OBSERVATÓRIO
DAS TRANSMISSÕES
DE FUTEBÓIS

RELATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS 2012-2024

RELATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS 2012-2024

1º RELATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS

REALIZAÇÃO

Observatório das Transmissões de Futebóis

INTERVOZES | Coletivo Brasil de Comunicação Social

CEPCOM | Grupo de Pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação

Universidade Federal de Alagoas (UFAL)

EDIÇÃO

1ª Edição - Relatório das Transmissões de Futebóis 2012-2024

CRIAÇÃO

Novembro/2024

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

TUXPED SERVIÇOS EDITORIAIS (SÃO PAULO, SP)
FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELO BIBLIOTECÁRIO PEDRO ANIZIO GOMES CRB-8 8846

S237r Santos, Anderson David Gomes dos; Fernandes, Iago Vernek (org.).

Relatório das Transmissões de Futebóis 2012-2024 – 1º Relatório / Organizadores: Anderson David Gomes dos Santos e Iago Vernek Fernandes. -- 1. ed. -- São Paulo, SP : Editora Ludopédio, 2024.

57 p.; gráfs.; fotografias.
E-book: 2,75 Mb; PDF.

Inclui bibliografia.
ISBN 978-65-84540-15-6.

1. Comunicação. 2. Economia. 3. Futebol. 4. Mídia. 5. Observatório. 6. Relatório. 7. Transmissão. I. Título. II. Assunto. III. Organizadores.

ÍNDICE PARA CATÁLOGO SISTEMÁTICO

1. Esporte (Brasil): Futebol. 796.09
2. Mídia / Meios de comunicação. 302.23

RELATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS 2012-2024 - 1º RELATÓRIO

SANTOS, Anderson David Gomes dos; FERNANDES, Iago Vernek (org.). Relatório das Transmissões de Futebóis 2012-2024 – 1º Relatório. 1. ed. São Paulo, SP: Editora Ludopédio, 2024. E-book (PDF; 2,75 Mb). ISBN 978-65-84540-15-6.

ORGANIZAÇÃO

Anderson David Gomes dos Santos
Iago Vernek Fernandes

OBSERVATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS

Alícia Soares
Amanda Trovó
Ana Flávia Nóbrega Araújo
Anderson David Gomes dos Santos
Antônio Bandeira de Melo
Ederson Gomes de Lucena
Eduardo Jorge Lima Alexandre
Fernando Vannier Borges
Gustavo Reis de Araújo
Henrique Sales Barros
Iago Vernek Fernandes
Jonathan Ferreira
Júlia Lanz Monteiro
Leonardo Leão
Maria Isabel Lopes
Micaelle Cristina Soares Santos
Pedro Vilaça
Raniery Soares Lacerda
Socorro Cruz

CONSELHO DIRETOR DO INTERVOZES 2024/2025

Ana Veloso
Alfredo Portugal
Aline Braga
Gabriel Veras
Gyssele Mendes
Iano Flávio
Paulo Victor Melo

COORDENAÇÃO EXECUTIVA DO INTERVOZES 2023/2024

Ana Claudia Mielke
Iara Moura
Olívia Bandeira
Pedro Ekman
Pedro Vilaça
Ramênia Vieira

CEPCOM - CRÍTICA DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO / UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)

Anderson David Gomes dos Santos
Júlio Arantes Azevedo

PROJETO GRÁFICO ORIGINAL (2024)

Agência 402 Digital

PUBLICAÇÃO

Novembro/2024

SUMÁRIO

1. O OBSERVATÓRIO ____ 6

2. O RELATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS ____ 7

3. O FUTEBOL E A MÍDIA ____ 8

4. FUTEBOL MASCULINO ____ 11

5. FUTEBOL DE MULHERES ____ 16

6. DIFICULDADES NA COLETA DE DADOS SOBRE TRANSMISSÕES DO FUTEBOL ____ 20
Anderson David Gomes dos Santos
Maria Isabel Lopes

7. AS TRANSMISSÕES DO FUTEBOL DE MULHERES NO TERRITÓRIO BRASILEIRO ____ 24
Amanda Trovó
Iago Vernek Fernandes

8. TRANSMISSÕES POR STREAMING E DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO: UMA FALSA SIMETRIA? ____ 29
Iago Vernek Fernandes
Jonathan Ferreira

9. A FALTA DE TRANSMISSÕES EM TV ABERTA E A INVISIBILIDADE DOS ESTADUAIS DE FUTEBOL NO BRASIL ____ 34
Iago Vernek Fernandes
Raniery Soares

10. TRANSMISSÃO DOS CAMPEONATOS ESTADUAIS FEMININOS: ENTRE PROGRESSOS E DESIGUALDADES ____ 38
Alícia Soares

11. DO FLUMINENSE DE FEIRA AO AL-NASSR: MODELOS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL E IDENTIDADE DOS TORCEDORES BRASILEIROS ____ 41
Alex Pegna Hercog

12. A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL DE MULHERES E AS MUDANÇAS NO MERCADO DE TRANSMISSÃO ____ 44
Anderson David Gomes dos Santos

13. PLATAFORMIZAÇÃO E PIRATARIA: OS DILEMAS DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS NO BRASIL ____ 49
Iago Vernek Fernandes

14. O IMPACTO DOS DIREITOS TELEVISIVOS NO FUTEBOL BRASILEIRO ____ 52
Antônio Bandeira de Melo Carvalho Valle

15. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ____ 56

O OBSERVATÓRIO

Diante dos desafios que envolvem o futebol e a mídia, o Observatório das Transmissões de Futebóis surge com a proposta de ser um espaço unificador de descrição, análise, debate e pesquisas em rede sobre as dinâmicas do campo social do futebol profissional, desde sua relação com a indústria cultural, que o transformou em "espetáculo midiático", considerando toda a diversidade e pluralidade que envolvem os futebóis praticados no território brasileiro.

Num primeiro ciclo, realizamos um mapeamento histórico da exibição dos principais torneios europeus, sul-americanos, nacionais, regionais, estaduais e de seleções via TV aberta, fechada e plataformas digitais no Brasil, considerando o masculino e o futebol de mulheres. Para isso, agrega-se à revisão de literatura a pesquisa documental em fontes secundárias (sites noticiosos, de clubes e federações) e outras metodologias de análise histórica, descritiva e comparativa.

Através desta plataforma online, produzimos um repositório digital (mapas, tabelas, gráficos, notícias, artigos, relatórios, entre outros elementos audiovisuais), por onde pretendemos articular grupos de pesquisa para estudo de determinado momento histórico, tema, campeonato ou região, além da produção de podcast e organização de seminários e rodas de conversa.

O Observatório das Transmissões de Futebóis é desenvolvido pelo Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social e pelo grupo de pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM), da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), em parceria com pesquisadores e jornalistas dedicados a discutir a transmissão de futebol no Brasil e no mundo.

O RELATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS

Como base teórico-metodológica, parte-se dos estudos da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPC), especialmente aqueles aplicados ao futebol espetáculo enquanto programa midiático, como o desenvolvido por Santos (2013; 2017; 2019; 2021). A importância da EPC se dá ainda por esta tratar de um

> [...] estudo das relações de produção capitalistas relativas à estrutura dos sistemas de mediação social, tendo por pressuposto o desenvolvimento das forças produtivas. Em outros termos, trata-se em essência da ampliação do ferramental crítico da economia política para a compreensão das estruturas de mediação social características do modo de produção capitalista, especialmente aquelas desenvolvidas a partir das transformações sistêmicas que se traduziram na constituição do chamado capitalismo monopolista, na virada do século XX (BOLAÑO; BASTOS, 2020, p. 177-178).

As atividades serão desenvolvidas considerando aspectos do ponto de vista da investigação científica, agregados à difusão da análise de um tema extremamente popular e com um histórico recente de publicações acadêmicas. Em paralelo à construção de ordem técnica, o projeto fará uma busca por trabalhos acadêmicos em periódicos científicos ou em nível de pós-graduação que tenham tratado dos direitos de transmissão do futebol no Brasil, tendo como referência os materiais produzidos pelos membros da equipe, para a alimentação do repositório de publicações científicas neste observatório.

Além disso, a revisão de literatura é considerada elemento fundamental. Marconi e Lakatos (2003, p. 183) informam que é a partir de algo mais amplo, a investigação bibliográfica, que se determina o modelo teórico inicial, as variáveis e o plano geral da pesquisa, de maneira que "propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras".

Como primeiro grande projeto do Observatório dos Direitos de Transmissão, apresentaremos um mapeamento da transmissão do futebol profissional no Brasil, considerando o masculino e o futebol de mulheres. Para isso, agrega-se à revisão de literatura como procedimento para coleta de dados a pesquisa documental em fontes secundárias (sites noticiosos, de clubes e federações).

A partir disso, desenvolve-se ainda outros três métodos: o histórico, tendo como ponto de partida identificar os direitos de transmissão nas décadas de 2010 e 2020; descritivo, de maneira a possibilitar mais dados para análise de situações particulares; e comparativo, considerando o desenvolvimento socioeconômico desigual entre os diferentes tipos de torneios analisados, de maneira a "verificar similitudes e explicar divergências" (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 107).

Acresce-se a apresentação dos dados a partir de gráficos, figuras, tabelas e mapas - que podem contar com o método estatístico, a partir de estatística descritiva simples - e o debate entre jornalistas e acadêmicos, a partir da organização de seminários e rodas de conversa, além da participação em eventos científicos.

O FUTEBOL E A MÍDIA

O futebol profissional masculino e a Indústria Cultural se difundem praticamente em paralelo, desde os momentos de difusão social a partir do final do século XIX até a estruturação de ambos, cuja consolidação se dá até a metade do século seguinte.

Desde a década de 1980, a venda dos direitos de transmissão dos jogos de futebol tornou-se, globalmente, uma das principais receitas dos clubes, definindo a distribuição dos capitais financeiro, midiático e simbólico que refletiu o processo de reestruturação na maneira de acumulação do sistema capitalista.

Há um conjunto de pesquisas nos estudos sobre futebol nas Ciências Humanas e Sociais cujo foco está na importância social do esporte, partindo da perspectiva psicológico-cognitiva a fim de atrair pessoas para determinado conteúdo, inclusive desde a mediação tecnológica. Aqui, discutiremos especialmente os aspectos político-institucionais.

Enquanto as técnicas informacionais se tornaram um marco histórico para o futebol, a sua inserção na indústria do espetáculo (DEBORD, 1997) garantiu enormes retornos financeiros aos meios de comunicação. Popularizado por meio do rádio, foi com a crescente participação da televisão que o ludopédio se tornou uma valiosa mercadoria.

No Brasil, esse processo caminha com a formação dos grupos empresariais midiáticos. O maior desenvolvimento da Indústria Cultural, a partir da década de 1960, está inserido em um contexto de ditadura militar, a partir do desmonte do Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei Nº 4.117/1962) e do próprio investimento na estrutura das telecomunicações. Como descreve Dantas (2013, p. 149), tratava-se, naquela época, de "construir do nada uma infraestrutura de comunicação em todo o território brasileiro", que seria entregue ao capital privado. Em caráter concorrencial, as grandes corporações passaram a disputar territórios onde há maior retorno financeiro, enquanto a expansão da rede e a universalização do acesso foram delegadas ao sistema público, desmontado intencionalmente por governos neoliberais subsequentes (Fernandes; Pasti, 2022).

A desregulamentação da mídia e do setor audiovisual, sobretudo com o advento da internet, contribui para a ampliação do domínio de agentes globais sobre o mercado dos direitos de imagem, que parece se

diversificar, impulsionado pelo avanço das plataformas digitais. No Brasil, é perceptível que estas corporações vêm ampliando sua atuação, sejam grupos tradicionais de comunicação, como a Disney, a Warner Discovery e a Paramount, ou outros mais recentes, como a Amazon (Twitch e Prime Video), a Alphabet (Google) e o Grupo Meta (Facebook e Instagram).

Em contrapartida, destaca-se a relevância do Grupo Globo, que mantém há décadas importante papel na transmissão do futebol no território brasileiro. Sem limites legais definidos, a família Marinho mantém, até hoje, o controle de cinco geradoras próprias em São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Recife (PE), Belo Horizonte e Brasília (DF), além de outras 115 emissoras afiliadas em todas as 27 unidades da federação. Estes dados são da pesquisa Monitor Ownership Media Brasil (Intervozes, 2018), que revelou ainda uma concentração midiática no Sudeste e no Sul do país, regiões que abrigam mais de 80% das sedes dos 50 maiores veículos de comunicação nacionais.

Fonseca (2014, p. 21) localiza, justamente, nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo centralidades cristalizadas na cultura do futebol nacional, "movidas pelas desigualdades sociais e econômicas, pela ideologia originária dos centros econômicos e de poder que se difunde pelo país através das mídias, pela própria capacidade dos clubes-lugares de conquistar territórios através do mercado".

A partir da crise de acumulação do capital na década de 1970, com a alternativa do capitalismo sendo a extensão da mercantilização sobre áreas como educação, saúde e cultura, passamos a uma etapa mais aprimorada de utilizar práticas esportivas, como o futebol, enquanto produto relevante para o capital.

Isso tem como elemento fundamental o fim das barreiras de transmissão de torneios interclubes - considerando que megaeventos esportivos, como a Copa do Mundo FIFA, já possuíam exibição desde 1970. Antes vistos como algo que diminuía a presença de público nos estádios, os direitos de imagem tornaram-se a principal fonte de receita das equipes de futebol, capaz de mover novas etapas de estruturação.

Assim, conforme A. Santos e I. Santos (2016, p. 64):

> ... avalia-se que na medida em que o desenvolvimento das tecnologias de transmissão do jogo do futebol a pontos distintos do globo passa-se a demandar o próprio "evento jogo de futebol" enquanto nova fonte de renda, um mercado em potencial que deve ser trabalhado minuciosamente a partir, principalmente, da mudança do público espectador das partidas.

Isso ocorre no momento de multiplicidade de oferta de conteúdos a partir do aprimoramento das tecnologias de informação e comunicação, dos anos 1980 em diante (BRITTOS, 2010), o que acentua o aproveitamento do Estado para determinado papel, normalmente ligado à infraestrutura, agora em processo de desregulamentação representado em novas regras criadas sobre este e outros mercados - mesmo com a aprovação da Constituição Federal de 1988 e seu capítulo, com pouca efetividade, sobre a Comunicação Social (BRASIL, 1988).

Antes vistos como prejudiciais à presença de público nos estádios, os direitos de imagem tornaram-se uma das principais fontes de receita das equipes de futebol, capazes de mover novas etapas de estruturação. Do ponto de vista de quem torce, há desde então uma série de mudanças nos padrões de acompanhamento dos clubes de afeição. Percebe-se, por exemplo, um aumento do consumo de vários produtos relacionados ao futebol e a migração da experiência presencial em estádios para outra, mediada por tecnologias digitais controladas pelo capital global do setor infocomunicacional.

É dessa lógica neoliberal que surgem os distintos formatos de clube-empresa, as

reformulações dos programas de sócio torcedor, as ligas privadas e as "arenas multiuso", sendo o projeto midiático do futebol parte da oferta do conteúdo audiovisual enquanto entretenimento (Santos, 2021a).

Neste momento, o futebol acompanha a convergência midiática e a difusão das tecnologias digitais e também passa a ser conteúdo para várias telas. Surge a possibilidade da TV fechada, já com os grupos Globo e Disney (esta após o Grupo Abril, que monta a ESPN) na década de 1990. Em seguida, apresenta-se o pay-per-view, com transmissão de jogos ou torneios vendidos em pacotes adicionais. Até, atualmente, esta relação ser renovada com a plataformização e o advento do streaming, uma tecnologia de transmissão de dados via internet (FERNANDES et. al., 2021).

De forma geral, percebe-se as seguintes características para a produção do conteúdo audiovisual, que serão reproduzidas também para o futebol enquanto programa:

– A passagem de uma lógica da oferta a uma lógica da demanda, na medida em que os espectadores começam a confeccionar a dieta audiovisual e, em consequência, a debilitar a atividade estratégica da programação por parte dos radiodifusores.

– Uma tendência clara ao pagamento pelo consumo e à entrada de capitais no setor de audiovisual, assim como um incremento importante do gasto audiovisual per capita.

– A transição de um modelo de fluxo a um modelo editorial, de um modelo de comunicação ponto-massa a uma comunicação ponto-ponto.

– Um incremento notável da flexibilidade no consumo, pela personalização, que leva à confecção dos menus individuais.

– Uma maior interatividade homem-máquina. (BRITTOS, 2010, p. 21-22).

A partir da globalização, articulações corporativas internacionais atravessam os campos e corredores do esporte nacional e regional-local, assegurando a algumas empresas de mídia, telecomunicação e marketing, junto a cartolas, governos e confederações, o controle de um lucrativo setor da indústria cultural (FERNANDES, 2022).

FUTEBOL MASCULINO

Desde a década de 1980, a venda dos direitos de transmissão dos jogos de futebol tornou-se, globalmente, uma das principais receitas dos clubes, definindo a distribuição dos capitais financeiro, midiático e simbólico que refletiu o processo de reestruturação na maneira de acumulação do sistema capitalista.

Enquanto as técnicas informacionais se tornaram um marco histórico para o futebol, a sua inserção na indústria do espetáculo garantiu enormes retornos financeiros aos meios de comunicação. Popularizado por meio do rádio, foi com a crescente participação da televisão que o ludopédio se tornou uma valiosa mercadoria.

No Brasil, após o desmonte do investimento na estrutura das telecomunicações e do Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei Nº 4.117/1962), a Lei Geral de Telecomunicações (Lei Nº 9.472/1997) flexibilizou o modelo da comunicação no país, de maneira que, em caráter concorrencial, as grandes corporações passaram a disputar territórios onde há maior retorno financeiro, enquanto a expansão da rede e a universalização do acesso são delegadas ao sistema público, desmontado intencionalmente por governos neoliberais subsequentes (FERNANDES; PASTI, 2022).

A desregulamentação da mídia e do setor audiovisual, sobretudo com o advento da internet, contribui para a ampliação do domínio de agentes globais sobre o mercado dos direitos de imagem, que parece se diversificar, impulsionado pelo avanço das plataformas digitais. No Brasil, é perceptível que estas corporações vêm ampliando sua atuação, sejam grupos tradicionais de comunicação, como a Disney, a Warner Discovery e a Paramount, ou outros mais recentes, como a Amazon (Twitch e Prime Video), a Alphabet (Google) e o Grupo Meta (Facebook e Instagram).

Em contrapartida, destaca-se a relevância do Grupo Globo, que mantém há décadas importante papel na transmissão do futebol no território brasileiro. Sem limites legais definidos, a família Marinho mantém, até hoje, o controle de cinco geradoras próprias em São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Recife (PE), Belo Horizonte e Brasília (DF), além de outras 115 emissoras afiliadas em todas as 27 unidades da federação. Estes dados são da pesquisa Monitor Ownership Media Brasil (INTERVOZES, 2018), que revelou ainda uma concentração midiática no Sudeste e no Sul do país, regiões que abrigam mais de 80% das sedes dos mais de

80% das sedes dos 50 maiores veículos de comunicação nacionais.

Antes vistos como prejudiciais à presença de público nos estádios, os direitos de imagem tornaram-se a principal fonte de receita das equipes de futebol, capazes de mover novas etapas de estruturação. Do ponto de vista de quem torce, há desde então uma série de mudanças nos padrões de acompanhamento dos clubes de afeição. Percebe-se, por exemplo, um aumento do consumo de vários produtos relacionados ao futebol e a migração da experiência presencial em estádios para outra, mediada por tecnologias digitais controladas pelo capital privado do setor infocomunicacional.

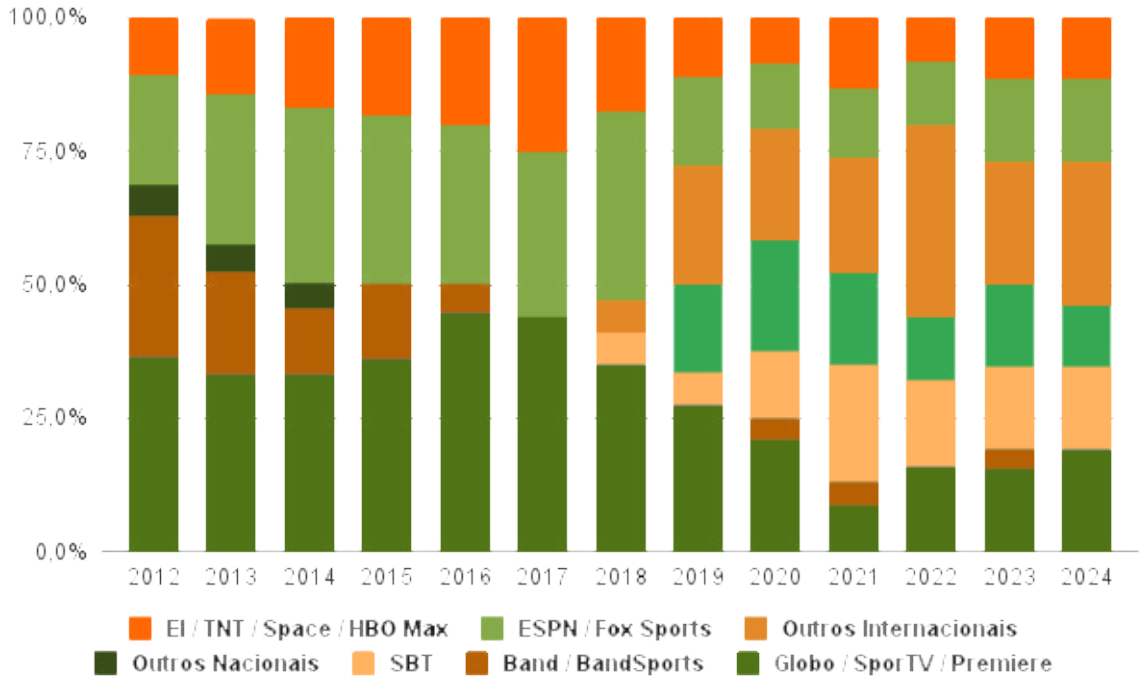
É dessa lógica neoliberal que também surgem os distintos formatos de clube-empresa, as reformulações dos programas de sócio torcedor, as ligas privadas e as "arenas multiuso", sendo o projeto midiático do futebol parte da oferta de conteúdo audiovisual (SANTOS, 2021a).

