o comentarista Formiga fala sobre as faltas não marcadas: “os três empurrões decisivos do jogo, ele não marcou nenhum [...] é o início da jogada que sai o gol de empate do Palmeiras e ele também não marca esse empurrão do Pedro no Fluxo”, além de observar o fim da partida: “eu acho que ele se complicou no último lance do jogo... ele não dá a falta e acaba o jogo. Aí ele trouxe para si uma parada que já tava até esquecida talvez”. Assim, o GETV opera dentro da lógica da narrativa transmidiática, já que cada formato derivado com cortes, lives, bastidores e interação nas redes, funciona como um “novo texto que contribui de forma distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2009, p. 135, *apud* LINHARES, 2018).

Dessa forma, o GETV demonstra uma identidade própria, mantendo linguagem informal, engajamento direto com o público, equilíbrio entre humor e análise tática e consistência na equipe de narração, enquanto ajusta o foco e a intensidade da transmissão conforme o contexto e a importância de cada partida.

4.2 Análise da Transmissão da Rede Globo

A transmissão dos jogos pelo canal Rede Globo apresenta uma narrativa marcada por uma linguagem formal, técnica e altamente dramática, que combina recursos tradicionais do futebol, como a narração detalhada dos lances, observações contextuais e estatísticas, com uma intensa construção emocional dos lances. Esse modelo expressa o que Moreira (2012, p. 200, *apud* LINHARES, 2018, p.30) descreve como o esforço da Globo em manter sua identidade tradicional ao mesmo tempo em que adapta suas produções à “nova televisão”.

Desde o início do confronto entre Flamengo e Palmeiras, a narração de Luis Roberto estabelece um tom solene, enfatizando a importância do jogo e o prestígio do evento: “Bola rolando, está valendo. Confronto aguardado pelo Brasil inteiro. É tarde de Flamengo e Palmeiras. No Maracanã”. Esse tom se alinha ao que Helal e Amaro (2012, p. 06, *apud* SARAH, 2023, p. 18) caracterizam como a teatralidade intrínseca à narração esportiva, elemento amplamente incorporado pela Globo. Dessa forma, a emissora cria uma atmosfera de grande evento, posicionando o

espectador dentro de uma experiência de espetáculo e ressaltando a magnitude da partida.

Além disso, a transmissão evidencia o rigor técnico da arbitragem, conferindo autoridade ao árbitro e reforçando a credibilidade do jogo. Essa opção reforça o que Martino (2015, p. 36, *apud* LINHARES, 2018, p. 28) afirma sobre a convergência: ela não elimina a linguagem tradicional, mas faz com que antigo e novo se modifiquem mutuamente, como ocorre quando a Globo incorpora tecnologias, gráficos e abordagens multimidiáticas, preservando a formalidade. O uso do nome completo do árbitro e de termos formais, como quando Luis Roberto narra o pênalti para o Flamengo: “Wilton Pereira Sampaio. Marca penalidade máxima”, substitui o coloquial “pênalti”, demonstrando cuidado com a precisão e o profissionalismo. Ao mesmo tempo, a narrativa mantém um equilíbrio entre a emoção dos jogadores e a descrição autêntica dos lances, especialmente em momentos polêmicos, como no caso de lances contestados: “Vai subindo o Gustavo Gomes. E reclama de um pênalti. Fica desesperado o Gomes [...] A nossa *Cinecam* mostrando o movimento. Esse é o lance. Jorginho, mãos nas costas do Gustavo Gomes”. Assim, mostrando que a tecnologia e os recursos de evidência são utilizados para esclarecer os lances, a transmissão permite que o espectador compreenda os eventos de forma precisa, enquanto a emoção permanece presente sem comprometer a objetividade.

Do mesmo modo, a exaltação dos gols é um aspecto central da narração da Globo. Cada finalização é valorizada não apenas pelo resultado, mas também pelo estilo, técnica e expressão individual do jogador. No jogo do Flamengo, o narrador utiliza frases de efeito e adjetivos superlativos no primeiro gol de Arrascaeta: “Que bolão! Arrascaeta a chance do primeiro. Bateu! Gol! Do Flamengo! Numa bola sensacional do Pedro [...] Arrascaeta. É o nome da emoção”. Mantendo o mesmo estilo de narração, o gol de pênalti de Jorginho enfatiza a execução do jogador: “Naquele seu estilo, o pulinho um pouco antes. A olhada para o goleiro. E a batida impecável”, mostrando que a Rede Globo se preocupa em passar para seu público a análise do estilo de cada jogador nesse tipo de cobrança, abordando uma descrição individualizada. Da mesma forma, o gol de Vítor Roque, do Palmeiras, é narrado com atenção aos detalhes técnicos do cabeceio e ao posicionamento do goleiro: “Sobe. De forma sensacional. Na trave esquerda. Para dar um toque sutil. Uma cabeçada incrível. No canto esquerdo do Rossi. Que saltou. E não alcança”.

Portanto, a narração conjuga emoção e técnica, transformando cada lance em um espetáculo que transcende o simples resultado.

No confronto entre Santos e Corinthians, essa estratégia narrativa permanece evidente. A narração, também feita por Luis Roberto, destaca os lances decisivos e os gols, combinando emoção e detalhamento técnico. Por exemplo, o gol de Zé Rafael é acompanhado de uma descrição precisa da ação: “É um sanduíche do Zé Rafael que testou bonito para fazer o gol do jogo até aqui”, enquanto o pênalti convertido por Rollheiser é narrado valorizando o estilo e a execução: “Tá autorizado o Rollheiser. O canhotinho partiu pra bola com fé no pé. Gol do Santos. Sabe de quem? Benjamim Rollheiser é o nome da emoção”. Além disso, a transmissão ressalta a alternância de domínio entre os times e os momentos de tensão, como na sequência do escanteio de Mateuzinho para o Corinthians, que resulta em gol de Raniele: “Escanteio que Mateuzinho vai lá para fazer a cobrança. Toque de cabeça, gol do Corinthians. Raniele é o nome de uma cabeçada impecável”. Assim, mesmo quando se restringe aos melhores momentos, a Globo mantém a percepção do jogo como um evento dinâmico, em que cada lance possui significado técnico e dramático.

Paralelamente, a construção da tensão é constantemente reforçada, considerando o contexto do jogo e a reputação histórica das equipes. No Flamengo, o comentarista Caio Ribeiro destaca o estado emocional dos atletas: “Agora o que eu percebo nesses 10 minutos iniciais, Luiz, é o Flamengo muito tenso, o Flamengo muito pilhado, vai lá”, enquanto o Palmeiras é apresentado como persistente e incansável: “E é o time. Que não desiste. Nunca. Esse Palmeiras. Você não pode desacreditar. Dele. Nunca”. De maneira similar, no jogo do Santos, a alternância entre controle e pressão é enfatizada com atenção aos passes, cruzamentos e finalizações: “Vamos ver de novo. Guilherme girou, tocou do lado direito. Igor faz o cruzamento, toque pro gol do Zé Rafael, onde ele tava. É só tiro de meta que favorece o Corinthians”. Portanto, a narrativa da Globo articula tensão, técnica e emoção, mantendo o espectador atento ao desenrolar da partida.

Em síntese, a análise das transmissões da Rede Globo para os jogos Flamengo × Palmeiras e Santos × Corinthians demonstra que a emissora privilegia uma combinação de dramaticidade, rigor técnico e humanização dos jogadores.

Portanto, a Globo concentra-se nos lances mais significativos, utilizando linguagem formal, detalhamento técnico e efeitos emocionais para transformar cada lance em espetáculo. Dessa forma, o espectador vivencia o jogo como um evento de alta intensidade, em que cada movimento, cada gol e cada lance controverso são interpretados com precisão, emoção e significado, consolidando a transmissão como uma experiência audiovisual completa.

4.3 Análise da Transmissão do Premiere

Para a análise apresentada neste item, é importante destacar que não foram utilizados os mesmos confrontos já examinados nos itens 4.1 e 4.2, uma vez que o Premiere não disponibilizou, para acesso público ou replay na plataforma, as gravações de imagem desses jogos sob investigação. A aparente limitação de acesso aos arquivos de transmissão, possivelmente vinculada aos direitos autorais de exibição, levou à seleção de partidas distintas para este item. Desse modo, tem-se como objeto de análise os jogos Fortaleza x Flamengo (25 de outubro de 2025) e Fluminense x Ceará (29 de outubro de 2025).

As transmissões do Premiere analisadas mantêm a tradição do canal como referência em cobertura técnica e analítica do futebol brasileiro, caracterizando-se por uma linguagem equilibrada, pela precisão das descrições e pelo predomínio da objetividade jornalística. Nesse sentido, esse padrão se aproxima do que Linhares (2018, p. 48) observa ao afirmar que “os produtos, eles quase sempre se repetem, ainda que adaptados às diferenças inerentes dos veículos (TV e Internet)”, indicando que a convergência entre plataformas mantém uma base estrutural comum, mesmo quando ajustada ao contexto de cada meio. Tanto nas narrações de Jader Rocha quanto nas de Vinícius Rodrigues, observa-se a continuidade de um padrão consolidado pelo canal, em que a informação detalhada e o tom moderado ficam se sobrepõem ao clima emocional típico das transmissões em TV aberta. Assim, a linguagem utilizada demonstra a intenção do canal de se dirigir a um público que busca compreender o jogo sob uma ótica analítica e informativa, indo além do simples acompanhamento do espetáculo. Dessa forma, essa contextualização reforça o caráter informativo e segmentado da transmissão, conforme apontado por Silveira (2009, p. 76, apud SARAH, 2023, p.25), ao destacar que a internet se

organiza para “limitar o grande público em pequenos grupos”, oferecendo conteúdos específicos a nichos interessados.

Na partida entre Fortaleza e Flamengo, a narração de Jader Rocha é marcada por um ritmo constante e envolvente, em que o narrador busca equilibrar emoção e precisão. A cada lance, a entonação é cuidadosamente modulada, crescendo em intensidade sem perder a clareza descritiva. Expressões como “Explode o Castelão!”, utilizadas no gol de Breno Lopes, exemplificam a capacidade de mobilizar o espectador sem exagerar na emoção. O narrador descreve com riqueza de detalhes a dinâmica do jogo com falas como: “Que passe do Léo Pereira por dentro. Arrascaeta dominou, girou, contra dois jogadores”. O que demonstra uma atenção rigorosa à sequência de jogadas, típica da linguagem de narração lance a lance adotada pelo canal. Além disso, o uso de pausas e variações de tom reforça o caráter narrativo e contribui para a sensação de continuidade, ainda que o foco permaneça no aspecto técnico da partida.

Os comentaristas Lédio Carmona e Danny Morais complementam a transmissão com análises ponderadas, valorizando o equilíbrio tático e a leitura estratégica do jogo. Lédio, com seu estilo analítico, pontua o domínio do Flamengo em termos de posse de bola, mas ressalta a eficiência do Fortaleza nos contra-ataques, quando afirma que: “O Flamengo tinha posse de bola, como a gente imaginava, mas não finalizava.”. Essa alternância de perspectivas cria um diálogo dinâmico entre narração e comentário, reforçando a coesão discursiva e a pluralidade de interpretações. Danny Morais, por sua vez, traz uma visão de ex-jogador, destacando aspectos físicos e psicológicos do jogo, o que amplia o repertório analítico da transmissão. Em conjunto, o trio constrói um relato técnico, mas acessível, que mantém o espectador informado sem sobrecarregar o discurso de emoção.