Campeonatos nacionais, regionais e de seleções masculinos

Há muitos anos, conglomerados nacionais e internacionais de mídia alternam forças na transmissão do futebol masculino no Brasil. A partir da globalização, articulações corporativas internacionais passam a atravessar os campos e corredores do esporte nacional e regional-local, assegurando a algumas empresas dos setores de radiodifusão, telecomunicação, tecnologia da informação e marketing, junto a cartolas, governos e confederações, o controle de um lucrativo setor da indústria cultural (Fernandes, 2022).

A fim de entender essa situação, o Observatório das Transmissões de Futebóis produz um levantamento da exibição no Brasil dos principais torneios europeus (Champions League e Europa League), sul-americanos (Copa Libertadores da América e Copa Sul-Americana), nacionais (Campeonato Brasileiro e Copa do Brasil), regionais (Copa do Nordeste e Copa Verde), estaduais e de seleções (Copa do Mundo, Copa América e Eurocopa), via TV aberta, fechada e plataformas digitais (streaming).

TRANSMISSÃO DE TORNEIOS NACIONAIS, INTERNACIONAIS E DE SELEÇÕES DE FUTEBOL PROFISSIONAL MASCULINO NO BRASIL (2012-2024)



Fonte: OBSERVATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS, 2024.

Em um mercado bastante concentrado, o grupo Globo, que costuma ter seus interesses comerciais favorecidos pelas instituições reguladoras do esporte, chegou a controlar quase metade das transmissões entre 2016 e 2017, detendo o monopólio das principais competições nacionais, como a Série A do Campeonato Brasileiro, a Copa do Brasil e alguns torneios internacionais de seleções. Apesar de romper contratos recentes, a Globo assegurou, com exclusividade, o televisionamento da Copa do Mundo FIFA de 2022, além de voltar a exibir a Copa Libertadores da América em 2023, retomando uma curva ascendente na aquisição dos direitos de imagem.

Por outro lado, em 2018, após um recuo da Band, o SBT retornou aos gramados para transmitir a Copa do Nordeste, disputando a exibição dos principais campeonatos. A saída da Globo dos torneios da Conmebol (Confederação Sul-Americana de Futebol), no início da pandemia de Covid-19, em 2020, fez com a rede de Silvio Santos transmitisse a Copa Libertadores da América de 2020 a 2022 e a Copa América de 2021, adquirindo ainda os direitos do triênio 2021-2022 a 2023-2024 de torneios interclubes europeus, caso da Champions League e Europa League.

Se os grupos nacionais acirram a competição pela audiência em TV aberta, na rede por assinatura, conglomerados globais marcam presença constante. Em 2015, o Esporte Interativo (EI), emissora brasileira que surgiu em 2004, passou ao controle da Turner, um canal estadunidense de esportes do grupo Time Warner. Este, por sua vez, foi vendido para a gigante americana AT&T, que depois se desfez do negócio, o que gerou a fusão entre Warner Media e Discovery, incluindo a "HBO Max".

No ano de 2019, a Disney, detentora dos canais ESPN, concluiu a compra da 21st Century Fox – detentora dos direitos de transmissão da Libertadores a partir dos canais Fox Sports -, adquirindo todo conteúdo de esporte do grupo, reunido na plataforma "Star +".

Em um contexto de convergência e hibridização midiática, o Facebook comprou, na primeira metade de 2018, os direitos de transmissão da Copa Libertadores da América, UEFA Champions League e World Surf League. No mesmo período, a Amazon anunciou a exibição dos jogos da Premier League, a liga inglesa de futebol, e, em 2022, da Copa do Brasil. No mesmo ano, o Tik Tok transmitiu a Copa do Nordeste.

Como alternativa aos monopólios digitais, em 2019, chegou ao Brasil a DAZN, adquirindo os direitos de exibição da Copa Sul-Americana, Série A (campeonato italiano) e Ligue 1 (campeonato francês). Mas, por causa dos prejuízos financeiros relacionados à pandemia, a empresa inglesa renunciou, no ano seguinte, de boa parte do seu catálogo. Por fim, outro movimento interessante nesse setor tem sido a transmissão das próprias confederações, a exemplo da Conmebol TV, que exibiu os jogos da Copa Sul-Americana e Libertadores da América, de 2019 e 2020, respectivamente, a 2022.

No mundial de seleções disputado em 2022 no Catar, o Youtube (Grupo Alphabet), em parceria com a produtora Live Mode, fechou o primeiro contrato de transmissão de uma Copa do Mundo na internet. Atraindo diversas marcas patrocinadoras, o influenciador Casimiro Miguel (CazéTV) atingiu a marca de seis milhões de espectadores conectados durante a partida entre Brasil e Croácia, derradeira para a seleção canarinha, que viria a ser desclassificada nos pênaltis.

De lá para cá, a CazéTV transmitiu em 2023 os Jogos Pan-Americanos de Santiago, o Campeonato Alemão, a Liga Saudita e as partidas do Vasco e do Botafogo como mandantes no Campeonato Carioca, além da Libertadores Feminina, Libertadores Sub-20, Libertadores de Futebol de Areia e Libertadores de Futsal (masculina e feminina).

Em 2024, o canal adquiriu o direito de transmitir a Copa São Paulo de Futebol Júnior, o Campeonato Paulista, a Liga Nacional

de Futsal, um pacote de 25 jogos exclusivos da Eurocopa, três temporadas da Liga Europa e da Conference League (2024/25, 2025/26 e 2026/27), a Olimpíadas de Paris e os jogos como mandante do Athlético Paranaense no Campeonato Brasileiro.

Outro canal que tem acumulado exibições de torneios esportivos no Youtube é o GOAT, criado em 2019 e lançado em 2023. A estratégia inicial do grupo foi apostar em torneios alternativos, sem espaço na mídia paga, como a Copa Argentina e a liga de futebol feminino dos EUA (NWSL).

Recentemente, o GOAT fechou acordo com a Conmebol a partir de um pacote que inclui a exibição da Libertadores e Sul-Americana para o exterior em língua portuguesa, além de adquirir os direitos de transmissão da Bundesliga, Liga Saudita e Série C do Brasileirão. Em 2024, exibiu importantes campeonatos estaduais, como o Cearense, Pernambucano e Carioca (com exceção dos jogos do Vasco como mandante), anunciando a transmissão da Série B do Campeonato Brasileiro e o Brasileirão Feminino.

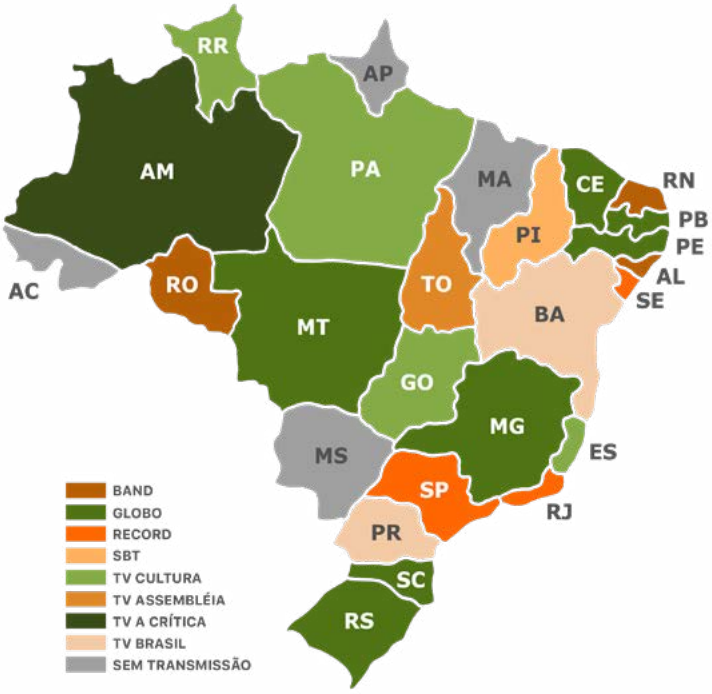
Campeonatos estaduais masculinos

Em relação aos Campeonatos Estaduais, o monopólio da mídia segue ditando as regras do jogo. Isso quando há retorno financeiro e viabilidade política para a exibição dos jogos. Caso contrário, os torneios são esquecidos pela mídia comercial e relegados aos esforços de governos locais.

Em 2023, enquanto afiliadas da Globo transmitiram os campeonatos de sete estados (sendo cinco na TV aberta), Record (3), Band (2) e SBT (2) controlaram outros sete torneios. Onde há pouca concorrência, a mídia público-estatal se destaca: TVE na Bahia, TV Cultura no Pará, TV Educativa no Espírito Santo, TV Assembleia do Paraná, TV Assembleia de Tocantins e TV Assembleia de Roraima – com a TV Universitária de Pernambuco e a TV Aperipê de Sergipe como pioneiras nesses estados.

No ano de 2024, a Globo ampliou para oito transmissões, sendo sete campeonatos exibidos em TV aberta, além da Record (2), Band (4) e SBT (2) assumirem outros oito torneios. Nos outros onze campeonatos, a versão local da TV Cultura mantém quatro transmissões (Pará, Roraima, Espírito Santo e Goiás); a TV Brasil ampliou sua exibição em afiliada no Paraná, além da Bahia, e outras três emissoras público-estatais exibem outros três estaduais (Tocantins, Amazonas e Bahia). Por fim, cinco torneios não têm transmissão em TV aberta (Acre, Amapá, Maranhão, Brasília e Mato Grosso do Sul), sendo exibidos apenas em plataformas digitais ou no rádio.

MAPA DA TRANSMISSÃO DOS CAMPEONATOS ESTADUAIS DE FUTEBOL MASCULINO - 2024



Fonte: FERNANDES, 2024

O SBT volta para o cenário de transmissão do futebol no Brasil assumindo a transmissão de alguns torneios estaduais, após o rompimento de contrato do Grupo Globo com os clubes do Campeonato Carioca em 2020 – por causa do aproveitamento pelo Flamengo da Medida Provisória 984/2020 -, transmitindo a final daquele torneio.

A edição da MP 984, em junho de 2020, por Jair Bolsonaro, não teve acordo no Congresso Nacional naquele momento, porém

foi sancionada no ano seguinte como Lei 14.205/21. Conhecida como "Lei do Mandante", a norma concede os direitos de imagem dos jogos apenas aos clubes "da casa", alterando a Lei Pelé (9.615/1998), que obrigava as emissoras a negociar a exibição das partidas com mandantes e visitantes. Essa antiga prerrogativa contribuiu para a manutenção do poder da Globo no futebol, à medida que os clubes perderam poder de barganha em relação aos valores de imagem (Fernandes, et al., 2020).

Os campeonatos estaduais, por sinal, fizeram ressurgir a transmissão de futebol em outra emissora nacional relevante: a Record TV. A empresa, controlada pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), propriedade do bispo evangélico Edir
Macedo, exibiu o torneio carioca em 2021 e 2022, além de ter adquirido os direitos de transmissão em TV aberta do Campeonato Paulista de 2022 a 2025.

Enquanto isso, a Rede Bandeirantes, reconhecida nas décadas de 1980 e 1990 como "canal dos esportes", passou a transmitir o Campeonato Carioca em 2023 e as séries B, C e D do Campeonato Brasileiro a partir de 2023.

Abocanhados pelos meios de comunicação privados ou relegados à comunicação público-estatal, que é pouco valorizada por diferentes governos, os territórios da mídia no Brasil estão associados à formação de centralidades econômicas e demográficas, que se dispõem como nós da rede de produção e circulação de notícias (Fernandes; Pasti, 2022).

Se, por um lado, a FIFA, a nível global, arbitra e conduz os rumos do esporte, há uma dependência dos pequenos e médios veículos de comunicação em relação aos grandes conglomerados midiáticos. Nesse sentido, a diversidade cultural que fundamenta a capilarização do futebol, quando transformada em mercadoria pela mídia, acaba por enterrar o potencial esportivo dos lugares.

FUTEBOL DE MULHERES

O futebol de mulheres no Brasil enfrenta há muitos anos uma série de problemas relacionados à organização e à estrutura dos clubes e campeonatos, onde se incluem as transmissões na mídia. A presença recente nos meios de comunicação de massa enseja um novo caminho para o esporte, que conviveu com certo ostracismo ao longo das últimas décadas.

Como afirmou a professora doutora Mariane Pisani (UFPI) ao podcast O Jogo é Hoje, "o que não é visto, não é lembrado. O que não é transmitido, não pode ser consumido". Apesar da ampliação dos investimentos, ainda há uma desigualdade gigantesca em relação ao futebol masculino, mas também em termos regionais, sobretudo no Norte e Nordeste do país, onde predomina uma enorme precariedade.

Conforme Castro (2021), "os primeiros jogos televisionados do futebol de mulheres só aconteceram, esporadicamente, a partir de 1990, no canal aberto TV Bandeirantes", mas foi durante os Jogos Panamericanos de 2007, realizados no Rio de Janeiro (RJ), que houve maior regularidade nas transmissões. Convivendo com a proibição desde 1941, por ordem do então presidente Getúlio Vargas, até o ano de 1983, a modalidade ganhou maior visibilidade após a ascensão de Marta, considerada a melhor jogadora do mundo por seis vezes (2006, 2007, 2008, 2009, 2010 e 2018). Conforme Castro (2021), "os primeiros jogos televisionados do futebol de mulheres só aconteceram, esporadicamente, a partir de 1990, no canal aberto TV Bandeirantes". Durante os Jogos Panamericanos de 2007, realizados no Rio de Janeiro (RJ), há maior regularidade nas transmissões. Convivendo com a proibição desde 1941, por ordem do então presidente Getúlio Vargas, até o ano de 1983, a modalidade ganhou maior visibilidade após a ascensão de Marta, considerada a melhor jogadora do mundo por seis vezes (2006, 2007, 2008, 2009, 2010 e 2018).

“PE’ DE MULHER NÃO FOI FEITO P’RA SE METTER EM SHOOTEIRAS!”

AS PARTIDAS FEMININAS NÃO FIGURAM NOS DISPOSITIVOS LEGAES

Fonte: Jornal O Imparcial, edição do dia 15 janeiro de 1941

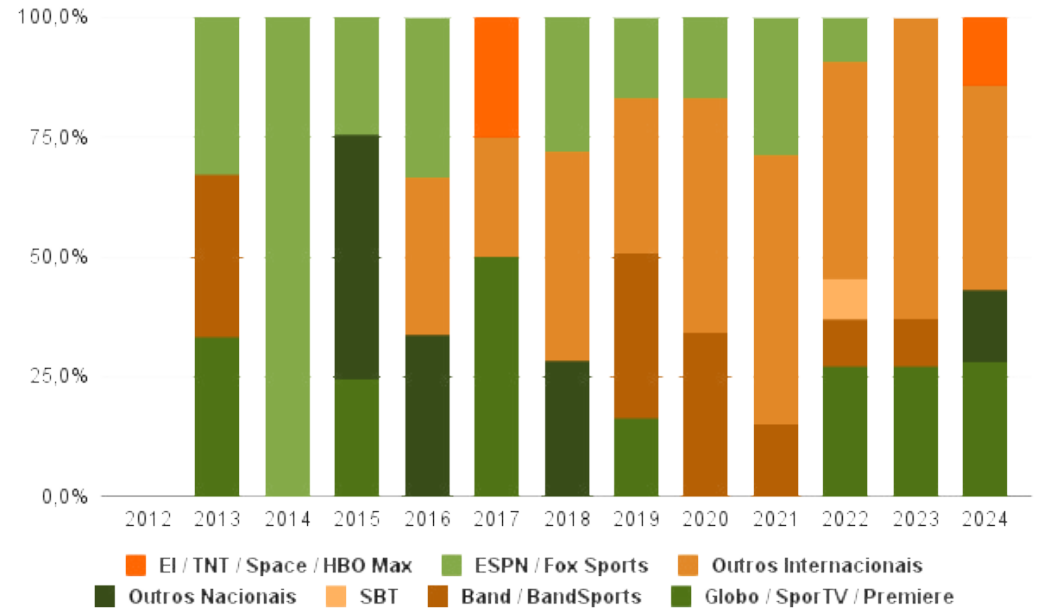
A meio campista, estrela da seleção brasileira, ressaltou em entrevista durante a última Copa do Mundo, em 2023, as dificuldades enfrentadas em sua trajetória: “sabe o que é legal? Eu não tinha uma ídola no futebol feminino. Vocês (jornalistas) não mostravam o futebol feminino. Como eu ia entender que eu poderia ser uma jogadora, chegar à seleção, sem ter uma referência? Hoje a gente sai na rua e os pais falam: ‘Minha filha quer ser igual a você’. Hoje temos nossas próprias referências. Não teria acontecido isso sem superar os obstáculos”, afirmou a rainha do futebol.

Campeonatos nacionais, regionais e de seleções de mulheres

A fim de entender o histórico da modalidade na mídia, o Observatório das Transmissões de Futebóis vem mapeando a exibição do futebol de mulheres no Brasil a partir de torneios internacionais (Champions League e Copa Libertadores da América), nacionais (Campeonato Brasileiro e Copa do Brasil) e de seleções (Copa do Mundo, Copa América e Eurocopa), desde 2012, além dos campeonatos estaduais, desde 2019, via TV aberta, fechada e plataformas digitais (streaming).

A partir deste levantamento de dados, percebemos um avanço importante na quantidade e diversidade de meios de comunicação dedicados à exibição do esporte em nosso país. Enquanto em 2012 não havia torneios televisionados, no ano de 2022, nove empresas exibiram cinco campeonatos diferentes, incluindo a Copa América e a Eurocopa.

TRANSMISSÃO DE TORNEIOS NACIONAIS, INTERNACIONAIS E DE SELEÇÕES DE FUTEBOL PROFISSIONAL DE MULHERES NO BRASIL (2012-2024)



Fonte: OBSERVATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS, 2024.

Tivemos a primeira Copa do Mundo feminina disputada em 1991 na China, entretanto com registros da transmissão de algumas partidas apenas em 2003, no canal fechado ESPN Brasil, e em 2007, na TV Bandeirantes (Castro, 2021). Em 2015, o Mundial realizado no Canadá foi transmitido na TV aberta (TV Brasil e Band), ainda que de forma parcial. Já na Copa de 2019, na França, bem como em 2023, na Austrália e na Nova Zelândia, houve maior mobilização da mídia e a decisão da Globo exibir os jogos da seleção canarinha em TV aberta, além de quase todo o campeonato na TV por assinatura (SporTV), sendo outro marco importante a transmissão de todas partidas em 2023 por streaming, via YouTube, no canal CazéTV.

Em relação às competições nacionais, o Campeonato Brasileiro passou a ser transmitido a partir de 2013. Nos moldes atuais, o torneio foi criado apenas em 2013, após algumas experiências descontinuadas da Liga Nacional de Futebol (LINAF) - entre 1983 a 1991 e 2006 a 2007 - e da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) - entre 1992 a 2001, cancelada em 1995, e desde 2013 até os dias atuais. Entre 2013 a 2014, o torneio foi transmitido na TV fechada pelos canais Fox Sports, Band Sports e SporTV, sendo televisionada em rede aberta pela primeira vez em 2015, com a iniciativa da TV Brasil (mídia pública), que exibiu a competição até 2018, com exceção do ano de 2017, retomando a veiculação em 2024.

No ano de 2007, a CBF criou a Copa do Brasil, exibida somente em 2013, pelo SporTV, e no último ano do torneio, em 2016, pelo Facebook. A plataforma americana do grupo Meta também mostrou o Campeonato Brasileiro entre 2016 e 2021, com um hiato entre 2019 e 2020. Concorrente direto, o Twitter (atual X) realizou experiências de transmissão do Brasileirão de 2018 (além da Copa América) e 2020. A partir de 2019, mesmo com a pandemia, cresce o interesse das emissoras e de algumas plataformas digitais, como DAZN, My Cujoo, Eleven Sports e YouTube, além da Conmebol TV, canal da federação sul americana, criado para transmitir a Copa Libertadores da América entre 2020 e 2021.

Em 2019, há o retorno da Band, emissora pioneira no esporte, passando a exibir, além da Copa do Mundo, o Campeonato Brasileiro, de 2019 a 2022, e a Libertadores de 2020 e 2023. Outro canal privado de mídia, de alcance nacional, o SBT, resumiu suas transmissões à Copa América de 2022. Por outro lado, o grupo Globo (TV Globo e SporTV) retoma as exibições da Libertadores e do Campeonato Brasileiro de 2022 a 2024, incluindo a Copa América de 2022 e a Copa do Mundo de 2023.

Em 2007, a CBF criou a Copa do Brasil, exibida somente em 2013, pelo SporTV, e no último ano do torneio, em 2016, pelo Facebook. A plataforma americana do grupo Meta também mostrou o Campeonato Brasileiro entre 2016 e 2021, com um hiato entre 2019 e 2020. Concorrente direto, o antigo Twitter realizou experiências de transmissão do Brasileirão de 2018 (além da Copa América) e 2020. A partir de 2019, ano de Copa do Mundo, mesmo com a pandemia, cresce o interesse das emissoras e de algumas plataformas digitais, como DAZN, My Cujoo, Eleven Sports e YouTube, além da Conmebol TV, canal da federação sul americana, criado para transmissão da Copa Libertadores da América entre 2020 e 2021.

Em 2019, há o retorno da Band, emissora pioneira no televisionamento do esporte, passando a exibir, além da Copa do Mundo, o Campeonato Brasileiro, de 2019 a 2022, e a Libertadores de 2020 e 2023. Outro canal privado de mídia, de alcance nacional, o SBT, resumiu suas transmissões do futebol de mulheres à Copa América de 2022. Por outro lado, a Globo retoma as exibições da Libertadores e do Campeonato Brasileiro de 2022 a 2024, incluindo a Copa América de 2022 e a Copa do Mundo de 2023.

Campeonatos estaduais de mulheres

Os campeonatos estaduais representam de modo bastante fiel a dura realidade que vive o futebol de mulheres no Brasil. O levantamento das transmissões dos torneios

locais, desde 2019 até os dias atuais, indica um aumento relevante da visibilidade do esporte, mas ainda aquém do futebol masculino. Além das desigualdades de gênero, chama atenção as diferenças regionais, sendo as regiões sul e sudeste privilegiadas em relação ao restante do território nacional, o que reafirma a pesquisa Monitor Ownership Media Brasil (Intervozes, 2018), cujos dados indicam uma forte concentração geográfica da mídia no país.

Em 2019, entre os 27 campeonatos estaduais, apenas quatro torneios (baiano, paraibano, brasiliense e paulista) foram exibidos em TV aberta. Por outro lado, treze edições tiveram transmissão por meio de plataformas digitais, sendo três estaduais do norte, quatro do nordeste, um do centro oeste, dois do sudeste e três do sul. Facebook, Youtube e, em menor escala, My Cujoo, se destacam nesse modelo de transmissão, onde clubes e federações aproveitam a ampla estrutura e base de dados dessas plataformas para alcançar maior audiência com pouco investimento.

A partir de 2020, apesar do cancelamento de nove campeonatos estaduais, por conta da pandemia, cresce a presença da mídia na exibição dos torneios locais. A TV aberta exibe sete edições, enquanto as plataformas transmitem doze campeonatos. Além da TV Cultura (paulista e paraense), do SBT (paraibano e mato-grossense), da TV Brasil (baiano e mineiro) e da RedeTV! (brasiliense), neste ano há a primeira exibição da Globo, que exibe o campeonato gaúcho.

Entre 2021 e 2022 há uma diminuição considerável da presença dos campeonatos estaduais de mulheres na TV aberta, o que talvez seja explicado pelos efeitos da pandemia. Em 2021, apenas cinco torneios foram exibidos em rede aberta (paraense, tocantinense, baiano, paraibano e capixaba), enquanto no ano seguinte, somente os campeonatos baiano e paulista tiveram transmissão na TV aberta. Em contrapartida, houve nesse período uma explosão de exibições via plataformas digitais, inclusive com o surgimento da Eleven Sports, empresa inglesa que comprou o My Cujoo em 2020, sendo adquirida pela DAZN em 2022. A título de exemplo, em 2021 somente quatro estaduais não tiveram exibição por plataformas digitais (paraense, maranhense, sergipano e sulmatogrossense).

Em 2023, há um avanço ainda tímido da rede Globo, que passa a exibir os torneios pernambucano, mineiro e paulista, além do campeonato gaúcho. Outras quatro competições são televisionadas pela TV Cultura (paulista, capixaba, cearense e paraense) e duas pela TV Brasil (tocantinense e baiano). Ao mesmo tempo, há um predomínio quase ditatorial do YouTube, que abrange a exibição de quinze campeonatos estaduais, entre os dezenove torneios exibidos via streaming.

Como corolário, importa ressaltar que o monopólio da mídia segue ditando as regras do jogo. Isso quando há retorno financeiro e viabilidade política para a exibição dos jogos. Caso contrário, os torneios são esquecidos pela mídia comercial e relegados aos esforços da mídia pública e de clubes e federações locais (Fernandes, 2023).

DIFICULDADES NA COLETA DE DADOS SOBRE TRANSMISSÕES DO FUTEBOL

Pesquisa do Intervozes e Universidade Federal de Alagoas aponta problemas nas informações sobre exibições de campeonatos.

Anderson David Gomes dos Santos e Maria Isabel Lopes

LE MONDE DIPLOMATIQUE BRASIL / 17 de maio de 2024
Publicado originalmente em: diplomatique.org.br/dados-sobre-transmissoes-do-futebol/

O Observatório das Transmissões de Futebóis foi criado em 2023 pelo Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social e o grupo de pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM/Universidade Federal de Alagoas-Ufal). A base de suas atividades é o levantamento das transmissões dos torneios de futebóis profissionais masculino e de mulheres no Brasil.

Este texto tem como objetivo principal discutir as principais dificuldades encontradas pelos pesquisadores no processo de coleta de dados sobre transmissões de futebóis no recorte temporal de 2012 a 2024, para torneios nacionais e internacionais, e de 2019 a 2024, para os estaduais.

O uso do termo "futebóis", ainda que cada vez mais comum na pesquisa sobre esse esporte no Brasil, se dá porque "o mundo do futebol era mais amplo e diversificado" (Damo, 2018, p. 39). Ao tratarmos de futebol profissional, incluímos as -transmissões de futebol de mulheres, envolvendo o - reconhecimento da importância dessa modalidade, mas também salientando que "este futebol tem uma história singular; sua diáspora foi bloqueada e, de certo modo, ela pouco tem a ver com questões de ordem geográfica" (idem, p. 50). E isso se reflete nas transmissões.

Como os direitos de transmissão foram dispersos ao longo desse período, os jogos começaram a ser transmitidos em diferentes veículos de comunicação, o que torna difícil saber onde serão exibidos. A discussão qualitativa e específica a partir desses resultados vem ocorrendo aos poucos em publicações no portal Ludopédio, em eventos sobre futebol e mídia e, em breve, estarão disponíveis em site próprio, a ser lançado em maio, com disponibilização da base completa de dados.

Sobre as técnicas de coleta de dados

A coleta de dados é um procedimento fundamental para o planejamento de qualquer pesquisa, pois é a forma de adquirir as informações necessárias (Coelho, 2017). Para entender esse processo, imagine organizar uma viagem e escolher a melhor logística até o seu destino. A fim de alcançar esse objetivo, é necessário ter informações exatas e atualizadas sobre possíveis rotas, tráfego e condições das estradas. Da mesma forma, em investigações acadêmicas, a coleta de informações precisas e relevantes é essencial para manter a integridade e a validade da pesquisa. O sucesso do estudo depende significativamente dos métodos de levantamento de dados utilizados pelos pesquisadores.

De acordo com Gil (1996), a coleta de dados em estudos de caso envolve a utilização de diversas fontes de evidências. Assim, validar a fiabilidade dessas fontes é essencial, uma vez que a eficácia da investigação depende fortemente de quão bem estão reunidos os fatos. É importante que os dados coletados sejam precisos, completos e pertinentes ao objetivo da pesquisa. Além disso, com o progresso tecnológico, lidamos muitas vezes com dados extensos e desorganizados. Isso requer o emprego de ferramentas e métodos sofisticados para coletar, armazenar e examinar essas informações (Coelho, 2017).

Apesar das dificuldades, ao superar essas barreiras, podemos utilizar o potencial de uma base de dados para melhorar a tomada de decisões, realizar pesquisas eficazes e aprimorar a nossa compreensão em vários domínios.

Síntese metodológica

Na atualidade, existem várias formas de se manter atualizado sobre os jogos de futebol, como canais de TV gratuitos, serviços de assinatura, pay-per-view e demais plataformas online. Isso vem causando dúvidas em torcedoras e torcedores para saber onde o jogo que interessa vai ser transmitido.

Por isso, a primeira atividade do Observatório das Transmissões de Futebóis foi o "Levantamento de Transmissões de Futebóis no Brasil", desenvolvido de agosto de 2023 a fevereiro de 2024, enquanto projeto de pesquisa em fluxo contínuo na Universidade Federal de Alagoas (Ufal). A busca se deu especialmente a partir de fontes secundárias, partindo de sites noticiosos que atuam com a cobertura midiática, assim como perfis em redes sociais que publicam a programação das transmissões. Essa etapa envolveu o trabalho de estudantes de graduação (Jornalismo, Ciências Econômicas e Educação Física), de doutorado (Geografia e Comunicação) e profissionais com interesse no futebol (jornalistas e geógrafos).

Para apresentar aqui as dificuldades encontradas pelos pesquisadores, elaboramos um formulário para indicar os seguintes pontos: importância da qualidade dos dados; problemas encontrados; pulverização das transmissões; acessibilidade das informações em fontes primárias (federações e organizadores de torneios de forma geral); e o que poderia ser aprimorado no mapeamento. O foco deste texto será o segundo ponto, ainda que os demais apareçam na argumentação.

Ilustração: INTERVOZES, 2024

Problemas encontrados

Todas as oito pessoas pesquisadoras indicaram ter encontrado dificuldades em algum momento do processo. No geral, isso está relacionado com a questão de os jogos serem exibidos por distintas plataformas e empresas midiáticas, algumas das quais deixaram de existir, o que complicou o monitoramento de todas as fontes e a manutenção da precisão dos dados recolhidos.

Isso se acentua quando há limites ao acesso às informações por fontes primárias, federações e os próprios grupos midiáticos que adquirem direitos de transmissões de determinado evento. Vale ressaltar que não existe uma base única de dados sobre essas exibições, bem como são raros os casos em que os meios de comunicação apresentam informações sistematizadas. A fim de conferir os resultados da pesquisa, a equipe do Observatório enviou e-mail para todas as 27 federações estaduais de futebol, pedindo informações sobre as transmissões de campeonatos locais. No entanto, até agora não houve nenhuma resposta.

Apesar de haver uma lei de acesso à informação no Brasil, esta é restrita para obrigações de organizações públicas ou com algum vínculo público-estatal. Assim, a falta de transparência e consistência no compartilhamento de dados tem sido a regra do jogo, o que dificulta a análise e compreensão do cenário esportivo e midiático no país, como afirma a jornalista Amanda Trovó: "Isso foi um fator que impediu a coleta de muitos dados, causando inclusive choque de informações. Com essa falta de informações sobre a transmissão, a motivação do torcedor para assistir à partida diminui e, como pesquisadora, o processo de coleta de dados terminou sendo mais conflitivo do que esperava, afinal, as informações não eram claras sobre as transmissões e em alguns momentos, não existiam".

A falta de dados sobre qual canal detém o direito de imagem é mais escassa nos casos de torneios que não ocupam o polo hegemônico do campo social esportivo no Brasil, ou seja, fora do centro-sul e da prática de homens.

O doutorando em Geografia Jonathan Ferreira indicou algumas questões relacionadas à dificuldade na obtenção de dados de campeonatos estaduais transmitidos por empresas locais, efeito do modelo de difusão comunicacional centralizado. Entretanto, o problema vai além do escopo midiático, como indicado pelo geógrafo Iago Vernek: "Percebemos a falta de informações inclusive das mídias [desses] locais [fora da hegemonia] sobre partidas televisionadas ou transmitidas em plataformas. Muitas vezes, são os próprios clubes que exibem seus jogos, sem muita divulgação. O mecanismo de busca do Google, bastante concentrado nos grandes meios de comunicação, também torna a pesquisa enviesada".

As dificuldades sobre a pesquisa das transmissões de campeonatos da região Norte foram relatadas por duas pessoas. A diferença de calendário de alguns estaduais da região dificultou a coleta, pois era necessário maior atenção para o recorte temporal da busca. Micaelle Cristina, estudante de Educação Física e responsável pelos torneios de mulheres nessa região, apontou que esse cruzamento de pontos de investigação levou a uma maior complexidade aos esforços da recolha de dados: "primeiramente por ter sido o futebol feminino e também por ser da região Norte, pois a falta de informações e desvalorização do esporte nessa região dificultou bastante".

Sobre o futebol de mulheres, Amanda Trovó indicou o quanto foi difícil conseguir dados sobre as competições estaduais, enquanto os torneios nacionais e internacionais apresentaram mais informações ao longo do tempo. Problema semelhante de Henrique Sales Barros, jornalista, que indicou a falta desse repasse pelas federações estaduais. Sobre isso, vale indicar que em 2020, em meio à pandemia, nove estaduais femininos foram cancelados, o que não aconteceu no futebol masculino. Por outro lado, Antônio Bandeira, estudante de Jornalismo, relatou como mais um elemento de complexidade para esses casos o diferente formato de calendário do futebol de mulheres, com alguns estaduais ocorrendo no final do ano, após o torneio nacional.

As melhorias na coleta de dados de transmissões podem ser alcançadas com a compreensão das partes envolvidas em divulgar essas informações de forma ampla e sistematizada a cada início de torneio, de maneira que facilite a busca por veículos noticiosos de futebol, tanto por torcedores e jornalistas, como também por quem pesquisa o tema. Esse tem sido o objetivo do Observatório: alcançar certa padronização na apresentação e divulgação de dados por parte das emissoras, incentivar maior transparência por parte dos clubes e empresas responsáveis pelas transmissões, e o desenvolvimento de ferramentas e tecnologias que facilitem a coleta e análise de dados em tempo real.

o que esperar

Com base nessas questões levantadas, fica evidente que a coleta de dados sobre as transmissões dos futebóis é crucial para compreender a situação desportiva atual, levando em consideração a convergência midiática que envolve a radiodifusão, plataformas digitais e empresas de telecomunicações.

No entanto, existem vários obstáculos, principalmente por causa da dispersão dos direitos de transmissão, além da ausência de uniformidade e transparência nas informações fornecidas pelos agentes envolvidos na organização e transmissão dos campeonatos.

A regulamentação dos direitos de imagem no futebol espelha um jogo sem árbitro, sem a garantia de que todos sigam as regras e que o produto possa ser mais bem visibilizado, o que se acentua nos múltiplos casos fora do campo geográfico hegemônico desse esporte e da mídia no país.

Acreditamos que o Observatório pode se tornar uma referência importante tanto para a apresentação de uma base de dados em perspectiva histórica, mas também do ponto de vista analítico, de maneira a compreender cada momento específico de estruturação do mercado de transmissões, a partir

de uma sistematização dessas informações. Da mesma forma, a compreensão do desenvolvimento econômico desigual do Brasil, bem como das desigualdades de gênero, é um passo para analisar não apenas o topo da pirâmide futebolística e midiática nacional.

Anderson David Gomes dos Santos
Professor da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus do Sertão da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) e coordenador do Observatório das Transmissões de Futebóis

Maria Isabel Lopes
Estudante de graduação em Ciências Econômicas da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus do Sertão da Ufal e pesquisadora do Observatório das Transmissões de Futebóis

Referências bibliográficas

COELHO, B. Análise de dados: o que é e como fazer? Mettzer, s/l, 26 set. 2017. Disponível em: https://blog.mettzer.com/analise-de-dados/. Acesso em: 30 abr. 2024.

DAMO, A. Futebóis – da horizontalidade epistemológica à diversidade política. Fulia, Belo Horizonte, v. 3, n. 3, p. 37-66, set./dez. 2018.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

AS TRANSMISSÕES DO FUTEBOL DE MULHERES NO TERRITÓRIO BRASILEIRO

Dificuldades na exibição da modalidade expõem problemas históricos relacionados à organização e estrutura de clubes e federações.

Amanda Trovó e Iago Vernek Fernandes

LE MONDE DIPLOMATIQUE BRASIL / 10 de julho de 2024

Publicado originalmente em: diplomatique.org.br/as-transmissoes-do-futebol-de-mulheres-no-territorio-brasileiro/

O futebol de mulheres enfrenta há muitos anos uma série de problemas relacionados à organização e estrutura de clubes e federações, onde se incluem as transmissões midiáticas. A presença recente nos principais meios de comunicação de massa enseja um novo caminho para o esporte, que conviveu com certo ostracismo ao longo das últimas décadas.

No Brasil, "os primeiros jogos televisionados do futebol de mulheres só aconteceram, esporadicamente, a partir de 1990, no canal aberto TV Bandeirantes" (Castro, 2021, p. 1), mas foi durante os Jogos Panamericanos de 2007, realizados no Rio de Janeiro, que houve maior regularidade nas exibições.

Convivendo com a proibição desde 1941, por ordem do então presidente Getúlio Vargas, até 1983, no fim da ditadura militar, a modalidade ganhou visibilidade após a ascensão de Marta, considerada a melhor jogadora do mundo por seis vezes (2006, 2007, 2008, 2009, 2010 e 2018).

A meio campista, estrela da seleção brasileira, ressaltou em entrevista durante a última Copa do Mundo, em 2023, as dificuldades enfrentadas em sua trajetória: "Sabe o que é legal? Eu não tinha uma ídola no futebol feminino. Vocês (jornalistas) não mostravam o futebol feminino. Como eu ia entender que eu poderia ser uma jogadora, chegar à seleção, sem ter uma referência? Hoje a gente sai na rua e os pais falam: 'Minha filha quer ser igual a você'. Hoje temos nossas próprias referências. Não teria acontecido isso sem superar os obstáculos", afirmou a rainha do futebol.

As barreiras certamente foram muitas e seguem imperando em muitos lugares, mas, de certa forma, Marta representa um crescimento do futebol feminino brasileiro no mundo, "abrindo portas para a igualdade", como ela mesma diz. Fruto do seu trabalho e de outras grandes jogadoras, algumas das quais se tornaram gestoras do esporte, o Brasil será sede da Copa do Mundo Feminina de 2027. A décima edição da principal competição de seleções do futebol de mulheres será a primeira disputada na América do Sul.

Como nem tudo são flores, apesar da ampliação dos investimentos, da presença de mulheres na imprensa e do próprio reconhecimento do futebol feminino no meio esportivo, ainda há uma desigualdade gigantesca, não apenas em relação ao futebol masculino, mas também em termos regionais, sobretudo no Norte e Nordeste do país, onde predomina uma enorme precariedade.

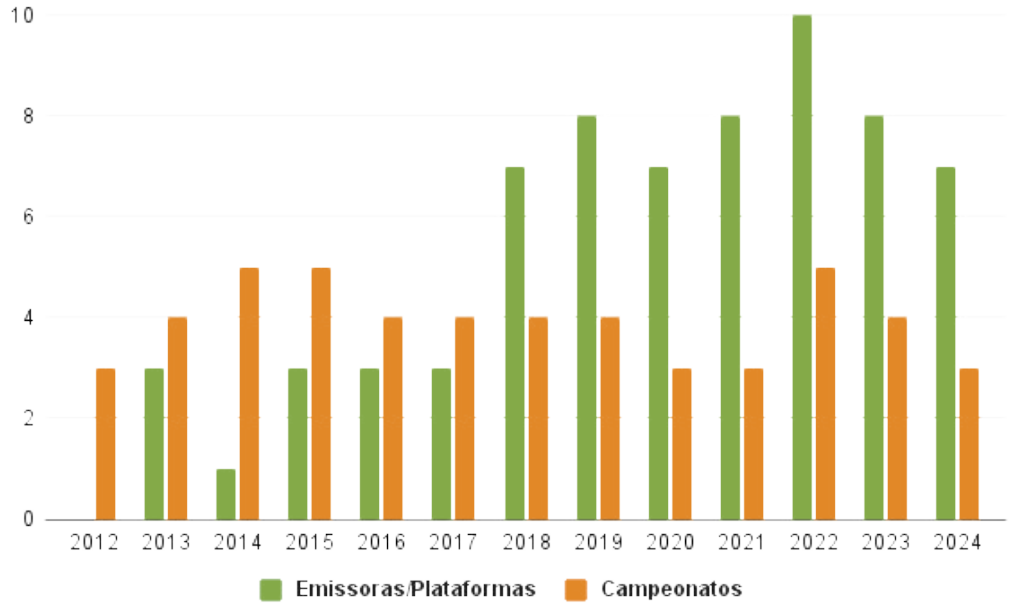
Fonte: Fábio Abreu

A ampliação e a diversificação das transmissões dos campeonatos femininos nacionais e de seleções no Brasil

A fim de entender a situação do futebol de mulheres na mídia, inclusive em uma perspectiva histórica, o Observatório das Transmissões de Futebóis vem mapeando a exibição de torneios internacionais (Champions League e Copa Libertadores da América), nacionais (Campeonato Brasileiro e Copa do Brasil) e de seleções (Copa do Mundo, Copa América e Eurocopa), desde 2012, além dos campeonatos estaduais, desde 2019, via TV aberta, fechada e plataformas digitais (streaming).