A linguagem do Premiere nessa partida combina o uso preciso do vocabulário esportivo e a sensibilidade descritiva. Termos como “espalma, Brenno, na ponta do dedo” e “tacada de sinuca, lá no fundo do gol” demonstram essa atenção aos detalhes, preservando o caráter técnico da cobertura, mas sem eliminar completamente o apelo sensorial. Além disso, o uso de expressões intensificadoras, efeitos sonoros e a entonação controlada do narrador contribuem para criar momentos de tensão, reforçando a clareza e a credibilidade da transmissão.

Já na cobertura de Fluminense x Ceará, a equipe composta por Vinícius Rodrigues, Lédio Carmona, Grafite e o repórter de campo Bruno Côrtes reforça essa mesma linha editorial, mas com um formato mais conversacional e contextualizado. O pré-jogo é utilizado como espaço de preparação informativa, em que o narrador introduz o espectador no clima da partida, contextualizando tabela, condições climáticas e momentos das equipes, o que exemplifica o aprofundamento técnico que Silveira (2009, p. 76, apud SARAH, 2023, p.25) identifica ao afirmar que a internet permite “trazer informações mais específicas”. O discurso de abertura “Aquele salve para você ligado no Premiere e no SporTV 2. A partir de agora tá valendo o nosso pré-jogo” revela uma linguagem acolhedora e próxima, mas ainda dentro dos limites da formalidade profissional. O uso de expressões como “muito bem-vindo, muito bem-vinda” reforça a tentativa de criar empatia com o público, equilibrando a objetividade jornalística com um tom de leveza e naturalidade.

Durante o pré-jogo, destaca-se a interação entre os comentaristas, que contribui para uma transmissão dinâmica e plural. Lédio Carmona mantém seu papel de analista principal, oferecendo interpretações técnicas e estatísticas, enquanto Grafite acrescenta a perspectiva do ex-atleta, aproximando a análise da vivência de campo. Essa dualidade enriquece o conteúdo e evidencia a pluralidade de olhares sobre o futebol contemporâneo. Já Bruno Côrtes, diretamente do gramado, confere ao discurso a dimensão objetiva e imediata, trazendo informações sobre escalações, bastidores e desempenho dos jogadores, como no destaque dado à boa fase de Samuel Xavier: “Sete gols esse ano, entrou para a lista dos top 10 laterais artilheiros da história do Fluminense. São 13 gols desde 2021, né, quando chegou ao Fluminense, e sai técnico, entra técnico, ele é sempre titular absoluto.”. Esse trecho evidencia a valorização do jogador versátil e constante. A alternância entre a cabine e o campo garante fluidez à transmissão e reforça o caráter colaborativo do time de transmissão do Premiere. A cooperação entre narrador, comentaristas e repórter exemplifica a narrativa transmidiática mencionada por Jenkins (2009, p. 135, apud LINHARES, 2018), na qual cada elemento contribui para ampliar a compreensão do espectador sobre o jogo.

A linguagem de Vinícius Rodrigues diferencia-se pela clareza e pela cadência narrativa, marcada pelo uso de conectivos que costumam as ideias de modo contínuo: “portanto”, “assim”, “por outro lado”, “ao mesmo tempo”. Seu tom equilibrado traduz o estilo do canal, e sua condução revela uma habilidade para

alternar entre o humor leve e a análise séria, como no momento em que comenta, de forma bem-humorada, a primeira experiência de dividir cabine com Lédio Carmona: “ Uma honra, Lédio, trabalhar ao seu lado. Primeira vez, né? Primeira vez, cara. Quantas vezes eu não sonhei em falar “Boa noite, Lédio”.” Essa leveza discursiva não compromete a profundidade da análise, pelo contrário: aproxima o espectador e suaviza a transição entre a fala do narrador e as intervenções dos comentaristas.

Ademais, o pré-jogo se destaca pela abordagem detalhada do contexto esportivo e da situação das equipes. As análises de Vinícius Rodrigues e dos comentaristas Lédio Carmona, Grafite e Bruno Côrtes vão além dos números, incluindo a avaliação do desempenho recente e do condicionamento físico de jogadores como Vina, John Kennedy e Pedro Raul. Além disso, referências à baixa presença de público, influenciada pelas dificuldades enfrentadas na cidade do Rio de Janeiro naquela semana, e às condições do estádio contribuem para situar o espectador no ambiente da partida, sem comprometer o foco na preparação tática e psicológica das equipes.

Dessa forma, o Premiere reafirma, em ambas as transmissões, uma linguagem de credibilidade, apoiada na precisão descritiva, na pluralidade de vozes e na fluidez discursiva. O canal evita o sensacionalismo e constrói uma narrativa contínua, coerente e informativa, que valoriza o conhecimento do público e aposta na análise como forma de engajamento. A entonação controlada dos narradores, o equilíbrio entre emoção e objetividade e a integração entre cabine e campo configuram um modelo de comunicação esportiva sofisticado, em que o jogo é conduzido com segurança e ritmo.

4.4 Comparativo e Considerações das Transmissões Analisadas

As transmissões analisadas dos jogos Flamengo x Palmeiras, Santos x Corinthians, Fortaleza x Flamengo e Fluminense x Ceará, realizados em outubro de 2025, foram disponibilizadas pelas três plataformas estudadas, GETV (*streaming*), Rede Globo (TV aberta) e Premiere (TV por assinatura). Embora o objetivo central de todas as transmissões seja informar e entreter, observa-se que cada uma delas adota estratégias específicas de apresentação e engajamento, moldadas pelo meio em que atuam.