A partir deste levantamento de dados, percebemos um avanço importante na quantidade e diversidade de veículos dedicados à exibição do esporte no Brasil. Enquanto em 2012 não havia televisionamento de torneios (nacionais, internacionais e de seleções), no ano de 2022, dez empresas exibiram cinco campeonatos diferentes. Conforme podemos perceber no gráfico abaixo, a tendência tem sido de expansão do futebol de mulheres no Brasil em relação à quantidade de emissoras e plataformas que transmitem os jogos.

EMISSORAS E CAMPEONATOS NACIONAIS, INTERNACIONAIS E DE SELEÇÕES DE FUTEBOL PROFISSIONAL DE MULHERES NO BRASIL (2012-2024)



Fonte: OBSERVATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS, 2024.

A primeira Copa do Mundo feminina foi disputada apenas em 1991 na China, entretanto com registros das partidas no Brasil apenas em 2003, no canal fechado ESPN Brasil, e em 2007, na TV Bandeirantes (Castro, 2021). A título de comparação, no caso do futebol masculino, o primeiro mundial de seleções foi disputado em 1930 no Uruguai, sendo televisionado no Brasil pela primeira vez em 1954.

Ainda sobre a história das copas, o mundial feminino de 2015, realizado no Canadá, foi transmitido na TV Brasil e na Band, ainda de forma parcial. Já na Copa de 2019, na França, bem como em 2023, na Austrália e na Nova Zelândia, houve maior mobilização da mídia e a decisão da Globo exibir os jogos da seleção canarinha em TV aberta, além de quase todo o torneio na TV por assinatura (SporTV). Desde então, como pode ser observado no gráfico abaixo, há uma diversificação e ampliação de esforços dos meios de comunicação na cobertura dos torneios profissionais de futebol de mulheres. Nesse sentido, foi um marco importante a exibição de todas as partidas da Copa de 2023 por streaming, via YouTube, no canal CazéTV, além da plataforma FIFA+.

Em relação ao futebol nacional, entre 2013 a 2014, o Campeonato Brasileiro foi transmitido na TV fechada pelos canais Fox Sports, Band Sports e SporTV, sendo televisionado em rede aberta pela primeira vez somente em 2015, com a iniciativa da TV Brasil, emissora pública vinculada à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que exibiu a competição até 2018, com exceção do ano de 2017, retomando a veiculação em 2024.

No ano de 2007, a CBF criou a Copa do Brasil, exibida somente em 2013 pelo SporTV e no último ano do torneio, em 2016, pelo Facebook. A plataforma americana do grupo Meta também mostrou o Campeonato Brasileiro entre 2016 e 2021, com um hiato entre 2019 e 2020. Concorrente direto, o Twitter (atual X) realizou experiências de transmissão do Brasileirão de 2018 (além da Copa América) e 2020.

A partir de 2019, mesmo com a pandemia, cresce o interesse das emissoras e de algumas plataformas digitais, como DAZN, My Cujoo, Eleven Sports e YouTube, além da Conmebol TV, canal próprio da federação sul-americana de futebol, criado para transmitir a Copa Libertadores da América.

Em 2019, há também o retorno da Band, emissora pioneira no futebol praticado por mulheres no Brasil, passando a exibir, além da Copa do Mundo, o Campeonato Brasileiro, de 2019 a 2022, e a Libertadores de 2020 e 2023. Outro canal privado de alcance nacional, o SBT resumiu suas transmissões à Copa América de 2022. Por outro lado, o grupo Globo (TV Globo e SporTV) retoma as exibições da Libertadores e do Campeonato Brasileiro de 2022 a 2024, incluindo a Copa América de 2022 e a Copa do Mundo de 2023. Por fim, em 2017, o SporTV assumiu a *(1 _____ nos moldes atuais, o Campeonato Brasileiro foi criado apenas em 2013, após algumas experiências descontinuadas da Liga Nacional de Futebol (LINAF) - entre 1983 a 1991 e 2006 a 2007 - e da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) - entre 1992 a 2001.)* transmissão da Eurocopa, substituída em 2022 pela ESPN e pelo canal de streaming da UEFA, a UEFA TV.

O avanço do streaming nas transmissões dos campeonatos femininos internacionais no Brasil

Se há uma forte concorrência entre conglomerados de mídia nacionais e estrangeiros para exibir torneios brasileiros, sul-americanos e de seleções, no caso dos torneios internacionais de clubes, a ESPN aparece como um agente pioneiro. A partir de 2018, a emissora de propriedade do grupo Disney destinou espaço para a transmissão da UEFA Champions League na TV por assinatura e no WatchESPN (antigo canal de streaming).

Em 2022, a ESPN deixa o principal torneio europeu de futebol feminino, emplacado por DAZN e YouTube. No ano seguinte, em 2023, a CazéTV assumiu a final do campeonato. Já em 2024, a transmissão contou com uma cobertura completa da TNT, do Space e da antiga HBO Max (agora denominada como Max), veículos pertencentes ao grupo Discovery, após fusão com a WarnerMedia, negociada pela AT&T no ano de 2021.

Enquanto gigantes da comunicação têm avançado sobre o futebol brasileiro, é possível observar o crescimento do streaming, acirrando a disputa por catálogos atrativos que justifiquem os preços sugeridos. Apesar da promessa de democratização e rompimento das barreiras na transmissão de esportes, esta ferramenta de serviços online tem provocado maior dificuldade de acesso aos campeonatos, fragmentando os conteúdos midiáticos, disponibilizados segundo critérios de audiência e precificação.

Por meio de parcerias com provedores de TV a cabo (ClaroTV/Net, Sky, Vivo) e empresas de mídia e tecnologia (LiveMode, Mercado Livre, Zapping, Youtube, Facebook, TikTok), serviços como Star+ (ESPN), Max (HBO/TNT), Prime (Amazon), Nosso Futebol, Paramount+, Disney+, DAZN, GloboPlay e Premiere (Globo) oferecem possibilidades de acompanhar as partidas via TV, computador ou smartphone, ao vivo ou após o término do jogo, podendo custar R$ 1,2 mil por ano. Neste cenário de plataformização das

transmissões, a fim de driblar os altos valores, a pirataria tem sido a alternativa encontrada por muitos torcedores.

Incipiente no Brasil, o streaming é o grande responsável pela consolidação da liga nacional feminina dos Estados Unidos – a NWSL. Por lá, os direitos de transmissão movimentam cerca de US$ 60 milhões por ano, fundando as bases necessárias para o desenvolvimento deste importante centro esportivo no sistema internacional do futebol de mulheres. Em 2023, o torneio foi exibido para mais de 25 países ao redor do mundo, sendo transmitido no Brasil pelo canal GOAT, via YouTube.

Em contrapartida, muito distante da capacidade financeira da liga americana, a Copa Libertadores da América começou a ser transmitida no Brasil em 2015 pela antiga FoxSports (agora parte do grupo ESPN). Isso se repetiu em 2016 e em 2021. Já em 2017, com a ascensão do streaming, o Facebook dividiu a transmissão da competição com o antigo Esporte Interativo (agora parte da TNT). No ano seguinte, em 2018, a exibição retornou ao FoxSports e em 2019 foi para a DAZN. Em 2020, a BandSports divide a exibição da Libertadores com o próprio streaming da confederação sul-americana, a Conmebol TV.

Nesta contínua instabilidade, em 2022, os direitos de transmissão do torneio vão para o SporTV, junto com a PlutoTV/Paramount+ e o Facebook. Esse modelo se repete em 2023, porém com o fim da parceria entre Facebook e Conmebol, que destinou os direitos de imagem ao BandSports e ao YouTube. Por fim, em 2024, a exibição fica por conta da Globo, na TV aberta e fechada, por meio do SporTV.

Dificuldades na exibição do futebol de mulheres no Brasil

Como corolário, importa ressaltar que o monopólio da mídia segue ditando as regras do jogo. Isso quando há retorno financeiro e viabilidade política para a exibição dos jogos. Caso contrário, os torneios são esquecidos por veículos comerciais e relegados aos esforços da mídia pública e de clubes e federações locais (Fernandes, 2023). Como afirmou a professora doutora Mariane Pisani (UFPI) ao podcast O Jogo é Hoje, "o que não é visto, não é lembrado. O que não é transmitido, não pode ser consumido".

De certa forma, apesar dos novos passos dados para a consolidação do futebol de mulheres no Brasil, o esporte ainda é marginalizado dentro do cenário das transmissões esportivas.

O abismo da distribuição dos campeonatos para as emissoras e os streamings quando comparado ao futebol masculino ainda torna a modalidade um tanto quanto desconhecida popularmente, sendo frequentemente alvo de ataques misóginos.

Porém, dado o fato que o futebol de mulheres foi proibido por muito tempo em território brasileiro e que os campeonatos começaram a ganhar relevância nas disputas dos players das transmissões somente nos últimos anos, principalmente a partir de 2019, após a Copa do Mundo, é necessário reconhecer que esse esporte já conseguiu seu espaço ao sol.

A ampliação das transmissões dos campeonatos nacionais, internacionais e de seleções, além dos estaduais (analisados em artigo futuro), fazem com que a única referência já não seja somente a Marta. Apesar de ser a maior jogadora da história, hoje lidamos com a possibilidade do surgimento de novas ídolas.

Apesar do monopólio de conglomerados midiáticos nacionais e estrangeiros, definindo os rumos do esporte, saber onde as partidas serão transmitidas e quem serão as protagonistas do espetáculo, faz com que aumente a empatia popular.

Nesse sentido, o Observatório das Transmissões de Futebóis tem trabalhado para investigar o acesso à exibição do futebol de mulheres, produzindo informações que podem ser relevantes para pesquisadores e

jornalistas. Assim, o esporte pode ser reconhecido pela devida grandiosidade de suas antigas e novas referências esportivas.

O futebol feminino tem um longo caminho a percorrer para se consolidar no imaginário popular, mas após anos de lutas árduas, a modalidade começa a dar seus primeiros passos em direção ao sucesso. Sigamos nessa direção.

Amanda Trovó
Bacharel em Relações Internacionais pela UNIMEP (Universidade Metodista de Piracicaba), pesquisadora do Observatório das Transmissões de Futebóis e membra do grupo de estudos Futebol Dentro e Fora das Quatro Linhas (MDF4L)

Iago Vernek Fernandes
Mestrando em Planejamento e Gestão do Território pela UFABC (Universidade Federal do ABC), coordenador do Observatório das Transmissões de Futebóis e associado ao Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação

TRANSMISSÕES POR STREAMING E DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO: UMA FALSA SIMETRIA?

Plataformização da mídia e fragmentação do conteúdo têm redefinido o panorama do acesso à informação e ao futebol

Iago Vernek Fernandes e Jonathan Ferreira

LE MONDE DIPLOMATIQUE BRASIL / 14 de setembro de 2024
Publicado originalmente em: https://diplomatique.org.br/transmissoes-por-streaming-e-democratizacao-do-acesso-uma-falsa-simetria/

Nos dias atuais, em que as tecnologias da informação moldam a nossa rotina, somos levados a acreditar que a conectividade global e a liberdade de escolha são acessíveis a todas as pessoas. No entanto, à medida que os fluxos informacionais aceleram e impõem novas dinâmicas, surge uma reflexão crucial: essas tecnologias, em vez de democratizar, podem acentuar as desigualdades existentes?

A fim de entender as relações entre o futebol e a mídia, o Observatório das Transmissões de Futebóis — um projeto desenvolvido pelo Intervozes junto ao grupo de pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM/UFAL) — realizou um mapeamento das exibições do futebol profissional masculino e de mulheres no Brasil, via TV aberta, fechada e plataformas digitais, desde 2012 até 2024, envolvendo campeonatos nacionais, internacionais, estaduais e de seleções.

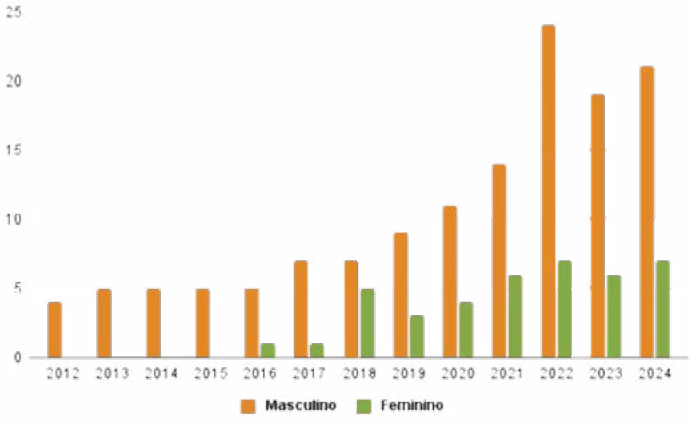
Diante da crescente presença dos serviços de streaming, a plataformização da mídia e a fragmentação do conteúdo têm redefinido o panorama do acesso à informação e ao futebol. Num contexto de ampla exploração dos dados pessoais e modulação da audiência, enquanto os torcedores sofrem com a dificuldade de acompanhar os jogos, algumas empresas brasileiras e estrangeiras, lucrando cifras gigantescas, se revezam nas transmissões esportivas.

Imagem: Divulgação CazéTV

Origem e avanço do streaming no futebol brasileiro: uma perspectiva crítica do acesso à informação

Ao observar as tendências dos principais campeonatos exibidos no Brasil, nota-se um aumento significativo das transmissões online, sobretudo a partir de 2018, com a chegada de empresas como Facebook, DAZN, Twitter e My Cujoo (vide gráfico abaixo) para o audiovisual esportivo. Antes disso, em 2012, a ESPN e o Esporte Interativo lançaram suas próprias plataformas de streaming, o WatchESPN e o El Plus, seguindo uma experiência anunciada pelo grupo Globo, maior conglomerado midiático do país, a partir do Premiere, um canal de pay-per-view dedicado ao futebol e hospedado na TV por assinatura.

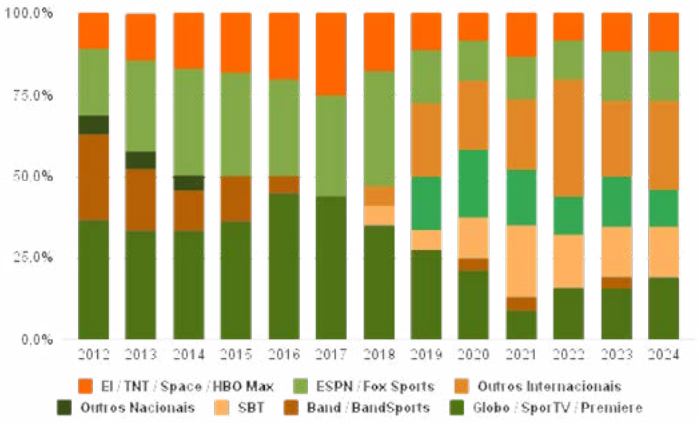
TRANSMISSÕES POR STREAMING DE CAMPEONATOS NACIONAIS, REGIONAIS, INTERNACIONAIS E DE SELEÇÕES DE FUTEBOL PROFISSIONAL MASCULINO E FEMININO NO BRASIL (2012-2024)



Em um cenário de convergência tecnológica e diversificação no formato dos conteúdos midiáticos, um movimento de renúncia da Globo à veiculação de eventos importantes como a Copa Libertadores da América (entre 2020 e 2022), o Campeonato Carioca (a partir de 2021), o Campeonato Paulista (a partir de 2022) e até mesmo a Fórmula 1 (a partir de 2021), permitiu a entrada de outros atores nas transmissões esportivas, o que acirrou as disputas em um mercado em expansão.

Enquanto o esporte bretão atrai interesse econômico de gigantes da comunicação, a receita advinda dos direitos de imagem tem sido cada vez mais fundamental para a sustentabilidade dos clubes, sobretudo onde há poucas formas de obter rendimentos. Nesse sentido, se por um lado, sobretudo após 2022, ganham protagonismo novos veículos estrangeiros, como Conmebol TV (parceria com a Band no Brasil), Star+/Disney+ (ESPN), Max (Warner/Discovery), Paramount+, Prime Video e Twitch (Amazon), TikTok (ByteDance) e YouTube (Alphabet); por outro, conglomerados nacionais de mídia, a exemplo de SBT, Band e Record, buscam manter alguma relevância neste importante setor da indústria cultural do país (vide gráfico abaixo).

TRANSMISSÃO DE TORNEIOS NACIONAIS, INTERNACIONAIS E DE SELEÇÕES DE FUTEBOL PROFISSIONAL MASCULINO NO BRASIL (2012-2024)



No que diz respeito ao futebol masculino, a principal competição internacional de clubes, UEFA Champions League, teve um domínio da Globo, em parceria com a ESPN, nas transmissões entre 2012 e 2018, numa divisão de direitos que perdurou no Brasil até a entrada do Fox Sports, com o canal do grupo Disney transmitindo os torneios europeus enquanto o Sportv focava nos nacionais e torneios de seleções. A partir de 2015, os canais Esporte Interativo (existente até 2018), TNT e Space (propriedades do grupo Warner/Discovery) assumiram a exibição até 2024. A saída da Globo fora ocupada pelo Facebook Watch até 2021,

quando o SBT entra na disputa e a Warner/Discovery ativa um canal de streaming próprio, então HBO Max.

A UEFA Europa League, por sua vez, foi exibida por Terra e Esporte Interativo até 2014. Entre 2015 e 2018, a Fox Sports ganhou destaque, sendo que em 2019, após a aquisição do veículo pelo Grupo Disney, a ESPN passou a ser a principal responsável pelas transmissões. Nesse mesmo período, o SBT e a TV Cultura também veicularam o torneio.

No continente sul-americano, desde 2012, a Copa Libertadores foi transmitida por Globo e Fox Sports. No ano de 2019, entra em cena o Facebook, que mantém a exibição do torneio até 2022, abrindo caminhos para novos formatos de transmissões. Vale ressaltar que mesmo após a aquisição da FoxSports pelo Grupo Disney, o canal continuou operando no Brasil até 2021, quando foi substituído pela ESPN. Neste ano, o SBT adquiriu os direitos da competição, junto com a Paramount+, canal norte-americano que vem assumindo um papel significativo nos últimos anos, ao lado da ESPN/Star+/Disney+.

Em relação aos torneios nacionais, tanto o Campeonato Brasileiro quanto a Copa do Brasil sempre contaram com a Globo como principal detentora dos direitos de imagem. De 2019 a 2021, a TNT exibiu jogos de alguns clubes da Série A na TV fechada, retornando em 2023 com jogos do Athlético Paranaense como mandante. Nesta mesma brecha de transmissão sob pagamento, também em 2023, a Cazé TV, em seu canal no YouTube, surge como mais uma alternativa para a torcida do Furacão - com retransmissão no Prime Video em 2024 - , que possui inclusive um canal próprio de veiculação das partidas (Rede Furacão). A partir de 2022, a Amazon, por meio da plataforma Prime Vídeo, compartilha os direitos de imagem da Copa do Brasil com a Globo.

Em relação aos campeonatos regionais, a Globo e o Esporte Interativo foram responsáveis pela maior parte das transmissões da Copa do Nordeste até 2018, quando o SBT e a Fox Sports passaram a dividir essa tarefa com plataformas de streaming ou pay-per-view criadas ou testadas para a competição (LiveFC, Nordeste FC, Nosso Futebol+, Twitch e Tik Tok). A Copa Verde, que atrai um público mais específico, teve exibições variadas por Esporte Interativo Plus, MyCujoo, TV Brasil e DAZN.

No que tange aos campeonatos de seleções, na Copa do Mundo, a Globo manteve o domínio das transmissões, com a Fox Sports e a Band oferecendo, ocasionalmente, cobertura adicional. No caso da Copa América, a Globo também se destacou como a principal emissora, sendo que a ESPN e o SBT assumiram algumas edições anteriores, no caso da TV aberta, no momento de reorganização de contratos durante a pandemia de Covid-19.

Por fim, a trajetória das transmissões dos principais campeonatos de futebol feminino tem sido marcada por significativos vazios ao longo dos anos, refletindo a atenção tardia dada ao esporte em comparação com o futebol masculino. Até 2016, competições continentais, tais como a Champions League Feminina e a Copa Libertadores da América Feminina, não contavam com uma cobertura televisiva consistente. Em contrapartida, a incorporação do futebol feminino nas plataformas digitais passou a preencher alguns espaços deixados pela televisão, sobretudo a partir de 2017, quando teve início uma mudança gradual nas transmissões da modalidade.

2 _____ A transmissão dos jogos pela TNT e pela CazéTV, na Twitch e no YouTube, é resultado direto da Lei do Mandante, Lei nº 14.205/2021, que alterou as regras sobre os direitos de transmissão de eventos esportivos, permitindo que o mandante da partida decida de que forma a transmissão será realizada.

Acesso a internet e a contradição da audiência

Enquanto as tecnologias da informação fomentam a ideia de que vivemos em um mundo onde o acesso ao conteúdo midiático é democratizado, dados da pesquisa TIC

Domicílios, realizada pelo Nic.br (CGI), indicam que apesar de 84% dos lares brasileiros estarem conectados à internet, as camadas mais vulneráveis da população, especialmente aquelas localizadas nas periferias urbanas e nas áreas rurais, ainda enfrentam barreiras significativas para a inclusão digital.

A comparação da audiência das principais plataformas de streaming e da TV aberta provoca outra importante reflexão: será que não estamos a uma falsa simetria? A título de exemplo, a Globo afirma ter alcançado, durante as Olimpíadas de 2024 em Londres, cerca de 140 milhões de telespectadores (somando Rede Globo, SporTV, Globoplay e GE.com). Por outro lado, a CazéTV no mesmo evento, alcançou aproximadamente 40 milhões de dispositivos diferentes, além de aproximadamente 2 milhões de novos inscritos.

Outro ponto central acerca da complexidade do fenômeno é justamente a distinção entre "visualização" e "audiência". Conforme apontado no site Valor Econômico, "view" não equivale necessariamente a uma pessoa assistindo ao conteúdo, pois este pode ser gerado por acessos curtos ou interações não humanas (bots, por exemplo). Essa falha na medição da audiência online revela um problema estrutural: a incapacidade de compreender o verdadeiro impacto e alcance do streaming no Brasil. Se na televisão aberta a audiência é medida de uma forma mais precisa e controlada, com sistemas como o do Kantar IBOPE, na internet os dados podem ser superfaturados ou distorcidos. Ressalta-se ainda o enorme mercado clandestino de transmissões, via sites e equipamentos piratas, criminalizados pelo Estado.

Rivalidade e cooperação entre conglomerados nacionais e internacionais de mídia: mais do mesmo ou algo novo?

O controle das transmissões, antes concentrado em poucas emissoras de televisão, hoje está disperso entre um número crescente de atores — muitos deles ligados ao capital financeiro global. Essa diversificação, inclusive no formato dos conteúdos, embora aparente uma democratização do consumo midiático, esbarra em inúmeras distorções. Apesar do alcance relevante das plataformas digitais, uma análise mais cuidadosa revela dados inflados e pouco transparentes, já que o acesso precário à internet ainda é uma realidade em muitas regiões do Brasil.

Em meio a transformações significativas, como a possibilidade de acompanhar uma gama maior de partidas através de plataformas gratuitas, a reorganização do mercado midiático se reflete na disputa pelos direitos de transmissão das principais competições futebolísticas. Neste _____ (*3. Como apontam Franciani Bernardes e Aline Souza, do Intervozes, as desigualdades na conexão refletem as profundas fragmentações sociais e econômicas do país. É nesse ponto que as desigualdades territoriais se revelam: a inclusão digital não se limita ao simples ato de estar conectado, mas ao poder real de participação, criação e consumo de conteúdo — uma autonomia e possibilidade que muitos ainda não têm.)* contexto, o monopólio de emissoras tradicionais de TV, como a Globo, Band, Record e SBT, é abalado por um grupo de empresas, frequentemente vinculadas ao capital financeiro global.

Principal parceira da Cazé TV, a partir do gerenciamento de marketing e direitos esportivos, a LiveMode exemplifica a adoção de uma outra estratégia: aumentar o número de transmissões, apostando que a fragmentação gera mais receita do que a concentração em uma única plataforma. Esse modelo contrasta fortemente com o da televisão aberta, havendo um confronto de paradigmas.

Apesar do sucesso recente (mesmo que com alguns fracassos) das plataformas de streaming, a TV Globo, com uma infraestrutura consolidada e redes espalhadas por todo o país, ainda consegue alcançar um público significativamente maior do que as transmissões via internet. Dados fornecidos pela própria Globo mostram que a emissora atinge um número de espectadores muito superior comparado às suas transmissões

online. Esses números são fundamentais para um primeiro entendimento desta falsa simetria, onde a percepção de democratização do acesso pode, na verdade, ser uma ilusão.

Iago Vernek Fernandes
Mestrando em Planejamento e Gestão do Território pela UFABC (Universidade Federal do ABC), coordenador do Observatório das Transmissões de Futebóis e associado ao Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação

Jonathan Ferreira
Doutorando pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – UNESP, campus de Rio Claro-SP e Université libre de Bruxelles (Centre d'étude de la vie politique), membro do grupo de estudos Mundo Dentro e Fora das Quatro Linhas (MDF4L), do Observatório das Transmissões de Futebóis e do Observatório Social do Futebol (UERJ).

4 _____ A Liga Forte União (LFU), por exemplo, é controlada por grupos como a XP Investimentos, a General Atlantic (que também controla a LiveMode), e a Life Capital Partners. Essa estrutura de investimento, que se assemelha a uma rede interconectada, evidencia como diversos intermediários controlam os clubes de futebol, refletindo um movimento já consolidado na Europa.

A FALTA DE TRANSMISSÕES EM TV ABERTA E A INVISIBILIDADE DOS CAMPEONATOS ESTADUAIS DE FUTEBOL NO BRASIL

Ausência do futebol local na mídia afeta regiões do território nacional com menor investimento de federações, clubes e patrocinadores

Iago Vernek e Raniery Soares

LE MONDE DIPLOMATIQUE BRASIL / 24 de outubro de 2024
Publicado originalmente em: https://diplomatique.org.br/a-falta-de-transmissoes-em-tv-aberta-e-a-invisibilidade-dos-campeonatos-estaduais-de-futebol-no-brasil/

As noites de quarta-feira – após a famosa "novela das nove" – e as tardes de domingo no imaginário do povo brasileiro têm relação direta com um programa exibido na TV aberta: a transmissão do futebol. Entretanto, apesar de ser algo que faz parte da cultura de boa parte dos telespectadores do país, a oportunidade de ver o time da sua cidade ou do seu estado "jogando na TV" não é uma realidade para todos os torcedores.

FONTE: INTERVOZES

Através de um mapeamento realizado pelo Observatório das Transmissões de Futebóis, com dados sobre transmissões de futebol profissional masculino no Brasil, foi constatado que no ano de 2024 cinco campeonatos estaduais não tiveram suas partidas transmitidas em TV aberta: Acre e Amapá (Região Norte); Maranhão (Região Nordeste); além de Distrito Federal e Mato Grosso do Sul (Região Centro-Oeste).

A situação do campeonato acreano é a mais preocupante. A competição reuniu 11 times, com o Independência conquistando o título de campeão, mas sem nenhuma transmissão por vídeo. No torneio amapaense, mesmo sem transmissões provenientes de TV aberta ou fechada, algumas iniciativas locais registradas no Youtube, em canais como FAF TV, Carcará TV e Brado TV, proporcionaram ao torcedor acompanhar alguns jogos da competição.

No campeonato maranhense, mesmo com equipes tradicionais do futebol brasileiro, a exemplo de Sampaio Corrêa e Moto Club, a única opção de transmissão foi o canal Planeta Esportivo MA no Youtube.

Nos casos do Distrito Federal e do Mato Grosso do Sul, a presença de transmissões via Youtube como opção praticamente única para o torcedor se repetiu. Praticamente, pois no Distrito Federal, o R7 (portal de notícias da Record) transmitiu a final do "Candangão" (como é chamado o estadual do Distrito Federal). Já no Mato Grosso do Sul, as transmissões via Youtube foram feitas por meio dos canais FFMS TV, LUSA TV MS e Operário TV.

Vale ressaltar que a ausência de campeonatos estaduais na TV aberta não é recente, sendo recorrente em regiões do território nacional com menor investimento de federações, clubes e patrocinadores. Entre 2019 e 2024, 40 edições de campeonatos estaduais ficaram sem transmissões na TV aberta, sendo o Norte responsável por metade (20) dessas ausências, seguido pelo Nordeste com 10, o Centro Oeste com 6 e o Sul com 4. Neste período, todas as edições dos estaduais do Sudeste foram exibidas em TV aberta.

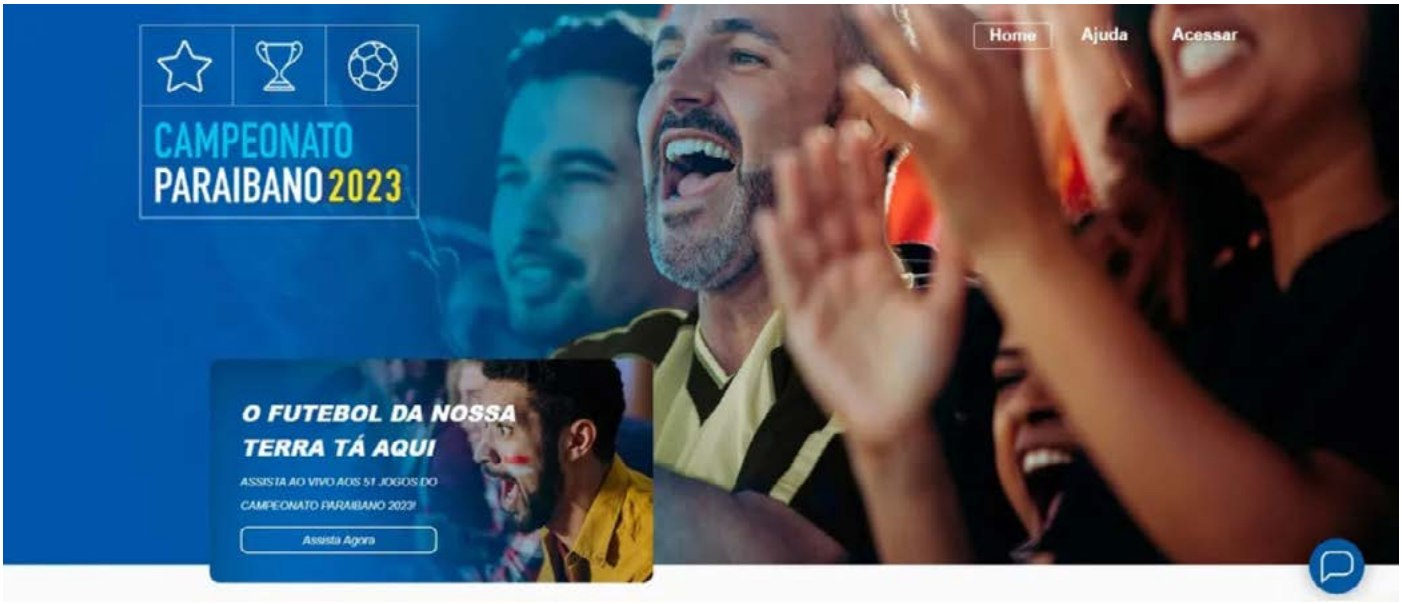
É possível fugir dos "jogos fantasmas"? O caso paraibano

A ausência de transmissões midiáticas afeta diretamente a visibilidade dos clubes menores e enfraquece o vínculo dos torcedores com os times locais. Para muitos clubes, as receitas de direitos de transmissão são cruciais para manter a operação durante a temporada, sendo fundamentais inclusive para os grandes times do futebol brasileiro. A falta de exposição também reduz as oportunidades de patrocínio, limitando ainda mais o orçamento.

Além disso, torcedores que não têm acesso a internet de qualidade – o que é uma realidade no Brasil – ou condições de pagar assinaturas de streamings, em muitos casos, ficam excluídos, agravando a desigualdade de acesso ao esporte. Enquanto campeonatos maiores possuem grande visibilidade, acirrando a disputa dos conglomerados midiáticos pelos direitos de transmissão, os estaduais comentados acima enfrentam um processo de esvaziamento, perceptível tanto nos estádios quanto em audiência.

Para fugir dos "jogos fantasmas", termo popularmente utilizado pelos cronistas esportivos para denominar partidas que não possuem transmissão, iniciativas independentes através do Youtube ou de outras plataformas de streaming acabam sendo a única opção.

Na Paraíba, por exemplo, o campeonato estadual vive uma situação inusitada. De acordo com alguns interlocutores que participam diretamente das negociações, ao invés dos veículos de comunicação "brigarem" pelos direitos de imagem, a Federação Paraibana de Futebol (FPF-PB) financia a transmissão através de um patrocínio master. Desde 2019, a exibição do campeonato é feita pela Rede Paraíba de Comunicação (afiliada da Globo na TV aberta), por meio das suas várias empresas.



E o que os times ganham com isso? A FPF-PB isenta os mandantes do pagamento das despesas como arbitragem, aluguel do estádio, aluguel de ambulância e outras taxas, em seus jogos. No entanto, o pagamento em relação aos direitos de transmissão não existe.

Ainda sobre o estadual paraibano, em 2019, algumas partidas foram exibidas pelo ge.globo (antigo globoesporte). No período entre 2020 e 2023, o Jornal da Paraíba (empresa que pertence ao grupo citado) adotou um modelo de transmissão em pay-per-view, com os valores arrecadados com as assinaturas repassados para os clubes, de acordo com a quantidade de assinantes que manifestaram a torcida do seu clube de coração – modelo semelhante, por exemplo, ao Premiere (Globo).

É necessário lembrar que somente em 2024 a Rede Paraíba transmitiu toda a competição estadual em TV aberta (um jogo por

rodada), após o interesse da Empresa Paraibana de Comunicação (rede público-estatal) em se tornar detentora dos direitos de transmissão. A última vez que este modelo havia ocorrido foi entre os anos de 2007 a 2009, através da TV Correio (afiliada da Record na Paraíba). Em anos anteriores, a afiliada da Globo no estado transmitiu somente as finais do Campeonato Paraibano em TV aberta, mesma iniciativa promovida pela TV Tambaú (SBT na Paraíba) em 2019.

Outro detalhe importante do Campeonato Paraibano 2024 é que o Botafogo da Paraíba fez uma negociação, utilizando como argumento a Lei do Mandante, em que seus jogos foram transmitidos pela TV Arapuan (Band na Paraíba). O Belo (apelido do Botafogo-PB) não aceitou a negociação com os representantes da Rede Paraíba.

cenário geral da transmissão dos campeonatos estaduais

E quanto aos estaduais transmitidos pela TV, qual é o cenário recente?

Em 2023, enquanto afiliadas da Globo transmitiram os campeonatos de sete estados (sendo cinco na TV aberta), Record (3), Band (2) e SBT (2) controlaram outros sete torneios. Onde há pouca concorrência, a mídia público-estatal se destaca: TVE na Bahia, TV Cultura no Pará, TV Educativa no Espírito Santo, TV Assembleia do Paraná, TV Assembleia de Tocantins e TV Assembleia de Roraima – com a TV Universitária de Pernambuco e a TV Aperipê de Sergipe como pioneiras nesses estados.

Já no ano de 2024, a Globo ampliou para oito o número de estaduais televisionados, sendo sete campeonatos exibidos por suas afiliadas em TV aberta, além da Record (2), Band (4) e SBT (2) assumirem outros oito torneios. Nos outros onze campeonatos, a versão local da TV Cultura mantém quatro transmissões (Pará, Roraima, Espírito Santo e Goiás); a TV Brasil ampliou sua exibição para a afiliada do Paraná, além da Bahia, e outras três emissoras público-estatais exibem três estaduais (Tocantins, Amazonas e Bahia).

Ampliando as disputas entre conglomerados nacionais de mídia, o SBT volta para o cenário do futebol no Brasil, assumindo a transmissão de alguns torneios estaduais, após o rompimento de contrato do Grupo Globo com os clubes do Campeonato Carioca em 2020 – por causa do aproveitamento pelo Flamengo da Medida Provisória 984/2020.

Os campeonatos estaduais, por sinal, fizeram ressurgir também a transmissão de futebol em outra emissora nacional relevante: a Record TV. A empresa, controlada pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), propriedade do bispo evangélico Edir Macedo, exibiu o torneio carioca em 2021 e 2022, além de ter adquirido os direitos de transmissão em TV aberta do Campeonato Paulista de 2022 a 2029 - e voltará a exibir a Série A do Campeonato Brasileiro a partir do ano que vem.

Enquanto isso, a Rede Bandeirantes, reconhecida nas décadas de 1980 e 1990 como "canal dos esportes", passou a transmitir o Campeonato Carioca em 2023, com contrato terminando em 2025 - ficando ainda com as transmissões de jogos de outras divisões nacionais, casos das séries B, C e D do Campeonato Brasileiro também a partir de 2023.

Abocanhados pelos meios de comunicação privados ou relegados à comunicação público-estatal, que é pouco valorizada por diferentes governos, os territórios da mídia no Brasil estão associados à formação de centralidades econômicas e demográficas, que se dispõem como nós da rede de produção e circulação de notícias (Fernandes; Pasti, 2022).

Se, por um lado, a FIFA, a nível global, arbitra e conduz os rumos do esporte, há uma dependência dos pequenos e médios veículos de comunicação em relação aos grandes conglomerados. Nesse sentido, a diversidade cultural que fundamenta a capilarização do futebol, quando transformada em mercadoria pela mídia, acaba por enterrar o potencial esportivo dos lugares.

5 _____ A edição da MP 984, em junho de 2020, por Jair Bolsonaro, não teve acordo no Congresso Nacional naquele momento, porém foi sancionada no ano seguinte como Lei 14.205/21. Conhecida como "Lei do Mandante", a norma concede os direitos de imagem dos jogos apenas aos clubes "da casa", alterando a Lei Pelé (9.615/1998), que obrigava as emissoras a negociar a exibição das partidas com mandantes e visitantes. Essa antiga prerrogativa contribuiu para a manutenção do poder da Globo no futebol, à medida que os clubes perderam poder de barganha em relação aos valores de imagem (Fernandes, et al., 2020).

Em resumo, com relação aos Campeonatos Estaduais, o monopólio da mídia segue ditando as regras do jogo. Isso quando há retorno financeiro e viabilidade política para a exibição dos jogos. Caso contrário, os torneios são esquecidos pela mídia comercial e relegados aos esforços de governos locais.

Assim, em um cenário de transformação midiática é essencial que os estaduais encontrem formas de conectar-se ao público e aos patrocinadores, com as transmissões em vídeo sendo um instrumento fundamental nesta construção. O desafio está em equilibrar a modernização tecnológica com a manutenção das tradições que fazem parte do DNA do futebol brasileiro. Afinal, sem o devido espaço para essas competições na mídia (seja ela tradicional ou plataforma de streaming), uma parte importante da história e da cultura esportiva do Brasil corre o risco de desaparecer.

Iago Vernek Fernandes
Mestrando em Planejamento e Gestão do Território pela UFABC (Universidade Federal do ABC), coordenador do Observatório das Transmissões de Futebóis e associado ao Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação

Raniery Soares
Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e especialista em Jornalismo Esportivo pela Faculdade Cruzeiro do Sul. Narrador esportivo da Rádio Tabajara da Paraíba, membro do Observatório das Transmissões de Futebóis e da Rede Nordestina de Estudos em Mídia e Esporte (ReNEme)tebóis e do Observatório Social do Futebol (UERJ).

TRANSMISSÃO DOS CAMPEONATOS ESTADUAIS FEMININOS: ENTRE PROGRESSOS E DESIGUALDADES

Competições das regiões Norte e Nordeste continuam às escuras no cenário nacional

Alícia Soares

LE MONDE DIPLOMATIQUE BRASIL /
Publicado originalmente em:

O futebol de mulheres se popularizou significativamente no Brasil nos últimos cinco anos, sobretudo após a realização da Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2019 na França, a expansão das plataformas de streaming e a aquisição dos direitos televisivos do principal campeonato nacional pelo maior grupo midiático do país. Em contrapartida, os torneios estaduais — principalmente dos estados do Norte e do Nordeste — não acompanharam essa mesma trajetória.

O Observatório das Transmissões de Futebóis, um projeto do Intervozes em parceria com o grupo de pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM), da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), vem mapeando as exibições do futebol praticado por mulheres no Brasil e ressaltou dificuldades na coleta de dados sobre essas transmissões.

Em geral, o desenvolvimento tardio, após a proibição da modalidade dos anos 1940 à década de 1980 e a sua recente regulamentação, além do preconceito de uma sociedade machista e patriarcal, foram responsáveis pelo estranhamento do público e pela consequente falta de espaço e visibilidade do esporte nos veículos de comunicação.

Enquanto aumentam as disputas midiáticas em torno do futebol masculino, apesar dos novos passos dados em direção à consolidação, o futebol delas segue marginalizado dentro do cenário das transmissões esportivas. Todavia, há avanços recentes e boas perspectivas para os próximos anos.