Na Rede Globo, ambos os jogos (Flamengo x Palmeiras e Santos x Corinthians) tiveram a narração de Luis Roberto, com comentários de Caio Ribeiro e Fernando Prass no primeiro confronto e de Caio Ribeiro e Ricardinho no segundo. Em ambos os casos, a emissora privilegiou uma linguagem formal e institucional, focada na narrativa dos lances e na construção de uma atmosfera de grande evento. No caso do jogo Flamengo x Palmeiras, o pré-jogo contou com cerca de 30 minutos de apresentação conduzida por Tiago Medeiros e participação de Diego Ribas, enquanto no confronto Santos x Corinthians não houve pré-jogo tradicional, pois a transmissão começou logo após o fim da novela Vale Tudo, evidenciando a integração do esporte à grade televisiva. Durante os intervalos, em ambas as partidas, foram exibidos blocos publicitários e chamadas para outros programas da grade da emissora. Além disso, a interação com o público ocorreu por meio das redes sociais da Globo, com enquetes e conteúdos complementares, demonstrando um engajamento moderado e controlado, característico do modelo da TV aberta.

O Premiere manteve seu padrão técnico e analítico nas transmissões dos jogos Fortaleza x Flamengo (25 de outubro de 2025) e Fluminense x Ceará (29 de outubro de 2025), ainda que com variações entre narradores e comentaristas. No primeiro confronto, a narração foi conduzida por Jader Rocha, acompanhado pelos comentaristas Lédio Carmona e Danny Morais, que destacaram o equilíbrio tático e o domínio do Flamengo em posse de bola, contraposto à eficiência do Fortaleza nos contra-ataques. Já na segunda partida, a equipe formada por Vinícius Rodrigues, Lédio Carmona, Grafite e o repórter de campo Bruno Côrtes reforçou a mesma linha editorial, combinando clareza descritiva, análise técnica e contextualização do momento das equipes. Em ambos os casos, o pré-jogo funcionou como um espaço de preparação informativa, e os intervalos foram utilizados para análises complementares de desempenho e bastidores, mantendo a neutralidade e o foco analítico característicos do canal. Dessa forma, o Premiere reafirma uma abordagem segmentada e técnica, voltada à credibilidade e à precisão, em contraste com os modelos mais emotivos ou participativos.

Em contrapartida, o GETV reafirmou, nos dois confrontos (Flamengo x Palmeiras e Santos x Corinthians), seu modelo interativo e descontraído. O narrador Jorge Iggor conduziu as transmissões, acompanhado por comentaristas como Bruno Formiga e Luana Maluf no jogo do Flamengo, e por Luana Maluf sozinha no jogo do Santos. Nos dois casos, a plataforma promove transmissões longas e participativas,

com o pré-jogos prolongados, sendo duas horas no primeiro e uma hora e meia no segundo, e a condução da transmissão priorizou a interação contínua e participação direta do público, fortalecendo o caráter multiplataforma do GETV e evidenciando a diferença em relação ao modelo linear da TV aberta e analítico da TV por assinatura. Durante os intervalos, vídeos dinâmicos e momentos de análise reforçaram o engajamento. A linguagem combinou elementos emotivos e referenciais, incorporando gírias, expressões populares e humor, o que demonstra que o envolvimento afetivo e a interação em tempo real são pilares estratégicos do streaming esportivo.

Ainda que as diferenças de linguagem e formato sejam evidentes, é possível identificar semelhanças estruturais relevantes entre as transmissões. Em todas elas, observa-se a presença de um narrador principal acompanhado por pelo menos dois comentaristas, alternância entre cabine e campo, pré-jogo e intervalos como elementos estratégicos, e clara divisão de papéis que garante pluralidade de vozes, dinamismo na condução da partida e equilíbrio entre emoção e análise técnica. Esse modelo mostra uma continuidade no modo de organizar e conduzir o espetáculo esportivo, refletindo não apenas a tradição do jornalismo esportivo nacional, mas também a permanência de uma lógica de equipe que assegura credibilidade, ritmo e profundidade às transmissões, independentemente do meio em que são veiculadas.

Assim, no que se refere à linguagem, embora cada plataforma utilize recursos próprios, as três compartilham elementos comuns de emoção, ritmo e clareza descritiva. A diferença não está propriamente na existência de estilos opostos, mas na ênfase que cada canal dá a aspectos como emoção, técnica ou interação. A Globo combina emoção e formalidade; o Premiere privilegia a técnica e a objetividade; e o GETV aproxima-se do público pela informalidade e pela comunicação em tempo real. Dessa forma, mais do que divergências de linguagem, observam-se adaptações contextuais a partir de uma base narrativa semelhante.

Para sistematizar os dados levantados e facilitar a visualização das semelhanças e diferenças entre as transmissões analisadas no GETV e na Rede Globo, elaboraram-se dois quadros comparativos. O primeiro, referente ao jogo Flamengo x Palmeiras, e o segundo, ao confronto Santos x Corinthians. Ambos sintetizam os principais elementos de comparação definidos na metodologia deste capítulo, narrador, comentaristas, pré-jogo, interação com o público, intervalo e

linguagem da transmissão, permitindo observar como cada um estrutura e conduz suas coberturas dentro de suas respectivas plataformas.

Quadro 1: Flamengo x Palmeiras jogo do dia 19 de Outubro de 2025.

	GETV	REDE GLOBO
Narrador	Jorge Iggor.	Luis Roberto.
Comentaristas	Bruno Formiga e Luana Maluf.	Caio Ribeiro e Fernando Prass.
Pré-Jogo	Pré-jogo ao vivo 2 horas antes do apito com Fred Bruno, Mariana Spinelli, André Balada, Jordana Araújo e Sofia Miranda.	Tiago Medeiros apresentou o pré-jogo ao vivo 30 minutos antes do início da partida com a participação de Diego Ribas.
Interação Com o Público	Forte incentivo à interação no <i>YouTube</i> com utilização dos comentários ao vivo, enquetes, conteúdo extra e vídeos.	Interação via redes sociais da Globo, com chamadas para conteúdos e enquetes nas plataformas associadas.
Intervalo	Intervalos com vídeos, melhores momentos, e chamadas para conteúdo no <i>YouTube</i> com formato mais dinâmico e multiplataforma.	Intervalos com blocos publicitários e chamadas para outros programas da emissora.
Linguagem da Transmissão	A transmissão adotou linguagem leve e interativa, com gírias, humor e constante diálogo com o público no chat, buscando proximidade e espontaneidade entre narrador e torcedor.	A narração teve tom emocional e empolgante, destacando a atmosfera do Maracanã e a rivalidade entre os clubes, com linguagem acessível e frases de impacto típicas de grandes eventos.

Fonte: Elaboração própria

Os dados do primeiro confronto analisado evidenciam diferenças marcantes, mas também convergências estruturais entre GETV e Rede Globo. O GETV aposta em um formato mais participativo e horizontal, com forte interação em tempo real, linguagem descontraída e uso de recursos digitais que aproximam narrador e público. Já a Rede Globo mantém o formato tradicional e institucional, centrado na narração envolvente e no tom de evento esportivo. Apesar dessas distinções, ambas as transmissões compartilham elementos comuns, como o foco na emoção do jogo, a presença de narrador e comentaristas experientes, o uso do pré-jogo como momento estruturado de preparação e análise, e a manutenção dos intervalos como espaços de transição e engajamento, adaptados ao meio em que são exibidos, com blocos publicitários na TV aberta e conteúdos promocionais e interativos no

YouTube. Assim, percebe-se que as plataformas se diferenciam menos pela estrutura e mais pela forma de relação com o espectador.

Quadro 2: Santos x Corinthians jogo do dia 15 de Outubro de 2025.

	GETV	REDE GLOBO
Narrador	Jorge Iggor.	Luis Roberto.
Comentaristas	Luana Maluf.	Caio Ribeiro e Ricardinho.
Pré-Jogo	Pré-jogo ao vivo 1h30 antes do início com Fred Bruno, André Balada, Bruno Formiga e Jordana Araújo.	A transmissão do jogo teve início imediatamente após o término da novela Vale Tudo, de modo que não houve tempo significativo para a realização de um pré-jogo mais detalhado.
Interação Com o Público	Incentivo à interação no <i>YouTube</i> com utilização dos comentários ao vivo, enquetes, conteúdo extra e vídeos.	Interação via redes sociais da Globo, com chamadas para conteúdos e enquetes nas plataformas associadas.
Intervalo	Intervalos com momentos de análise, vídeos, e promoção de conteúdo próprio, estrutura mais dinâmica e orientada para engajamento.	Intervalos com blocos publicitários e chamadas para outros programas da emissora.
Linguagem da Transmissão	Interativa, com uso de gírias e expressões populares, e constante interação com o público.	Formal e institucional, com foco na narrativa dos lances e construção de atmosfera de grande evento.

Fonte: Elaboração própria

O quadro 2, com o clássico paulista, reforça o padrão identificado no primeiro confronto. Novamente, o GETV privilegia a interatividade e o formato digital expandido, com pré-jogo prolongado e participação do público em tempo real, enquanto a Rede Globo segue o modelo televisivo clássico, iniciando a transmissão logo após a programação de entretenimento e mantendo o foco na narração centralizada e formal. Desse modo, as duas demonstram semelhanças na estrutura narrativa e no uso de estratégias para manter o ritmo e o engajamento da audiência, evidenciando que o streaming e a TV aberta compartilham uma base organizacional comum, adaptada a diferentes lógicas de consumo.

Portanto, a análise das três plataformas evidencia que as transmissões esportivas contemporâneas no Brasil caminham para um modelo híbrido, no qual

tradição e inovação coexistem. A Rede Globo, o Premiere e o GETV preservam a estrutura clássica do jornalismo esportivo com narrador, comentaristas, pré-jogo, intervalo e interação, mas reinterpretam essas funções de acordo com as características e o público de cada meio. Enquanto a Globo consolida o padrão televisivo e a narrativa emocional do grande espetáculo, o Premiere aprofunda a dimensão técnica e informativa, e o GETV expande a interação e a espontaneidade típicas do ambiente digital. Assim, o que se observa não é uma ruptura entre os formatos, mas uma adaptação contínua, que reflete as transformações do consumo esportivo e a busca por novas formas de engajamento entre mídia, futebol e audiência.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo analisar as diferenças entre as transmissões de futebol realizadas pela mídia tradicional e pelo *streaming*, a partir do comparativo entre a Rede Globo, o Premiere e a GETV. A pesquisa partiu da compreensão de que a evolução tecnológica e a popularização do *streaming* transformaram significativamente o modo como o público consome o esporte, interferindo não apenas na forma de narrar e transmitir, mas também na interação entre emissora e espectador.

Ao longo do estudo, observou-se que as mídias tradicionais, representadas pela Rede Globo e pelo Premiere, mantêm uma linguagem institucional, técnica e formal, voltada à credibilidade jornalística e ao formato televisivo consolidado. A Globo prioriza a narrativa de que o futebol é um grande evento, reforçando o espetáculo e a emoção, enquanto o Premiere conserva um estilo analítico e detalhista, direcionado a um público que busca profundidade e informação. Em contrapartida, o GETV apresenta uma comunicação mais próxima, interativa e descontraída, incorporando elementos das redes sociais e da linguagem digital, o que favorece o engajamento e a participação direta do público, principalmente as novas gerações.

Essa diferença revela não apenas distintas estratégias de comunicação, mas também mudanças estruturais no comportamento do espectador contemporâneo, que deixa de ocupar o papel de mero receptor para se tornar um participante ativo da experiência esportiva. O *streaming* possibilitou a personalização do consumo e a convergência crescente entre entretenimento, jornalismo e comércio, como demonstram as iniciativas de plataformas que integram transmissões com elementos interativos e comerciais.