Histórico das transmissões do futebol de mulheres no Brasil

A TV Bandeirantes foi a pioneira no futebol de mulheres no Brasil. Ícone da emissora, o locutor esportivo Luciano do Valle idealizou as transmissões do Campeonato Brasileiro Feminino, do Paulistão e da Copa do Mundo de 1995 e, posteriormente, da Libertadores no final dos anos 2000. No entanto, a modalidade ganhou destaque a partir dos Jogos Panamericanos de 2007, realizados no Rio de Janeiro, quando a Seleção Brasileira se consagrou campeã.

Algum tempo depois, a Copa do Mundo de 2015 foi exibida na TV Brasil, na Band e no SporTV. Mas, como dissemos, foi no mundial de 2019, na França, que a popularidade do esporte se ampliou nacionalmente, com os jogos da seleção canarinha sendo transmitidos em TV aberta na Rede Globo e Bandeirantes e as demais partidas exibidas na TV fechada, por meio dos canais SporTV.

Outro ponto de destaque deste ano foi a exigência da Conmebol (Confederação Sul-Americana de Futebol) para que todas as equipes masculinas que disputassem seus torneios (Copa Libertadores e Copa Sul-Americana) apresentassem a modalidade feminina em seu plantel. Desde então, diversas empresas de comunicação têm assumido a exibição de campeonatos femininos de clubes e seleções.

No caso dos veículos nacionais, a Band realizou a cobertura do torneio nacional de 2019 a 2023, além da Libertadores de 2020 a 2023, o SBT transmitiu a última edição da Copa América, em 2022, e a Globo negociou os direitos exclusivos das competições organizadas pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), entre elas, o Campeonato Brasileiro A1, a Supercopa do Brasil e os amistosos da Seleção Brasileira, tanto na TV aberta como na TV fechada.

Em relação aos veículos estrangeiros, os canais Fox Sports/ESPN/WatchESPN exibiram o Brasileirão em 2013, 2014 e 2020, a Copa Libertadores da América em 2015, 2016, 2018 e 2021, além da Champions

League entre 2018 e 2021. Recentemente, outros atores entraram neste mercado, como Facebook Watch, Twitter/MyCujoo, DAZN, Youtube, Paramount, Eleven Sports e TNT/Space/Max, ampliando as possibilidades de acompanhar a modalidade.

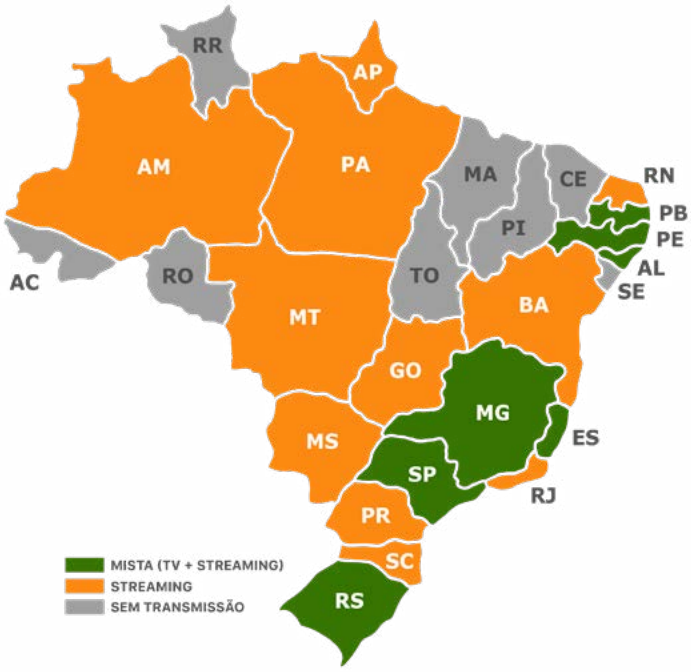
Quanto aos últimos megaeventos esportivos, tanto a Copa do Mundo Feminina de 2023 como os Jogos Olímpicos de 2024 – em que o Brasil ganhou a medalha de prata no futebol de mulheres – foram transmitidos pela Globo/SporTV e pela CazéTV, no YouTube.

Transmissões dos campeonatos estaduais femininos no Brasil

Apesar das novas regras da Conmebol e dos esforços recentes da CBF terem impulsionado o futebol de mulheres, fomentando o desenvolvimento de equipes de maior expressão no cenário nacional, houve um aumento das disparidades diante dos campeonatos estaduais. Como uma faca de dois gumes, os ganhos de relevância dos torneios nacionais, devido à presença de clubes mais fortes, contrastam com a falta de competitividade e expressão das competições locais perante o público e a mídia.

No geral, a visibilidade aos campeonatos estaduais pelas emissoras de televisão é dada somente nas suas fases finais, quando as equipes mais competitivas se enfrentam e disputam o título. Segundo levantamento realizado pelo Observatório Transmissões de Futebóis, o número de torneios com jogos transmitidos pela TV aberta chegou ao ápice no ano passado: 2019 (quatro), 2020 (sete), 2021 (cinco), 2022 (dois), 2023 (nove) e 2024 (cinco). Ainda assim, as protagonistas continuam sendo as plataformas de streaming, com 19 campeonatos transmitidos neste ano.

MAPA DA TRANSMISSÃO DOS CAMPEONATOS ESTADUAIS NO BRASIL EM 2024



Fonte: Observatório das Transmissões de Futebóis, 2024.

A ampla cobertura das transmissões via plataformas de streaming, em oposição à fraca presença dos campeonatos estaduais femininos na TV aberta, revela um esforço dos clubes e das federações locais. Em 2024, ainda com competições a começar, onze campeonatos tiveram transmissões promovidas pelos canais das federações e outras seis edições foram exibidas pelos próprios clubes no YouTube. Enquanto isso, oito torneios estaduais não apresentaram nenhum tipo de transmissão dos jogos no Brasil.

Como "ponto fora da curva", o Campeonato Paulista, disputado sem interrupções desde 2004 e o primeiro que teve transmissão na TV aberta, vê a competitividade dentro de campo se refletir na mídia. Neste ano, o torneio foi exibido por Globo/SporTV, Record News, TV Cultura, TNT/Max e Centauro (YouTube). Por outro lado, o Campeonato Carioca, apesar da força de seus clubes na modalidade masculina, é transmitido somente pelos canais no YouTube dos clubes participantes.

Por fim, podemos destacar as transmissões de três estaduais (mineiro, pernambucano e gaúcho) pelo Nosso Futebol, um canal de pay-per-view e televisão por assinatura brasileiro de propriedade do grupo Vrio Corp (dono da Sky Brasil), em parceria com a DAZN. No mais, algumas outras iniciativas locais transmitiram os estaduais, como a NSports (MG), a EsporteMS (MS), a Olhar Esportivo (MT), Scorel TV e Futebol-JPa (PB).

Perspectivas para os próximos anos

A próxima edição da Copa do Mundo Feminina acontecerá no Brasil em 2027 e a expectativa é que sejam cumpridas as metas traçadas pela CBF em seu plano de candidatura enviado à FIFA. Focado na busca constante pela igualdade de gênero, inclusão social e prevenção contra assédio, algumas das ações propostas são a criação de programas esportivos educacionais, o aumento do número de clubes com equipes femininas e projetos de base, bem como a aceleração de iniciativas relacionadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU).

Vale lembrar que o torneio acontecerá em dez cidades brasileiras, cujos estados apresentam transmissão dos seus campeonatos, o que já é um grande passo para um maior desenvolvimento e construção do legado esportivo local após a realização dos jogos. Outra ação que permitirá a imersão da população durante o mundial será a realização dos Fan Festivals (antigas Fan Fests). Na edição masculina de 2014, mais de 5,5 milhões de pessoas marcaram presença nos eventos das doze cidades-sede.

Além das iniciativas propostas pela CBF, é imprescindível, porém, que os clubes e as federações estaduais realizem suas próprias ações, de forma a valorizar o futebol de mulheres enquanto produto (para a atração de investimentos e patrocínios) e incentivar a torcida a marcar presença nos jogos, fortalecendo também os campeonatos locais. Algumas dessas iniciativas podem incluir uma maior divulgação e promoção dos torneios, sorteio de ingressos para torcedores e facilitação no credenciamento da imprensa para a cobertura jornalística.

Em suma, apesar da responsabilidade compartilhada, os meios de comunicação atuam de acordo com os seus interesses, principalmente financeiros. Logo, quanto mais a modalidade alcançar audiência e patrocínio/apoio de empresas privadas de relevância, mais as emissoras de TV e as plataformas de streaming disputarão os direitos de transmissão dos torneios. Apesar de o caminho ainda ser longo, pequenos passos devem ser dados para que esses campeonatos sejam reconhecidos, mantidos e destacados.

Alícia Soares
Jornalista e mestranda em Comunicação pela UFJF (Universidade Federal de Juiz de Fora)

DO FLUMINENSE DE FEIRA AO AL-NASSR: MODELOS DE TRANSMISSÃO DE FUTEBOL E IDENTIDADE DOS TORCEDORES BRASILEIROS

Alex Pegna Hercog

LUDOPÉDIO (ARQUIBANCADA) v. 172, n. 2 / 2 de outubro de 2023

Publicado originalmente em: ludopedio.org.br/arquibancada/do-fluminense-de-feira-ao-al-nassr-modelos-de-transmissao-de-futebol-e-identidade-dos-torcedores-brasileiros/

Eu estava em Feira de Santana, segunda maior cidade da Bahia, a 90 km de Salvador, para debater a democratização dos meios de comunicação. Diante de uma plateia de estudantes, precisava atraí-los, por isso tive a ideia de começar por um tema popular e, lancei a pergunta: quem aqui torce para o Flamengo? E para o Corinthians? Vasco? E para o Vitória? Bahia? E Bahia de Feira? Como eu previa, a grande maioria dos jovens presentes torciam para times do Rio de Janeiro e São Paulo, em detrimento das equipes baianas. Era o mote ideal para falar sobre formação cultural a partir do acesso à transmissão de jogos de futebol masculino e, enfim, chegar na discussão sobre direito à comunicação.

Mas a esperteza da pergunta deu lugar a um breve constrangimento. Ao meu lado, na mesa de debate, estava o presidente do Fluminense de Feira, o primeiro time do interior a conquistar um campeonato baiano. Com seus dois troféus, o clube é um dos maiores vencedores do estadual, ao lado de Atlético de Alagoinhas e atrás de Vitória e Bahia. Ele educadamente me repreendeu e me fez perguntar ao público: e quem torce pro Fluminense de Feira? Sem surpresa, foram poucas as mãos levantadas.

Fonte: Wikipédia

Depois da bola fora, lancei a questão: por que vocês torcem pra esses times? Não é coincidência, o apreço de nordestinos a times do Sudeste tem relação direta com o histórico modelo de transmissão. Com um sistema de radiodifusão marcado pelo oligopólio midiático, o Brasil sempre possuiu "meia dúzia" de empresas controlando as informações produzidas e distribuídas pelo país. Sediadas no Rio de Janeiro e em São Paulo, os principais veículos impuseram uma cultura sudestina – seja na ridicularização ou invisibilização dos corpos e sotaques originários de outras partes do país, seja na promoção cultural a partir do que interessava à população carioca e paulista.

Por muito tempo os nordestinos e nordestinas só acessavam a exibição de jogos pela TV aberta e lá havia um monopólio na transmissão que privilegiava partidas do Vasco, Flamengo, Corinthians, São Paulo e Palmeiras. Antes disso, as rádios também tiveram um importante papel na transmissão de jogos que, mais uma vez, ignorava os clubes locais e retransmitiam as partidas dos times do Sudeste. Como resultado, atualmente apenas 17% das pessoas do Nordeste escolheram, como primeira opção de torcida, times da região. A pesquisa, divulgada pela Ipec/O Globo em 2022, aponta que dos seis clubes mais citados pelos nordestinos, cinco são do Sudeste e cerca de 25% dos torcedores são flamenguistas.

O futebol é um grande exemplo para compreender a força que a rádio e a televisão tiveram na construção da identidade e formação cultural do povo brasileiro. As distorções que a concentração midiática causaram ao longo de décadas justificam a demanda por uma regulamentação dos meios de comunicação, há muito tempo defendida pelos movimentos sociais. Dentre os artigos constitucionais que são apontados como essenciais para serem regulamentados estão o artigo 220 que proíbe monopólios e oligopólios de mídia, e o artigo 221 que define, como princípio para as programações, "a promoção da cultura nacional e regional" e a "regionalização da produção cultural, artística e jornalística".

A chegada das TVs fechadas e a digitalização alteraram significativamente o sistema de transmissão dos jogos. Enquanto a televisão comercial aberta segue excluindo os times de fora do "eixo Rio-São Paulo" em suas transmissões, torcedores e torcedoras hoje possuem outros meios para acompanhar de longe o seu time de coração. Além das rádios comerciais que há décadas passaram a acompanhar os campeonatos locais, a TV fechada também surgiu como opção para quem pode pagar por uma assinatura. Nesse sentido, o "gatonet", atualmente controlado sobretudo por milícias, virou opção de TV a cabo para quem prefere pagar menos e ter acesso aos conteúdos retransmitidos por esse sistema ilegal.

A partir da internet, surgem outros meios alternativos para as pessoas acompanharem seus times. A começar pela própria retransmissão clandestina que, atualmente, dispensa o cabo e vai parar direto na tela do computador ou celular. Não é difícil encontrar sites "piratas" exibindo partidas transmitidas "exclusivamente" por canais fechados. Em uma pesquisa rápida se chega a esses portais. Daí, bastam alguns cliques, fechar janelas e abas de pop-up, rezar para Nossa Senhora do Antivírus e pronto, já pode começar a torcer.

Para os amantes do rádio, a internet, através da web ou de aplicativos, alcança onde o sinal não chega. É possível ouvir qualquer rádio, em qualquer lugar do mundo. Nos últimos anos, surge ainda outra modalidade de rádio, normalmente associada ao YouTube. Diversos canais amadores ou dos próprios clubes contam com transmissão radiofônica durante os jogos. Com a possibilidade de renda oriunda da plataforma e sem necessidade de concessão pública ou autorização, qualquer pessoa pode criar sua própria web-rádio e transmitir partidas em seu canal no YouTube. São diversas as transmissões em canais da plataforma de propriedade do Google (Grupo Alphabet), as quais muitas vezes utilizam uma imagem figurativa, enquanto o áudio traz a narração e os comentários sobre o jogo – ou mesmo com a exibição dos narradores, algo permitido e que não viola os direitos de imagem da partida.

As possibilidades da internet também têm estimulado as instituições públicas. Um bom exemplo vem do Norte do país, onde professores e estudantes de jornalismo da Universidade Federal de Rondônia se organizaram para cobrir o campeonato estadual masculino. Além de produzirem um podcast e conteúdos para as redes sociais, a partir da cobertura dos clubes que disputaram o campeonato rondoniense, o grupo vinculado ao projeto de extensão "Deu Bera" também narrou as principais partidas do torneio. Na final, o estudante Davi Rodrigues era o único repórter da capital cobrindo a decisão vencida pelo Porto Velho.

O sucesso do projeto fez com que o "Deu Bera" ampliasse sua cobertura. As transmissões, realizadas via canal do YouTube, extrapolaram o campeonato estadual masculino e chegaram a outros torneios. O campeonato estadual feminino, o Rondoniense sub-20 e a participação de equipes do estado no campeonato brasileiro masculino da quarta divisão também tiveram partidas transmitidas pelo projeto.

Nas emissoras públicas que sobreviveram aos últimos anos de devastação, que resultou em fechamento de rádios e TVs públicas em diversos estados brasileiros, o futebol tem ganhado cada vez mais destaque. No Pará, a TV Cultura vem cobrindo os torneios locais e regionais, a exemplo da Copa Verde, cuja final vencida pelo Goiás sobre o Paysandu foi retransmitida para todo o país através da TV Brasil, emissora vinculada à Empresa Brasil de Comunicação (EBC). No Espírito Santo, desde 2020 a TVE transmite todas as rodadas do campeonato estadual. Em 2021, a emissora pública foi a que mais transmitiu partidas de times locais em todo o país: um total de 51 jogos. O capixabão também pode ser acompanhado pela rádio pública Espírito Santo 1.160 AM.

Na Bahia, a TVE – TV Educativa apostou na transmissão do futebol para ampliar o alcance junto à sociedade. Desde 2016 a emissora pública vem se tornando "a casa do futebol baiano", com transmissões exclusivas (na TV aberta e no canal do YouTube) do campeonato estadual masculino e feminino, além da série B do baianão masculino, dos torneios sub-15, sub-17 e sub-20, da Copa 2 de Julho e do Campeonato Intermunicipal, maior torneio amador entre seleções municipais do país. "Em muitas cidades da Bahia são as competições de futebol que mobilizam, aos finais de semana, milhares de famílias que frequentam os estádios em busca de lazer e entretenimento", destaca o jornalista Flávio Gonçalves ao reforçar a importância do futebol para a formação cultural do país.

Flávio, que dirige o Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (Irdeb), responsável pela TVE e Rádio Educadora da Bahia, afirma que é papel da televisão pública construir uma programação com diversidade e representatividade, partindo dos interesses da sociedade. Ele ressalta que o futebol hoje tornou-se uma atividade global, com a participação de atletas baianos e brasileiros em diversos clubes do mundo e jogos transmitidos pela televisão ou internet. "Com isso, os cidadãos baianos têm acesso a clubes de outros países e ao longo do tempo constroem uma relação de 'identidade' com esses clubes que não têm nenhuma relação com a Bahia", pontua o jornalista.

No "país do futebol", o esporte mais popular do Brasil é uma marca da nossa cultura e constrói a nossa identidade desde o berço, desde quando o avô comunica à família: minha neta vai ser Vitória! Da mesma forma, a transmissão das partidas influencia diretamente nessa construção identitária, o que põe na roda diversas possibilidades de debate que perpassam o sistema público e privado de comunicação, assim como os métodos alternativos, legais e ilegais de transmissão, os oligopólios midiáticos, o direito à comunicação e os modelos de transmissão que permeiam todo o debate político e existencial que se rende numa mesa de bar quando se lança a um feirense com camisa do Al-Nassr de Cristiano Ronaldo a pergunta: quem nasce em Feira de Santana não deveria torcer pelo Bahia de Feira ou pelo Fluminense de Feira?

Alex Pegna Hercog
Baiano, comunicador social e associado ao coletivo Intervozes

A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL DE MULHERES E AS MUDANÇAS NO MERCADO DE TRANSMISSÃO

Anderson David Gomes dos Santos

LUDOPÉDIO (ARQUIBANCADA) v. 173, n. 8 / 8 de novembro de 2023
Publicado originalmente em: https://ludopedio.org.br/arquibancada/a-copa-do-mundo-de-futebol-de-mulheres-e-as-mudancas-no-mercado-de-transmissao/

Desde que a CazéTV surgiu para a transmissão no YouTube da Copa do Mundo FIFA Catar 2022 de futebol masculino, reapareceu certo otimismo com novos agentes de mercado para a transmissão de jogos do futebol na internet. "Reapareceu" porque vivemos momentos semelhantes quando a plataforma DAZN começou a transmitir jogos no Brasil e, depois, com o Facebook exibindo a Copa Libertadores.

Em paralelo, a pandemia da Covid-19 acelerou processos de mudança do Grupo Globo em vários setores, o que significou redução de custos para se adequar ao novo momento concorrencial e de receitas. "O fim do monopólio da Globo" foi saudado por muitos e lamentado, ao longo dos anos, por outros tantos.

Porém, a ideia de pulverização dos jogos em outras emissoras de TV aberta ou para acesso gratuito na internet veio também com mais possibilidades de acesso pago para assistir aos jogos. Ao mesmo tempo, algumas pessoas sentiram falta do padrão tecnoestético da líder. Se a Globo, especialmente a partir de 2022, mostrou que "voltou sem ter saído" para este tipo de programa, isso não se dá da mesma forma do decênio que marcou a primeira grande briga de direitos (da Record TV ao Esporte Interativo).

Neste cenário, a Copa do Mundo FIFA 2023 de futebol de mulheres talvez feche o período de transição do ciclo de novos agentes de mercado para a transmissão do futebol com as possibilidades do streaming. Os jogos foram exibidos no Brasil pelo Grupo Globo (34 dos 64 jogos, com garantia de um por rodada na TV aberta), pela CazéTV no YouTube e no aplicativo FIFA+.

A seguir, discutimos a estruturação das barreiras de mercado para a exibição de futebol neste país e, em seguida, trazemos comentários sobre o caso específico da Copa do Mundo FIFA 2023, encerrando com considerações finais que demarcam expectativa sobre o futuro da estrutura de mercado analisada.

As barreiras de mercado para transmissão do futebol

Como relatado em Santos (2019), que trata especificamente da Série A do Campeonato Brasileiro de Futebol masculino, o Grupo Globo expandiu a sua hegemonia na liderança no mercado audiovisual brasileiro também com a transmissão esportiva. Esse ciclo se inicia com a transmissão exclusiva de torneios na década de 1980 (Copa do Mundo FIFA Espanha 1982 e Copa União/Brasileiro de 1987), mas fortalece-se no final da década de 1990 e segue até meados da década de 2010.