No entanto, reconhece-se que esta pesquisa possui algumas limitações. A análise concentrou-se em um número restrito de transmissões e tipos de mídias, o que impossibilita generalizações amplas sobre todo o universo midiático esportivo. Além disso, o trabalho se concentrou na dimensão narrativa das transmissões, deixando de lado o aprofundamento em aspectos como o impacto econômico das novas mídias, a recepção do público em diferentes faixas etárias e o papel dos algoritmos na mediação do conteúdo esportivo.

Sendo assim, essas lacunas abrem espaço para que futuras pesquisas possam explorar a recepção do público às transformações digitais, os efeitos da criação de torcidas virtuais e a transformação do papel do narrador diante das novas formas de interatividade com o público. Além de estudos comparativos com outras modalidades esportivas, bem como análises de gênero e representatividade nas transmissões, também constituem caminhos relevantes para aprofundar a compreensão sobre o novo cenário do jornalismo esportivo no Brasil.

Conclui-se, portanto, que o avanço das tecnologias digitais e a consolidação do *streaming* não significam o fim das mídias tradicionais, mas sim uma reconfiguração dinâmica de seus papéis no ecossistema midiático. A televisão aberta e por assinatura permanecem relevantes, especialmente pela credibilidade e alcance de suas transmissões, enquanto as plataformas digitais se destacam pela inovação, dinamismo e proximidade com o público. Essa coexistência aponta para um cenário híbrido e complementar, no qual tradição e modernidade se complementam, refletindo o novo modo de vivenciar o futebol na era digital.

Por fim, a análise desenvolvida neste trabalho reforça que o jornalismo esportivo brasileiro segue em constante transformação, acompanhando as mudanças sociais e tecnológicas de seu tempo. Com o crescimento das plataformas de *streaming* e o fortalecimento das mídias digitais, o desafio que se impõe aos profissionais e às empresas de comunicação é o de equilibrar qualidade informativa, linguagem acessível e interação constante com o público, garantindo que o futebol continue sendo não apenas um espetáculo esportivo, mas também um fenômeno cultural e comunicacional capaz de unir diferentes gerações e plataformas.

6 REFERÊNCIAS

ABTA. **Histórico da TV por assinatura no mundo.** Disponível em: <<https://www.abta.org.br/historico.asp#:~:text=Anos%2080%20%2D%20Descobrimdo%20o%20Brasil&text=Os%20servi%C3%A7os%20foram%20o%20embri%C3%A3o,TV%20a%20cabo%20no%20Pa%C3%ADs>>. Acesso em 10 de outubro de 2025.

AUTRAN, Felipe. **Streaming ajuda a diminuir consumo de pirataria no Brasil, diz pesquisa.** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/129408-streaming-ajuda-reduzir-consumo-pirataria-brasil-dizpesquisa.htm>>. Acesso em: 30 set. 2025.

ALMEIRA, R.; MICELLI, V. **Rádio e futebol: gritos de gol de Norte a Sul.** 2004. Disponível em: <<https://www.mguerramemoria.com.br/radio-e-futebol-gritos-de-gol-de-norte-a-sul>>. Acesso em: 21 set. 2025.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. São Paulo: **Manual do Jornalismo Esportivo**, 2006.

BENEDITO, Vítor de Oliveira. **Esportes no streaming: uma análise das transmissões do Prime Vídeo e do Star Plus.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA, Volta Redonda, 2023.

BORELLI, Viviane. **O esporte como uma construção específica no campo jornalístico.** In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador/Bahia, 2002. Disponível em: <<https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/ea984db34c55cfc94d2f75bb662887f6.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2025.

BRASIL. **DECRETO Nº 95.744, de 23 de fevereiro de 1988.** Disponível em: <<https://www.planalto.gov.br/ccivil03/decreto/1980-1989/D95744.htm>>. Acesso em 10 de outubro de 2025.

CAMACHO, Karla. **Telecine: conheça a sua história!** Proddigital POP, 28 jun. 2022. Disponível em: <<https://pop.proddigital.com.br/empresas/telecine>>. Acesso em: 14 out. 2025.

CAPINUSSÚ, José Maurício. **Comunicação esportiva no rádio e na TV: sucessão de equívocos – na imprensa escrita, a salvação.** In: LOVISARO, Martha; NEVES, Leczy Consuelo. Futebol e sociedade, um olhar transdisciplinar. Rio de Janeiro:

EdUERJ, 2005. p. 84-100.

CASTRO, J. A. **25 anos de televisão via satélite**. São Paulo: Talentos, 1997.

CBLA. **GE TV estreia com 1,4 mi de visualizações e provoca CazéTV**. Disponível em: <<https://cbla.com.br/ge-tv-estreia-com-1-4-mi-de-visualizacoes-e-provoca-caze-tv>>. Acesso em: 20 out. 2025.

CNN BRASIL. **Globo muda estratégia para enfrentar CazéTV e acirra streaming esportivo**. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/globo-muda-estrategia-para-enfrentar-cazetv-e-acirra-streaming-esportivo/>>. Acesso em: 20 out. 2025.

CNN BRASIL. **TV ainda reina como meio favorito para ver futebol no Brasil, diz pesquisa**. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/futebol/tv-ainda-reina-como-meio-favorito-para-ver-futebol-no-brasil-diz-pesquisa/>>. Acesso em: 20 out. 2025.

COELHO, Paulo Vinícius. São Paulo. **Jornalismo Esportivo**, 2003.

COLODETI, Elisângela. **Jornalismo alternativo para o século XXI: um estudo sobre os sites Agência Pública e Ponte**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) — Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

ESTADÃO. RIZZO, Marcel. **O canal Premiere esteve à beira da extinção**. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/esportes/marcel-rizzo/marcel-rizzo-o-canal-premier-e-esteve-a-beira-da-extincao/?srsltid=AfmBOopwZx9pGVwAgGEtGUvp06nifb6qLlqOYXf_rozpkKBMX5hz54vF>. Acesso em: 20 out. 2025.