A partir da interpretação heterodoxa para análise da concorrência, adaptada pela EPC brasileira, é importante considerar como conceito-chave para análise de dado mercado oligopolista comunicacional as "barreiras à entrada" de novos agentes ou para que um já existente alcance a liderança. O modelo de concorrência de dado mercado se estrutura, mas com as empresas buscando estratégias para manter ou quebrar as barreiras estabelecidas.

Brittos, desde estudos prévios de Bolaño (2000), opta por delimitar as barreiras de mercado comunicacionais de forma sintética, em duas formas: "estético

produtiva, que envolve os fatores que diferenciam o produto, como modelos específicos artísticos e de produção, cuja obtenção demanda esforços tecnológicos, de inovação plástica, de recursos humanos e financeiros" (Brittos, 2022: 80); e as "político-institucionais", que envolvem resultados de leis, regulamentos, fiscalização e outras decisões ou relações de ordem política que privilegiam agentes de dado mercado. Aqui, vai nos interessar o primeiro dos tipos.

A constituição do "Padrão Globo de Qualidade" para distintos produtos audiovisuais no Brasil (telenovela, telejornalismo e noticiários) se constituiu como barreira de mercado ao se estabelecer como padrão tecno-estético para o jogo de futebol transmitido ao vivo. O Grupo Globo detinha há muito tempo a transmissão dos principais campeonatos do país interclubes e entre seleções, de maneira que, conforme Brittos (2022: 80):

> Esses modelos acabam recebendo a adesão dos consumidores, desencadeando uma relação difícil de ser rompida, embora isso sempre seja viável. Esse processo traduz-se no próprio produto, reunindo ainda técnicas de marketing e publicidade, bem como criando vinhetas ou embalagens, que servem para o reconhecimento do público e para estimular sua preferência.

Assim, um dos desafios para qualquer outro agente de mercado para atuar no Brasil, mesmo que tenha condição econômica de adquirir os direitos de transmissão de importantes jogos de futebol, é enfrentar a identidade criada pela Globo quanto a este programa midiático, principalmente num período em que ela era a geradora das imagens do jogo, não as entidades organizadoras da competição.

Não à toa que mesmo oriundo de uma mídia distinta (a Twitch/Amazon), Casemiro Miguel, em parceria com a agência Live Mode (Copa do Nordeste/Campeonato Paulista/torneios FIFA para o Brasil), optou por construir uma identidade com certa diferença para a líder, que possibilite reconhecimento por parte do público, mas que não se diferencia do modelo da Globo.

Se Brittos já tratava na década de 2000 que a escolha do espectador tendia a ser produto a produto, ainda por causa da oferta da TV condicionada a pagamento, o uso da internet (não sem contradições quanto à coleta e ao tratamento sobre os dados pessoais) permite melhor direcionamento sobre quem é o público-alvo daquele conteúdo, possibilitando "opções sobre o que e como veicular e investimentos para melhor fazer e divulgar" (Brittos, 2022: 135).

É a partir dessa análise de mercado que chegamos ao estágio atual do mercado de transmissão de futebol no Brasil. Não sem o Grupo Globo, como muitas pessoas imaginavam, mas sem o modelo constituído anteriormente, de exclusividade e, até mesmo, todos os jogos de uma competição para um torneio em todas as suas plataformas.

A transmissão da Copa do Mundo FIFA 2023 de futebol de mulheres

Pelo lado da disputa de mercado, vemos com a Copa do Mundo FIFA 2023 de futebol de mulheres um torneio internacional de seleções em que o Grupo Globo não transmitirá todas as partidas (nem mesmo pelo SporTV, canal de TV paga). Sobrando o pacote completo para a CazéTV, que é agenciada pela Live Mode, empresa que administra propriedades da FIFA (Federação Internacional de Futebol Associação) no Brasil; e o aplicativo FIFA+.

Isso reflete alteração importante nos custos previstos pela líder do mercado audiovisual no Brasil, que está reestruturando sua atuação nos distintos mercados e processos internos (caso dos contratos por produção na esfera do trabalho artístico, cultural e intelectual) para conseguir concorrer com os agentes de atuação internacional, sejam tradicionais como Disney, Warner Discovery

e Paramount; ou oriundos de novas possibilidades tecnológicas, caso da Amazon.

Nos direitos de transmissão de eventos de futebol, prioriza-se os gastos em determinadas telas. Assim, a Libertadores voltou em 2023, mas apenas na TV aberta; o Campeonato Paulista passou em 2022 e 2023 apenas no pay-per-view Premiere; e a Copa do Brasil foi relicenciada para a Amazon Prime Video, com jogos exclusivos nesta plataforma; e outros pacotes da Copa do Mundo FIFA, seja a deste ano ou a de 2026, podem ser adquiridos por outros agentes de mercado.

O aumento de pacotes possíveis, agregado a uma retenção de mercado para investimentos após a crise econômica acelerada pela pandemia e a um crescimento de receitas abaixo do previsto fizeram com que alguns agentes não investissem em brechas que aparecem para transmissão – movimento não só aqui do Brasil, frise-se.

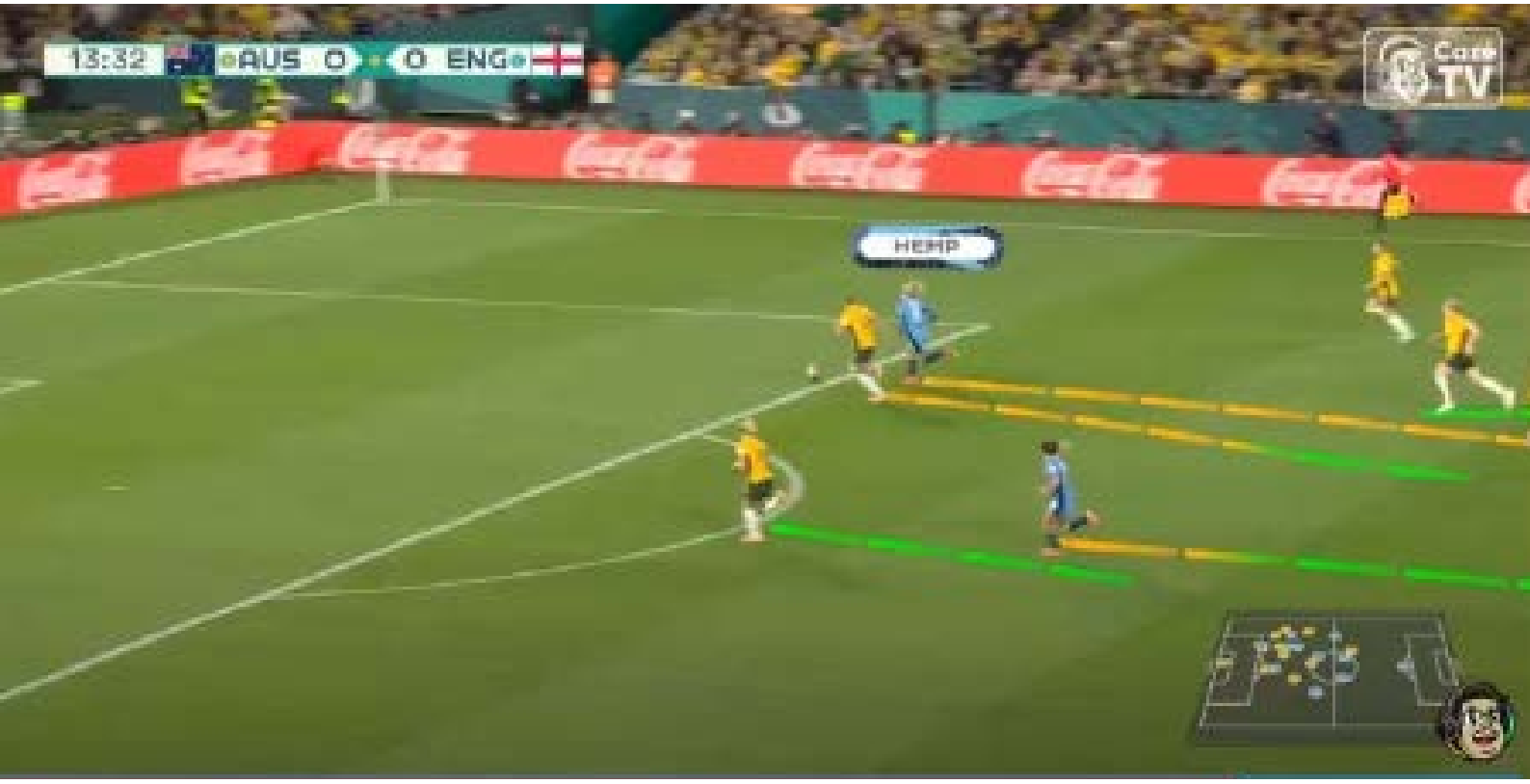
Assim, alguns conteúdos caminham para outros planos que envolvem, normalmente, novos agentes no mercado de agenciamento esportivo: parceria na divisão de receitas (como a Band aplica em casos como os da Série B do Brasileiro e da Fórmula 1); ou viabilização de um pacote menos custoso via internet, com venda menos cara para empresas patrocinadoras (casos da CazéTV e do recém-criado GOAT para o YouTube).

Em termos de padrão tecnoestético, como já comentado, a diferença é menor, até mesmo porque a geração de imagens é centralizada pela FIFA. A CazéTV faz pré e pós-jogos bem mais longos do que na TV aberta – esta, presa ao modelo de programação linear –, de maneira a chamar público antes da mídia voltada a bem mais pessoas e que estas possam retornar, se for o caso, após as partidas. Além disso, inclui narrador e comentaristas na tela quando há uma jogada perigosa, de maneira que o público possa ver suas reações, como pode ser observada na Figura 1 a seguir.

Fonte: Print de Colômbia 2-1 Alemanha da CazéTV no YouTube

É importante destacar como exceção o teste da FIFA na transmissão das semifinais para incluir em tempo real na tela de velocidade da bola, trajetória das jogadoras, entre outros elementos gráficos para acompanhamento de uma partida, seguindo um modelo que a liga estadunidense de futebol (NFL) vem fazendo nos últimos anos, especialmente, para atrair as crianças.

Importante frisar que a transmissão é centralizada, então a inovação do padrão tecnoestético – neste caso, bastante critica no público por "sujar" a tela e tirar a atenção da bola no ao vivo, barreira relevante –, foi por parte da FIFA, não necessariamente da Cazé TV.



Fonte: Print do Terra de Inglaterra 1X3 Austrália, pela CazéTV no YouTube

Tratando-se de uma Copa de futebol de mulheres, destaca-se ainda a maior presença delas na transmissão. Na TV Globo, Renata Silveira dividiu a narração dos jogos em TV aberta com Luís Roberto, em esquema de revezamento por partida. Além dela, Ana Thaís Mattos seguiu como comentarista do primeiro time da TV aberta para jogos da Seleção – como já foi na Copa do Mundo FIFA Catar 2023.

Na CazéTV, uma das reclamações sobre a transmissão do mundial masculino foi a pouca participação das mulheres no ao vivo. Para esta Copa, vieram narradoras e comentaristas mulheres, incluindo ex-jogadoras. Isso gerou resistência do público misógino da internet e ligado ao futebol, que fez muitos comentários preconceituosos durante a primeira partida da Copa, vencida pela Nova Zelândia por um a zero contra a Noruega (Saicali, 2023). Depois disso, o chat das partidas passou por maior moderação de conteúdo.

Destaque positivo ainda para as pessoas negras, outro nível de representação que sempre fez falta na cobertura esportiva num país tão diverso como o Brasil. Como exemplo, podemos ver na Figura 2 o trio Felipe Leite (narrador), Jordana Araújo e Rafael Alves (comentaristas) na transmissão de Panamá 0x1 Jamaica, pela segunda rodada da Copa.

Fonte: Print de Colômbia 2-1 Alemanha da CazéTV no YouTube

Considerações finais

Tanto as questões de representatividade social em quem trabalha na cobertura esportiva de megaeventos esportivos quanto o modelo de transmissão audiovisual na Copa do Mundo FIFA 2023 de futebol de mulheres demonstram o momento atual deste tipo de programa midiático no Brasil – com os atuais Jogos Panamericanos de Santiago 2023, tema para outros textos, reforçando isso.

No caso da estrutura atual, percebe-se uma tomada de fôlego financeiro dos agentes de maior porte, o que abre possibilidades de novas empresas e/ou um novo modelo de transmissão, em tempo que isso não significa processos revolucionários de formato, mas alterações pontuais.

É necessário considerar ainda que a transmissão ao vivo em plataformas gratuitas, ainda a TV aberta, segue sendo uma preocupação dos detentores de direitos de transmissão e patrocinadores de competições. Num país como o Brasil, a maior janela, e ainda mais democrática quanto ao acesso e à velocidade de transmissão, segue sendo esta.

O Grupo Globo já anunciou que não irá transmitir todas as partidas da Copa do Mundo FIFA 2026 de futebol masculino, que contará com 48 seleções pela primeira vez. Daqui até lá, passaremos ainda pela negociação da transmissão da Série A do Brasileiro e outras mais específicas sobre clubes e seleções da Europa se definirão (Champions League e EuroCopa masculinas). Cada estratégia precisa ser observada com atenção dentro do cenário macro da concorrência neste oligopólio que, definitivamente, seguiu para um novo modelo de estrutura.

Anderson David Gomes dos Santos
Professor da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus do Sertão da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) e coordenador do Observatório das Transmissões de Futebóis

Referências

BOLAÑO, C. R. S. Indústria Cultural, Informação e Capitalismo. São Paulo: Hucitec, 2000.

BRITTOS, V. C. Estudos Culturais, Economia Política da Comunicação e o Mercado Brasileiro de Televisão. Buenos Aires: Clacso, 2022

SAICALI, L. de T. Copa do Mundo 2023: CazéTV fecha chat após comentários preconceituosos. Sport Buzz, s/l, 20 jul. 2023. Disponível em: https://sportbuzz.uol.com.br/noticias/futebol/copa-do-mundo-2023-cazetv-fecha-chat-apos-comentarios-preconceituosos.phtml. Acesso em: 20 jul. 2023.

SANTOS, A. D. G. dos. Os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol. Curitiba: Appris, 2019

PLATAFORMIZAÇÃO E PIRATARIA: OS DILEMAS DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS NO BRASIL

"Entre o corte da espada e o perfume da rosa", sites e aparelhos ilegais são alternativas contra a exclusão digital e a concentração da mídia

Iago Vernek Fernandes

LUDOPÉDIO (ARQUIBANCADA) v. 176, n. 26 / 26 de fevereiro de 2024

Publicado originalmente em: https://ludopedio.org.br/arquibancada/plataformizacao-e-pirataria-os-dilemas-das-transmissoes-de-futebois-no-brasil/

Fonte: AlexLMX/Shutterstock

A equipe envolve o adversário em boa triangulação, inverte a bola, vai até a linha de fundo e faz um lindo cruzamento para o centroavante, que só escora e de repente tudo trava. Um círculo roda no centro da tela e nada de saber a conclusão do lance. A agonia não para por aí. Por vezes, o grito da vizinhança acusa o gol segundos ou minutos antes do fim da jogada por conta do atraso na transmissão. Imagem e áudio ruins ou descompassados. Quatro, cinco ou seis opções de canais e nenhum funciona a contento. Em cada clique, abre-se uma nova página com centenas de anúncios e propagandas.

Se você nunca passou por alguma destas situações, há duas possibilidades: ou não acompanha futebol ou paga todos os canais que exibem os jogos do seu time de coração. Na ausência de recursos, a pirataria, considerada crime de contravenção no Brasil, conforme o artigo 184 do código penal – "violar direitos de autor e os que lhe são conexos" – é a alternativa encontrada por muitos torcedores. A pena por esse delito pode chegar a detenção de três meses a um ano ou multa.

Apesar de parecer uma solução viável para driblar os preços exorbitantes, plataformas que oferecem sinais de canais por assinatura, serviços de streaming e outros conteúdos sem autorização têm sido um grande problema para o Estado. A fim de combatê-las, a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) inaugurou recentemente o Laboratório Antipirataria, um centro especializado em análise de "TV Boxes". Até o mês de agosto de 2023, a entidade afirma ter bloqueado 743 endereços de IP (Internet Protocol) e 54 domínios vinculados a estes aparelhos de recepção não homologados, num esforço que reuniu prestadoras de acesso à banda larga e fornecedores de interconexão de cabo submarino.

Moisés Moreira, coordenador do combate à pirataria na Anatel, explica que os equipamentos TV Boxes "podem roubar dados e ser operados de longa distância, promovendo ataques cibernéticos". Desde o início dos trabalhos, já foram retirados de circulação 1,4 milhão de aparelhos clandestinos, no valor estimado de R$ 400,8 milhões. Por outro lado, conforme o Anuário da Associação Brasileira de Combate à Falsificação, o Estado brasileiro perdeu R$ 345 bilhões em arrecadação de impostos no ano de 2022 por causa da pirataria, sendo R$ 12 bilhões relacionados ao setor de TV por assinatura.

Mesmo com os esforços dos órgãos de fiscalização, não é difícil encontrar sites que veiculam exibições paralelas na internet. Ao serem localizadas e bloqueadas pelas autoridades, as páginas se multiplicam e mudam de endereço, permanecendo no ar. Assim, grupos anônimos mantêm negócios

altamente lucrativos, inclusive com o patrocínio de casas de apostas, cujo mercado ganhou relevância no território nacional, mediado por plataformas digitais estrangeiras.

Longe de estar resolvida, a pirataria tem sido uma questão complexa, sem solução fácil. É possível que essa perseguição ao mercado ilegal de transmissões, a qual mais parece um episódio de "Tom e Jerry", onde o gato busca incansavelmente caçar o rato, do mesmo modo, nunca alcançará sucesso. Enquanto isso, a população apaixonada por futebol e outros programas culturais, cercada pela concentração da mídia, por preços exorbitantes e acesso dificultado se vê, como diz o grupo Racionais Mc's, "entre o corte da espada e o perfume da rosa".

Transmissões de futebóis: o silêncio que antecede a explosão

No ano de 2023, dez corporações, por meio de quatorze veículos, exibiram no território nacional os oito principais torneios de clubes profissionais de futebol masculino: Champions League, UEFA Europa League, Copa Libertadores da América, Copa Sul Americana, Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil, Copa do Nordeste e Copa Verde. Este mapeamento faz parte das pesquisas do Observatório das Transmissões de Futebóis, um projeto realizado pelo Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social junto ao grupo de pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM), da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), em parceria com diversos pesquisadores e jornalistas. O levantamento completo envolve ainda o futebol de mulheres, campeonatos estaduais e de seleções.

A título de exemplo, demonstraremos o gasto para assistir aos jogos do Flamengo, time com a maior torcida do país e que disputou seis torneios em 2023, veiculados por cinco conglomerados midiáticos: Campeonato Carioca (Band e SKY), Supercopa do Brasil (Globo/SporTV), Recopa Sul-Americana (ESPN), Libertadores (Globo e ESPN/Star+), Mundial de Clubes (Globo), Campeonato Brasileiro (Globo/SporTV/Premiere) e Copa do Brasil (Globo/SporTV/Premiere e Amazon Prime Video). Para assistir todas as partidas, entre TV aberta e fechada, pay per view e streaming, os torcedores do clube rubronegro tiveram que desembolsar cerca de R$ 1.400,00 (mil e quatrocentos reais) ao longo do ano ou uma média de R$ 120,00 (cento e vinte reais) mensais, além do pacote de internet, o qual tem um custo aproximado de R$ 100,00 (cem reais) por mês.

Em uma perspectiva histórica, enquanto os torcedores sofrem com a dificuldade de acesso aos jogos, algumas empresas brasileiras e estrangeiras, lucrando cifras gigantescas, se revezam no monopólio das transmissões de futebóis no Brasil. Este domínio se resume a três conglomerados presentes na televisão aberta (Globo, SBT e Band) e outros dois grupos produtores de conteúdos para TV por assinatura, pay per view e plataformas digitais: AT&T (EI, TNT, Space e HBOMax) e Disney (ESPN, Fox Sports e Star+), além da própria Globo (SporTV, Premiere e Globo Play).

A grande maioria dos meios de comunicação mapeados pelo Observatório das Transmissões de Futebóis são privados, sendo pouquíssimos veículos públicos: TV Brasil, vinculada à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), TV Cultura, controlada por governos estaduais, e outras empresas menores. Em contrapartida, agentes globais vêm aumentando sua atuação no mercado nacional, impulsionado pelo avanço das plataformas digitais. Num contexto de ampla exploração dos dados pessoais e modulação da audiência, o silêncio que antecede a explosão do gol, seja na arquibancada, na várzea, no bar ou na rua, se transforma em economia de atenção, comercializado a um alto custo por conglomerados de mídia e "big techs".