EXAME. **Está cada vez mais confuso e caro assistir futebol no Brasil – e vai piorar em 2025**. Disponível em: <<https://exame.com/esporte/esta-cada-vez-mais-confuso-e-carro-assistir-futebol-no-brasil-e-vai-piorar-em-2025/>>. Acesso em: 20 out. 2025.

GASPARINO, Henrique. **Estudo da transmissão esportiva na televisão brasileira**. Monografia – Jornalismo, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2013.

GE (Globo). **Santos x Corinthians: onde assistir ao vivo, horário e escalões**. ge.globo.com, 15 out. 2025. Disponível em: <<https://ge.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/2025/10/15/santos-x-corinthians-onde-assistir-ao-vivo-horario-e-escalacoes.ghtml>>. Acesso

em: 25 out. 2025.

GE (Globo). **Flamengo x Palmeiras: onde assistir ao vivo, horário e escalões.** ge.globo.com, 19 out. 2025. Disponível em:

<<https://ge.globo.com/rj/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/2025/10/19/flamengo-x-palmeiras-onde-assistir-ao-vivo-horario-e-escalacoes.ghtml>>. Acesso em: 25 out. 2025.

GONÇALVES, Michelli C.A. **A memória da imprensa esportiva no Brasil: a história (re)contada através da literatura.** Anais Intercom, 2005.

GRÁFICO mensal de acessos. Disponível em: <<https://www.radios.com.br/graficos/radio-craque-neto/101714>>. Acesso em: 14 out. 2025.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV: o jogo da narração – A imaginação entra em campo e seduz o torcedor.** Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

GUERRA, Márcio. **Você, ouvinte, é a nossa meta: a importância do rádio no imaginário do torcedor de futebol.** Rio de Janeiro: Etc Editora, 2000.

HELAL, Ronaldo; AMARO, Fausto. **Das ondas do rádio à tela da TV: notas sobre a evolução da narração esportiva.** In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza, CE. Anais... Fortaleza: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/r7-0690-1.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2025.

IBGE. **Informações atualizadas sobre tecnologias da informação e comunicação.** Disponível em:

<<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/21581-informacoes-atualizadas-sobre-tecnologias-dainformacao-ecomunicacao.html>>. Acesso em: 30 set. 2025.

IEBS. **CONHEÇA a história da internet desde sua primeira conexão até hoje.** Disponível em:

<<https://www.iebschool.com/pt-br/blog/software-de-gestao/conheca-a-historia-da-internet-desde-sua-primeiraconexao-ate-hoje/#:~:text=A%20verdadeira%20origem%20da%20Internet.da%20Stanford%20e%20da%20UCLA>>. Acesso em: 14 out. 2025.

INFOMONEY. **Como o Prime Video transforma o Brasileirão em vitrine de vendas e o que isso revela sobre o futuro da mídia esportiva.** Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/colunistas/convidados/como-o-prime-video-transform>

[a-o-brasileirao-em-vitrine-de-vendas-e-o-que-isso-revela-sobre-o-futuro-da-midia-esportiva/](#)>. Acesso em: 20 out. 2025.

LINHARES, Hannif Almeida Mentzingen. **Convergência: uma alternativa do jornalismo da Rede Globo para manutenção de audiência**. 2018. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA, Volta Redonda, 2018.

NATELINHA. **EM 1989, ESPN chegou ao Brasil como canal UHF e com esportes impopulares**. Disponível em:

<<https://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/04/25/em-1989-espn-chegou-ao-brasil-co-mo-canal-uhf-e-comesportes-impopulares-98535.php>>. Acesso em: 14 out. 2025.

MAGALHÃES, Livia G. **Histórias do futebol. Coleção Ensino e Memória**. São Paulo: Arquivo Público do Estado, 2010.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Amazon Prime Video supera Netflix no Brasil com estratégia robusta de transmissões esportivas**. Disponível

em:<<https://maquinadoesporte.com.br/midia/amazon-prime-video-supera-netflix-no-brasil-com-estrategia-robusta-de-transmissoes-esportivas/>>. Acesso em: 20 out. 2025.

MÁQUINA DO ESPORTE. **GETV joga no melhor do YouTube: interatividade e proximidade com o público**. Disponível

em:<<https://maquinadoesporte.com.br/analise/getv-joga-no-melhor-do-youtube-interatividade-e-proximidade-com-o-publico/>>. Acesso em: 20 out. 2025.

MAQUINA DO ESPORTE. ESPECIAL: **Streamings apostam cada vez mais no esporte ao vivo em busca de mais assinantes**. Disponível em:

<<https://maquinadoesporte.com.br/midia/streamings-apostam-em-competicoes-esportivas-na-busca-por-mais-assinantes/>>. Acesso em: 14 out. 2025.

MEIO & MENSAGEM. **Futebol fragmentado gera disputa sobre dados de audiência**. Disponível

em:<<https://www.meioemensagem.com.br/midia/futebol-fragmentado-gera-disputa-d-e-narrativas-sobre-dados-de-audiencia>>. Acesso em: 20 out. 2025.

MEIO & MENSAGEM. **Por que o Prime Video decidiu investir em esportes**. Disponível

em:<<https://www.meioemensagem.com.br/midia/por-que-o-prime-video-decidiu-investir-em-esportes>>. Acesso em: 20 out. 2025.

MEIO & MENSAGEM. **YouTube enxerga mudanças no hábito do consumo de**

futebol. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/midia/youtube-enxerga-mudancas-no-habi-to-do-consumo-de-futebol>>. Acesso em: 20 out. 2025.

MEIHY, J.C.; WITTER, J.S. (org.). **Futebol e cultura: coletânea de estudos.** São Paulo: Imprensa Oficial, 1982. 119 p.

MINDMINERS. **Faces do esporte: o novo cenário do consumo esportivo no Brasil.** Disponível em: <<https://mindminers.com/blog/faces-do-esporte-o-novo-cenario-do-consumo-esportivo-no-brasil/>>. Acesso em: 20 out. 2025.

NEGÓCIOS SC. **Sete em cada dez brasileiros preferem ver esportes na TV aberta.** Disponível em: <<https://www.negociossc.com.br/novidade/sete-em-cada-dez-brasileiros-prefere-m-ver-esportes-na-tv-aberta/>> . Acesso em: 20 out. 2025.

OLE TV. **Quando e como o streaming surgiu?** Disponível em: <<https://www.ole.tv.br/post/quando-e-como-o-streamingsurgiu#:~:text=O%20streaming%20como%20conhecemos%20hoje,a%20operar%20nos%20Estados%20Unidos>>. Acesso em: 30 set. 2025.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003.

PRATA, Nair. **Panorama da webradio no Brasil, anais Intercom 2013.** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0095-1.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2025.

PREMIERE. **FORTALEZA × FLAMENGO.** Campeonato Brasileiro – Série A. Transmissão de televisão. Premiere, Rio de Janeiro, 25 out. 2025.

PREMIERE. **FLUMINENSE × CEARÁ.** Campeonato Brasileiro – Série A. Transmissão de televisão. Premiere, Rio de Janeiro, 29 out. 2025.

Primeira transmissão de futebol na Globo. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporteespetacular/reportagens/noticia/primeira-transmissao-de-futebol-na-globo.ghtml>>. Acesso em 14 out. 2025.

RÁDIO SINTONIA ESPORTIVA. **A vez que Silvio Santos e o SBT criaram o Premiere da Globo em 1997.** Disponível em: <<https://radiosintoniaesportiva.com.br/a-vez-que-silvio-santos-e-o-sbt-criaram-o-p>>

[remiere-da-globo-em-1997/](#)>. Acesso em: 20 out. 2025.

REDE GLOBO. **Campeonato Brasileiro – Flamengo x Palmeiras**. Rio de Janeiro: Rede Globo, 19 out. 2025. Transmissão televisiva.

REDE GLOBO. **Campeonato Brasileiro – Santos x Corinthians**. São Paulo: Rede Globo, 15 out. 2025. Transmissão televisiva.

REIN, Irving; KOTLER, Philip; SHIELDS, Ben. **Marketing esportivo: a reinvenção do esporte na busca de torcedores**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

SANTOS, Márcio Carneiro dos. **Produção de conteúdo interativo em TV aberta: um estudo sobre a implantação da TV digital no Brasil a partir do desenvolvimento da ferramenta T-Autor para criação de aplicações de interatividade por não programadores**. Tese (Doutorado em Mídias Digitais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014. 217 f.

SAVENHAGO, I. J. Siquieri. **Futebol na TV: evolução tecnológica e linguagem de espetáculo**. Verso e Reverso, XXV(58):22-31, jan.-abr. 2011. Unisinos. doi: 10.4013/ver.2011.25.58.03

SILVA, Alexandre Alves da. De Léo Batista a Tadeu Schmidt: **a evolução da nota coberta no telejornalismo esportivo**. I Encontro de História da Mídia da Região Norte, Universidade Federal do Tocantins – Palmas, outubro de 2010.

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

SOUZA, André. **O rádio na história das Copas: qual foi o primeiro mundial por ele transmitido para o Brasil?** EBC. Disponível em:< <https://radios.ebc.com.br/todas-vozes/2018/06/o-radio-na-historia-das-copas-qual-foi-o-primeiro-mundial-por-ele-transmitido>>. Acesso em: 30 set. 2025.

SOUZA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento**. SBPJor, 2006.

SOUZA, Sarah Christina de Oliveira. **Jornalismo esportivo e suas remediações: uma análise do Esporte Interativo no Facebook a partir da transmissão ao vivo da Champions League**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA, Volta Redonda, 2020.

TECHTUDO. **O que é streaming: saiba o que significa e quais plataformas**

existem. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/guia/2023/09/o-que-e-streaming-saiba-o-que-significa-e-quais-plataformas-existem-streaming.ghtml>>. Acesso em: 14 out. 2025.

TECHTUDO. **Relembre a evolução do streaming de vídeo e música entre 2010 e 2020.** Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/12/relembre-a-evolucao-do-streaming-de-video-e-musica-entre-2010-e-2020.ghtml>>. Acesso em: 30 set. 2025.

TODAMATÉRIA. **História da internet: quem criou e quando surgiu.** Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/historiada-internet/>>. Acesso em: 14 out. 2025.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo: relatos de uma paixão.** São Paulo: Saraiva, 2009.

UOL. **Análise: Após 50 anos, Globo perde monopólio do esporte.** Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2023/04/02/analise-apos-50-anos-globo-perde-monopolio-do-esporte.htm>>. Acesso em: 20 out. 2025.

UOL. **Facebook se despede da Libertadores após 4 anos com duelos de brasileiros.** Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2022/08/10/facebook-se-despede-da-libertadores-apos-4-anos-com-duelos-de-brasileiros.3999999999999999.htm>>. Acesso em: 30 set. 2025.

VEMVÊ BRASIL. **Premiere reduz preço em cerca de 50% e bate recorde de assinantes.** Disponível em: <https://vemvebrasil.com/premiere-reduz-preco-em-cerca-de-50-e-bate-recorde-de-assinantes/>>. Acesso em: 20 out. 2025.

YOUTUBE. **Jogo completo: santos x corinthians | campeonato brasileiro 2025 | ge tv.** Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=11ekVA_zRxg>. Acesso em: 27 out. 2025.

YOUTUBE. **Jogo completo: flamengo x palmeiras | campeonato brasileiro 2025 | ge tv.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7qLy6dBIfDc>>. Acesso em: 27 out. 2025.