A esquiva da esgrima: das políticas de comunicação às tecnologias digitais

Enquanto empresas de mídia, confederações e clubes de futebol obrigam torcedores a dispensar mais de um salário mínimo

por ano em transmissões, o Brasil segue apresentando preocupantes brechas digitais. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios 2023, realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), apesar de possuir 84% dos lares conectados à internet, o acesso da população é bastante desigual em termos raciais, regionais, bem como de gênero e classe.

O estudo, realizado por especialistas do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br/NIC.br), revela que apenas 30% da classe C e 16% das classes D e E possuem uma velocidade de conexão superior a 50 Mbps, sendo a maior parte (58%) destes acessos realizados exclusivamente pelo celular. Em relação às 24,9 milhões de pessoas que não têm acesso à internet no país, o perfil delas é majoritariamente negro (17,2 milhões), das classes D e E (17,2 milhões), com baixa escolaridade (23,5 milhões possuem até o ensino fundamental) e residente do Nordeste (10,5 milhões).

A plataformização e fragmentação dos conteúdos e veículos de mídia, em um cenário de convergência técnico-informacional, apesar de romper de certa forma com antigos oligopólios, têm diminuído ainda mais o acesso das camadas pobres da população aos jogos de futebol. Outrossim, ao contrário do que dizem alguns dirigentes, os preços dos ingressos nos estádios estão longe de serem populares, inviabilizando a presença de uma parcela importante da sociedade na cultura futebolística.

Os altos valores dos pacotes de TV, internet e streaming, bem como a elitização dos estádios e programas de sócios torcedores, têm sido a regra, orquestrada pela FIFA (Federação Internacional de Futebol Associado) e implementada por federações e cartolas no mundo inteiro. Como alternativa, a esquiva da esgrima passa pelo conhecimento sobre as políticas de comunicação e as tecnologias digitais. No hacktivismo, a partir da liberdade de expressão e justiça social, para além dos ataques cibernéticos a corporações e governos opressores, há uma busca coletiva por direitos digitais através do anonimato para os pequenos atores e transparência para os grandes. Algumas palavras-chave neste movimento são: criptografia, software livre, código aberto, cooperativismo, segurança digital e educação para a mídia.

Ampliando nossos horizontes, Antônio Bispo dos Santos, ou Nego Bispo, escritor e lavrador quilombola, escreveu em seu livro "A terra dá, a terra quer", publicado em 2023 pela editora Ubuntu, que "as favelas precisam piratear tecnologias, montar as suas fábricas clandestinas de bicicletas [...] fazer confusão, roubar e quebrar patentes"! O autor, que deixou uma produção importante no Brasil por defender um outro mundo possível, não proprietário, contra-colonialista e que valorize os saberes orgânicos em contraposição ao modo de vida monoteista-eurocristão, afirma ainda que "a favela precisa se especializar na pirataria de tudo o que for possível, a partir da tecnologia e da sabedoria do nosso povo" (BISPO, 2023). Não é só futebol, é sobretudo cidadania e democracia.

Iago Vernek Fernandes
Mestrando em Planejamento e Gestão do Território pela UFABC (Universidade Federal do ABC), coordenador do Observatório das Transmissões de Futebóis e associado ao Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação

O IMPACTO DOS DIREITOS TELEVISIVOS NO FUTEBOL BRASILEIRO

Divisão de recursos das transmissões gera desigualdade na competitividade do futebol brasileiro

Antônio Bandeira de Melo Carvalho Valle

LUDOPÉDIO (ARQUIBANCADA) v. 180, n. 12 / 12 de junho de 2024
Publicado originalmente em: https://ludopedio.org.br/arquibancada/o-impacto-dos--direitos-televisivos-no-futebol-brasileiro/

O futebol se tornou uma indústria que, segundo a FIFA, movimenta quase 300 bilhões de dólares por ano. Uma parte significativa desse movimento se refere ao faturamento dos clubes, alguns deles portadores de receitas bilionárias. São várias as suas fontes, sendo as principais: patrocínios, venda de ingressos (incluindo sócio-torcedor), merchandising, transferências de jogadores e direitos de imagem. Esta última tem cada vez mais importância na receita dos clubes, ao mesmo tempo em que gera grande desigualdade no esporte e impacta a competitividade dos campeonatos.

Em alguns casos, como no do Flamengo, a projeção é de que 24% do faturamento do clube, o que equivale a R$ 279 milhões, de um total de R$ 1,145 bilhão, virá dos direitos de transmissão em 2024, o que corresponde a seis vezes mais do que o América-MG, último colocado do Campeonato Brasileiro, faturou em 2023 com suas transmissões. Para Iago Vernek, coordenador do Observatório de Transmissões de Futebóis e associado do Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, a priorização dessa fonte de receita faz com que alguns clubes tenham acesso a uma receita gigantesca enquanto outros recebem muito pouco. "Isso tem a ver com audiência, obviamente os clubes de maior torcida vão ter maior audiência e isso vai impactar na distribuição das receitas, mas, principalmente, tem a ver com o modelo de distribuição que a gente tem no Brasil hoje, que afeta muito a competitividade. Então, você tem aqui no Brasil uma situação bastante desigual, em que alguns poucos clubes ficam se revezando ali na ponta".

A importância dessa fonte de renda para os clubes é relativamente nova no esporte, cujas regras básicas surgiram há 160 anos, em 1863. Se por muitos anos os ingressos eram praticamente toda a fonte de renda dos clubes, o jornalista esportivo Mauro Beting explica, em entrevista para essa matéria, que "desde o final dos anos 80 e cada vez mais os direitos de transmissão no faturamento dos clubes são essenciais".

Para Vernek, a importância das transmissões para os clubes está ligada com a própria história dos meios de comunicação de massa, tendo como marco a transmissão da Copa do Mundo de 1970, quando uma partida foi televisionada, pela primeira vez, em cores. Ele ressalta ainda que essa fonte de receita só passa a ser relevante para os clubes quando a ideia de que a transmissão televisiva diminuía o público do estádio deixa de ser dominante. "Teve uma percepção, principalmente depois de uma crise do capitalismo entre 1970 e 80 no Brasil, de que era possível explorar esse capital simbólico, que é a transmissão de futebol ou outros eventos culturais de entretenimento, sem que isso prejudicasse a receita gerada nos estádios".

Hoje, para Beting, o futebol brasileiro não consegue viver sem os direitos de transmissão por TV. O jornalista acredita, no entanto, que esses valores não deveriam representar tanto para os clubes como, de fato, representam. "Mas é culpa da falta de organização, planejamento e capacidade dos clubes e do próprio mercado", diz o jornalista.

Fonte: Freepik

A divisão dos direitos de imagem no Brasil

O montante de recursos recebido por cada time, no Brasil, tem a ver com vários fatores. Em primeiro lugar, a quantidade de campeonatos em que os times participam. O Flamengo, por exemplo, participou em 2023 de sete competições, e cada uma gerou direitos de transmissão. Em segundo lugar, do valor de direitos de transmissão geral de cada campeonato, uma vez que os campeonatos têm capacidade diferentes em atrair interesse dos meios de comunicação. Em terceiro lugar, das formas de distribuição dos direitos. Cada campeonato tem sua forma de distribuição, levando a uma maior ou menor concentração desses recursos em um número reduzido de times, o que pode ter impacto na própria competitividade do campeonato.

Comecemos pelos Estaduais. Conforme Vernek, a diferença dos campeonatos estaduais aumenta a desigualdade entre as rendas dos clubes. Enquanto alguns campeonatos têm uma receita grande, como o Paulistão, cuja receita chega a 40 milhões para Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Santos, a grande maioria dos estaduais tem receitas de transmissão muito pequenas, chegando a nem existirem em alguns estados. Então, alguns clubes ficam sem acesso a uma renda importante.

Além disso, mesmo no Campeonato Brasileiro, no qual participam times de quase todas as regiões, a divisão é desigual. No Brasileirão de 2023 a divisão dos direitos televisivos, referentes às TVs abertas e fechadas, foi feita da seguinte forma: 40% foram divididos igualitariamente entre todos os participantes, 30% relativos à premiação de acordo com a tabela de classificação e 30% de acordo com o número de jogos transmitidos. Nesse modelo, 60% dos direitos podem se concentrar nas contas bancárias de poucos times, podendo causar um desequilíbrio para o campeonato. Ano passado, o Flamengo, time que mais faturou com os direitos televisivos (R$ 275,2 milhões) recebeu da Globo, detentora exclusiva dos direitos de transmissão, 662% a mais do que o América-MG (R$42,8 milhões), o segundo clube que menos recebeu. O Atlhetico-PR foi quem menos recebeu da empresa, mas não é considerado aqui por possuir outro tipo de contrato, recebendo direitos de imagem apenas da TV aberta.

Beting critica essa distribuição de valores desigual. “Futebol não é banco imobiliário, ou seja, não é quem mais tem dinheiro que ganha, mas evidentemente, como em outros campos de atividade humana, o dinheiro não traz felicidade, mas manda comprar, ou manda trazer, ou traz mais facilidades, então o dinheiro de televisão ou de direitos de transmissão de imagem discrepantes gera um campeonato desequilibrado”. O jornalista acrescenta que isso é prejudicial ao futebol. “Isso ninguém pode querer. Então no máximo que você puder equilibrar, no máximo que as grandes torcidas, grandes times, grandes audiências, grande poder econômico e político esportivo puderem fomentar e equilibrar o esporte melhor”.

No último Campeonato Brasileiro, disputado com 20 clubes, os seis times que mais faturaram com transmissão (Flamengo, Corinthians, Palmeiras, Grêmio, Atlético-MG e Botafogo) receberam 49,2% de todo o dinheiro distribuído pela Globo. Nos últimos dez Campeonatos Brasileiros, apenas cinco times foram campeões, dos quais, quatro (Flamengo, Corinthians, Palmeiras e Atlético-MG) estão na lista dos que mais receberam em direitos televisivos, citada acima. Além disso, se analisarmos as últimas tabelas do Brasileirão, há um padrão entre os times que terminam no G6, que são aqueles que se classificam para a Libertadores, principal competição do futebol sul-americano. Nas últimas cinco edições de Libertadores, incluindo 2024, três times (Flamengo, Palmeiras e Atletico-MG) participaram todos os anos do torneio continental. Nesses mesmos cinco anos, no mínimo 30 vagas foram reservadas para clubes brasileiros. Além disso, se analisarmos as últimas tabelas do Brasileirão, há um padrão entre os times que terminam no G6, que são aqueles que se classificam para a Libertadores, principal competição do futebol sul-americano.

Nas últimas cinco edições de Libertadores, incluindo 2024, três times (Flamengo, Palmeiras e Atletico-MG) participaram todos os anos do torneio continental. Nesses mesmos cinco anos, no mínimo 30 vagas foram reservadas para clubes brasileiros. Ainda assim, apenas 14 times brasileiros participaram da competição. Entre esses 14 times, nove disputaram três vezes a competição, dois duas vezes e três apenas uma vez. Esses dados mostram o pouco revezamento que há no topo do maior torneio nacional, como disse Vernek, e mostram que a divisão dos direitos de transmissão impacta a competitividade dos campeonatos. Com o passar dos anos e a acumulação do dinheiro ganho, o Brasileirão tende a ficar ainda mais concentrado e desequilibrado.

Aqui vale ressaltar que um ponto fora da curva nessas análises é o Corinthians. O alvinegro paulista, é o segundo clube que mais fatura com direitos televisivos, mas nos últimos anos a receita não tem refletido no desempenho esportivo do clube. Beting aponta que "desde 2013, o Corinthians começou a se perder, inclusive com a construção do Estádio Itaquera, hoje a NeoQuímica Arena. O time possui contas impagáveis que nem os direitos de transmissão têm conseguido resolver." Isso se explica porque as receitas do Corinthians são sugadas pelas dívidas do time, que passam de R$1 bilhão de reais.

Fonte: InkDropCreative/Depositphotos

Premier League e as mudanças no Brasil

Mauro Beting e Iago Vernek citam a Premier League como uma liga mais equilibrada e que pode servir de contraponto ao Brasileirão. Na Liga Inglesa, a cota de transmissão de televisão é dividida da seguinte maneira: 50% são divididas igualitariamente, 25% são divididos de acordo com a posição das equipes e 25% divididos de acordo com o quanto de audiência que o time gera. Embora a fórmula não pareça muito diferente da brasileira, o impacto das diferenças percentuais é claro. Na temporada 2021/22, o Manchester City, campeão e clube que mais recebeu dos direitos televisivos, arrecadou 153 milhões de libras, enquanto o Norwich, lanterna e quem menos faturou, recebeu 101 milhões de libras. Ou seja, o campeão ganhou apenas 1,6 vezes a mais que o último colocado, enquanto no Brasil, como mostrado acima, a diferença chega a ser seis vezes maior.

Mas, há dois recentes fatores que podem alterar o modo como a distribuição de direitos é realizada no Brasil. Primeiro, a Lei 14.205/2021, ou "Lei do Mandante". A partir dessa lei, o clube mandante pode negociar seus jogos sem que o visitante tenha que concordar, fator crucial para a negociação dos direitos transmissivos. Vernek explica que "até a MP do mandante em 2019, no governo Bolsonaro, a transmissora precisava comprar o direito dos dois clubes que estivessem jogando, se não ela não poderia transmitir. Isso força um pouco os clubes a fecharem parceria com uma mesma empresa justamente porque se você fecha com uma empresa diferente daquela do clube rival a partida não era transmitida por ninguém." Para Beting, "a lei do mandante, a princípio é uma ideia interessante na qual cada um cuida do seu negócio, mas ao mesmo tempo quando cada um cuida do seu negócio deixa de cuidar dos outros, e há um sentimento básico e deplorável no futebol brasileiro desde sempre, de que o que é bom para mim não deve ser bom para o rival. O que faz os times não ganharem tudo o que devem. E muitas vezes acontecem discrepâncias como a gente teve quando foi pulverizado o Clube dos Treze em 2011."

É com essa individualização dos clubes que começaremos o segundo fator, a criação de grupos que negociam em conjunto pelo futuro do futebol brasileiro: a Libra (Liga do Futebol Brasileiro), principal grupo, a LFF (Liga Forte Futebol do Brasil) e o Grupo União. Todos os clubes tinham o objetivo de criar uma liga única para organizar as séries A e B do Brasileirão, mas não chegaram em comum acordo. Aqui, vamos focar na Libra, pois é nela que se concentram os clubes com maior influência econômica e esportiva do Brasil.

Inspirada pela Premier League, a organização foi criada por clubes com o objetivo de administrar de forma independente a negociação e a distribuição dos direitos de transmissão do futebol, além das questões relacionadas à gestão e promoção do Campeonato Brasileiro. Hoje, a Libra é composta por nove clubes da primeira divisão, e dez da segunda, que tem a intenção de negociar coletivamente o direito de transmissão dos jogos para garantir contratos mais vantajosos e uma distribuição de receitas mais justa. O grupo, em março de 2024, fechou acordo com a Globo para a transmissão das partidas como mandante de seus clubes, com exclusividade, entre 2025 e 2029. A liga recebe R$1,3 bilhão para dividir entre seus integrantes, e aqueles que podem um dia entrar no grupo. Mas, vale lembrar que, ainda que a Libra faça parte de um movimento de reestruturação do futebol brasileiro, pelo menos nesse primeiro contrato, a organização não mudou a forma de divisão que continua no molde 40/30/30.

Os direitos de transmissão desiguais aprofundam a disparidade econômica entre os clubes, que compromete a competitividade dos campeonatos e gera um ciclo de dominação de poucos clubes na elite. Mas, entre todas as fontes de receita, o dinheiro vindo da transmissão de jogos é o que mais facilmente poderia ser distribuído de forma igualitária entre os clubes, ou, ao menos, de forma parecida. Isso porque os direitos de transmissão são pagos ao campeonato, em primeiro lugar, e não a um time específico, ao contrário da venda de ingressos e materiais, patrocínios e sócio-torcedores, os quais as receitas estão atreladas ao tamanho das torcidas dos times. Logo, é um faturamento que poderia ser usado para equilibrar a riqueza entre os clubes. Então, enquanto a formação de ligas e mudanças legislativas aparecem como uma oportunidade para reformar a distribuição dos direitos televisivos, é necessário um esforço coletivo de clubes e entidades reguladoras para criar um sistema mais equitativo que favoreça o desenvolvimento de todos.

Antônio Bandeira de Melo Carvalho Valle

Mestrando em Planejamento e Gestão do Território pela UFABC (Universidade Federal do ABC), coordenador do Observatório das Transmissões de Futebóis e associado ao Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLAÑO, C.; BASTOS, M. D. Um pensamento materialista em Comunicação. In: BIANCO, N. Del; LOPES, R. S. O campo da comunicação: epistemologia e contribuições científicas. São Paulo: Socicom Livros, 2020.

BRITTOS, V. C. Digitalização, democracia e diversidade na fase da multiplicidade da oferta. In: _____ (Org.). Digitalização, diversidade e cidadania: convergências Brasil e Moçambique. São Paulo: Annablume, 2010. p. 17-30.

DANTAS, Marcos. Comunicações, desenvolvimento, democracia: desafios brasileiros no cenário da mundialização mediática. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2013.

DEBORD, Guy. Sociedade do espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

INTERVOZES, Coletivo Brasil de Comunicação Social; Repórteres Sem Fronteiras. Media Ownership Monitor Brazil, 2018. [online] Disponível em: <https://brazil.mom-gmr.org/br/>. Acessado em 27/06/2022.

FERNANDES, Iago Vernek. Futebol, direito de transmissão e diversidade: da TV ao streaming. Le monde diplomatique, São Paulo, 25 abr. 2023. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/futebol-direito-de-transmissao-e-diversidade-da-tv-ao-streaming/>. Acesso em: 20 jun. 2023.

FERNANDES, I. V. Futebol e mídia: os direitos de transmissão no território brasileiro. Boletim Campineiro de Geografia, v. 12, n. 2, 2022.

FERNANDES, I. V.; PASTI, A. Territórios da mídia no Brasil: a notícia e os círculos globais, nacionais e regionais-locais de informações. Boletim Paulista de Geografia, n. 108, jul.-dez. 2022.

FERNANDES, Iago Vernek. et al. As disputas na mídia e os direitos de transmissão do futebol no Brasil. Le Monde Diplomatique, 2021. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/as-disputas-na-midia-e-os-direitos-de-transmissao-do-futebol-no-brasil/>. Acesso em: 27/06/2022.

FERNANDES, Iago Vernek. et al. Intervozes: Direitos de transmissão e o "negócio" do futebol no Brasil. Carta Capital, 2020. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/carta-capital/intervozes-direitos-de-transmissao-e-o-negocio-do-futebol-no-brasil/. Acesso em: 04/07/2023.

FERNANDES, Iago Vernek. Gigantes da comunicação ameaçam monopólio da Globo no futebol. Carta Capital, 2019. Disponível em <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/gigantes-da-comunicacao-ameacam-monopolio-da-globo-no-futebol/>. Acesso em: 27/06/2022.

FONSECA, Venilson Luciano Benigno. Lugares e territórios na cultura do futebol brasileiro. 2014.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de Metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003.

SANTOS, A. D. G. dos. A entrada do Fox Sports no mercado de TV fechada no Brasil: uma análise a partir das estruturas do mercado e da EPC. In: SANTOS, V. A.; HERRERA-JARAMILLO, M. (Org.). EPC: teoria e estudos setoriais: XIV Seminário OBSCOM/CEPOS. São Cristóvão-SE: OBSCOM/CEPOS-ULEPICC, 2017. p. 106-430.

SANTOS, A. D. G. dos. A Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro. Eptic, São Cristóvão, v. 15, n. 3, p. 205-215, set./dez. 2013. Disponível em: https://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/1366/1367. Acesso em: 20 jun. 2023.

SANTOS, A. D. G. dos. MP do mandante e a disputa pelos direitos de transmissão no futebol: barreiras político-institucionais em ação. In: VALENTE, J. C. L. (Org.). Cadernos de conjuntura das comunicações Lapcom Ulepicc-Brasil 2021: pandemia, liberdade

de expressão e polêmicas regulatórias na comunicação eletrônica. 1ed.São Cristóvão: Ulepicc-Brasil, 2021, v. 1, p. 76-94. 2021b

SANTOS, A. D. G. dos. Os Direitos de Transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol. Curitiba: Appris, 2019.

SANTOS, A. D. G. dos. Um modelo para regulação dos direitos de transmissão de futebol. 2021. 461 f., il. Tese (Doutorado

em Comunicação) — Faculdade de Comunicação,

Universidade de Brasília, Brasília, 2021. Disponível em: https://repositorio.unb.br/handle/10482/42947. Acesso em: 20 jun. 2023. 2021a.

SANTOS, A. D. G.; SANTOS, I. S. da C. Futebol e Economia Política da Comunicação: revisão de literatura e propostas de pesquisa. Redes.com, Sevilla, p. 378-395, 2016. Disponível em: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5456610.pdf. Acesso em: 20 jun. 2023.

Podcast Jogando Dados (Cepcom/UFAL e Cubo/UEL): https://spotifyanchor-web.app.link/e/165YqYxJMAb.

Podcast O Jogo é Hoje: https://anchor.fm/o-jogo-e-hoje.

OBSERVATÓRIO DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBÓIS