

UMA ANÁLISE DO STREAMING ESPORTIVO: COM FOCO NA TRANSMISSÃO DO CONFRONTO ENTRE  
GRÊMIO E INTERNACIONAL PELA LIBERTADORES NO FACEBOOK<sup>1</sup>

Higor Stork Zeferino<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo questiona e analisa a ascensão e o futuro do *streaming* esportivo, a transmissão de jogos pela internet, e as mudanças e simultaneidades em relação às transmissões realizadas pelas emissoras de TV aberta e fechada. Entender que para ter uma transmissão de qualidade há inúmeros fatores que colaboram ou colocam em risco o produto final. E que para assistir a uma partida de futebol você não precisa mais estar na frente da TV. E claro, o dinheiro no meio de tudo isso.

**Palavras-chave:** Streaming. Futebol. Facebook.

## 1 Introdução

Você já pensou em estar na sua sala ou em uma fila de banco, abrir o aplicativo e ter uma infinidade de esportes acontecendo ao mesmo tempo ali na sua frente? Não só o futebol, mas basquete, vôlei, futebol americano e até arremesso de dardo e tudo isso, se você quiser, na palma da sua mão? É isso que o *streaming* traz até o seu smartphone ou tela do seu computador. Podemos definir o *streaming* como uma tecnologia que envia dados multimídia via internet, podendo ter um diferencial de ser ao vivo, sendo transmitido no momento, ou você tem a possibilidade de assistir a hora que quiser, *on demand*. São conteúdos de vídeo e áudio transmitidos e disponíveis na internet. Um dos grandes exemplos de empresa gratuita de *streaming* é o YouTube e de forma paga temos a Netflix. O sistema de *streaming* é um produto do entretenimento e não se restringe hoje apenas a filmes, séries e desenhos, e chegou ao universo esportivo com transmissão de vários esportes. De forma gratuita, por enquanto, temos o Facebook e de forma paga temos o DAZN.

O objetivo deste artigo é a análise da transmissão pela internet de um jogo específico que aconteceu em 2020 entre Grêmio e Internacional, em Porto Alegre, pela Copa Libertadores da América, transmitida ao vivo pelo Facebook. O presente trabalho de

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do Curso de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL, orientado pela professora Vanessa L. Pedro.

<sup>2</sup> Autor do Artigo: Higor Stork Zeferino E-mail: storkhigor@hotmail.com

conclusão de curso vai tratar do surgimento do *streaming* com o uso e a difusão da internet e como deixou o universo cinematográfico, com os canais por assinatura que exibem filmes e séries, e partiu para o esportivo, mais precisamente como chegou ao Facebook e às plataformas digitais. O foco será o Facebook, uma rede social utilizada por 2,3 bilhões de pessoas todos os dias, segundo dados da própria rede social em 2019 e, no Brasil, por 2,271 milhões de usuários no relatório da Digital in 2019, do site We Are Social. E como têm se dado a transmissão de jogos de futebol ao vivo nesta plataforma, migrando de uma tradição de transmissão de jogos de futebol nos canais abertos e por assinatura das emissoras de TV. O recorde mundial em transmissões on-line é a final da Liga dos Campeões, o campeonato mais importante do futebol europeu, que ocorreu em 23 de agosto de 2020 entre Paris Saint-Germain da França e Bayern de Munique da Alemanha e contou com 7,2 milhões de espectadores acompanhando ao vivo o último jogo. No Brasil, o recorde de audiência nesta modalidade de transmissão e de esporte foi o confronto entre Flamengo e Fluminense na final do Campeonato Carioca de 2020 com 2,2 milhões de pessoas no YouTube, seguido do confronto entre Internacional e Grêmio, um clássico do futebol gaúcho, pela Copa Libertadores, com 2,1 milhões de espectadores via Facebook Watch que é plataforma de vídeos que está inserida dentro do próprio Facebook. O confronto que dissecaremos no decorrer do trabalho será justamente a partida entre as equipes gaúchas no dia 12 de março de 2020, tendo a transmissão exclusiva pelo Facebook, com mais de 4 horas de live na rede social, temos ao todo 11 milhões de visualizações, 296 mil curtidas, 332 mil comentários e 59 mil compartilhamentos. O jogo escolhido para a análise foi o primeiro clássico entre esses times na Libertadores transmitido pelo internet, uma rivalidade que até então vinha sendo transmitida via TV aberta e fechada, e pela primeira vez na história teve seu confronto sendo transmitido via *streaming*.

A interatividade é um elemento fundamental para a análise e o crescimento do *streaming* e também será analisada neste artigo. É uma possibilidade, uma estratégia e um hábito cada vez mais inserido na vida da população e na forma como as pessoas atuam nas redes. O instantâneo e a participação direta dos espectadores, que passam a ser usuários e não apenas aqueles que assistem, no momento dos jogos é um dos elementos que diferenciam as transmissões tradicionais das atuais realizadas pelas redes. Conseguir atuar e interferir na transmissão, interagir com comentaristas e com os outros usuários, além de ter acesso ao jogo na palma da mão, são dois dos elementos mais importantes para analisar neste projeto. E a interação não se dá apenas via os jogos. As empresas aprenderam a abraçar a interatividade

via redes, para ter mais um canal para falar com seus usuários, podendo ter a solução para uma reclamação ou apenas uma dica para o dia.

Além do formato, ainda está em debate entre torcedores, clubes e emissoras de TV, o tema da rentabilidade em torno do *streaming* esportivo. Os números de audiência podem ser surpreendentes, mas como conseguir gerar lucro e como continuar sendo acessível ao público como era nas transmissões da TV aberta e como passou a não ser com a TV por assinatura e os canais de *pay-per-view*? E vale destacar que a TV traz uma cota grande e que é algo garantido para a competição que determinado clube vai participar, e fugir da TV e utilizar o *streaming* como forma de transmissão pode nem chegar perto da rentabilidade que se ganharia pela cota da TV.

Outro fator é a qualidade da transmissão, técnica e de conteúdo, se comparada à TV tradicional. Podemos ter transmissão com uma audiência grande, mas com uma qualidade baixa se fizermos o comparativo com a TV convencional, aberta ou por assinatura, uma câmera ruim, um microfone ruim e até a questão do quadro de profissionais que estão envolvidos na transmissão pode interferir diretamente no produto final que o usuário recebe.

Teremos também o relato de Luiz Augusto Alano, em uma entrevista realizada para o presente artigo sobre a visão de quem transita entre as três vias de transmissão, TV aberta, fechada e o *streaming*. Luiz Alano é narrador desde 1998, e possui a experiência em seu currículo de quem já trabalhou nas TVs aberta e fechada, e no *streaming*. Alano vai trazer uma visão de dentro das emissoras e da plataforma, fazendo uma projeção do hoje para o futuro. Suas respostas vão estar inseridas no decorrer dos nossos tópicos. Mas um breve relato, Luiz Alano começou como plantão esportivo na Rádio Tubá na cidade de Tubarão em 1992. Trabalhou na Rádio Guarujá de Orleans e 1996 retornou para Tubarão para trabalhar na Rádio Santa Catarina, mas já passou pela Rádio CBN em Florianópolis, Rádio Gaúcha em Porto Alegre. Em relação a TV trabalhou na TVCOM, SporTV, Premiere e recentemente assinou contrato com o SBT. No cenário do *streaming* ainda narra para o DAZN onde está desde 2019 quando seu contrato com o grupo Globo se encerrou.

## **2 Surgimento do *Streaming***

O Major General George Owen Squier em 1920 conquistou a patente de um sistema de transmissão e distribuição de sinais em linhas elétricas, no que mais tarde (1934) veio a se chamar Muzak, um sistema de músicas em *streaming* para quem não usava o rádio em estabelecimentos. De lá para cá, foi um longo processo até chegarmos ao fim dos anos

1980 e início dos anos 1990 com computadores mais potentes, mas carentes de uma CPU e uma rede de dados.

O *streaming* como conhecemos hoje foi desenvolvido graças aos avanços da compactação de dados (Lee Jack, 2005), passando por Nasir Ahmed, T. Natarajan e KR Rao em 1973 (Nasir Ahmed, 1991) com a criação do algoritmo transformado discreta de cosseno (DCT).

No fim dos anos de 1990, com o aumento de usuários com acesso a internet, as grandes empresas apostaram na forma de transmissão de dados via internet. A Microsoft com o Windows Media Player e a Apple com QuickTime. O primeiro site de *streaming* a se popularizar foi o YouTube em 2005.

Um dos grandes serviços de *streaming* é a Netflix, segundo a CompariTech a Netflix conta com 182 milhões de assinantes em todo mundo, com receita anual de US\$ 19 bilhões de dólares, mundialmente.

E conforme tivemos a tecnologia evoluindo, a forma de criar conteúdo para a TV e internet foi se moldando ao gosto do consumidor. Trazendo grandes acréscimos como: interatividade e a instantaneidade de poder assistir o que quiser onde quiser e na hora que melhor for conveniente.

Contudo, novas tecnologias foram surgindo e com elas novas maneiras de consumir entretenimento também. Mas não foram somente as ferramentas que evoluíram, os consumidores se tornaram cada vez mais autônomos e informados, pois eles possuem mais conhecimento de ferramentas tecnológicas e um leque de opções para adquirir qualquer produto ou serviço em qualquer hora e lugar, assim, a interação com as marcas se torna mais ativa, e a necessidade das empresas e da Publicidade de se adaptar torna-se mais latente. (Mariana Zaché Silva e Felipe Campo Dall'orto, 2017, p. 1)

Em 2003, Manuel Castells, em *A Galáxia da Internet Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*, já trazia a ideia do *streaming* como conhecemos hoje.

O streaming também está se tornando uma tecnologia popular; tratase da transmissão de conteúdo em tempo real na Internet com o uso de aplicativos como o Realplayer ou o Quicktime, embora neste último caso o armazenamento e a gravação dos arquivos trocados sejam tecnicamente difíceis. (Manuel Castells, 2003, p. 200)

E de fato o *streaming* veio a ser uma das grandes tecnologias que revolucionaram a forma de transmissão de filmes, séries e também jogos de futebol.

## 2.1 *Streaming* Esportivo

O entretenimento via *streaming* não se baseia apenas naqueles que gostam de filmes, séries e documentários, o esporte também ganhou força nos últimos anos trazendo transmissões de partidas de futebol, basquete, futebol americano e até dardo.

De acordo com Henry Jenkins (2015, p.9), em *Cultura da Convergência*, "as velhas mídias não morreram. Nossa relação com elas é que morreu. Estamos numa época de grandes transformações, e todos nós temos três opções: temê-las, ignorá-las ou aceitá-las".

Os principais serviços de *streaming* esportivo são o DAZN e Facebook Watch, mas temos os Apps dos canais fechados das TVs por assinatura como: SporTV Play, Premiere, Watch ESPN, Uol Esporte Clube, Esporte Interativo Plus, TNT GO e Fox Sports.

Com uma grande demanda de esportes, a gigante do entretenimento esportivo, DAZN, revolucionou o cenário das transmissões unindo tudo em apenas um lugar. Imagine a Netflix, vários filmes e séries para assistir onde e quando quiser, essa é a principal proposta da empresa alemã. As primeiras transmissões aconteceram em 2016 na Alemanha, Áustria, Japão e Suíça. Em 2017, a empresa passou a transmitir no Canadá, em 2018 na Itália e nos Estados Unidos e na Espanha em 2019.

No cenário brasileiro começou com transmissões pelo YouTube e na sequência migrou para a sua própria plataforma, nos Apps para celulares e TVs Smart. No Brasil, atualmente a empresa possui o direito de transmissão do Campeonato Turco, Inglês, Mexicano, Americano e a Série C. São três Copas: Italiana, Inglesa e a Supercopa da Inglaterra. Mas ainda possui em seu catálogo, Fórmula Indy, Mundial de Superbike, Boxe, Major League Wrestling, World Series of Darts e Tênis. Vale destacar que a empresa cobra uma mensalidade para a utilização do serviço que, no momento da pesquisa, custa R\$ 19,90 e o primeiro mês é de teste antes de assinar em definitivo o canal de *streaming*.

Fotografia 1 – Plataforma esportiva DAZN



Sobre o DAZN, Luiz Alano que é narrador da plataforma de *streaming*, faz uma reflexão de quem está dentro da empresa e comenta que o serviço estava em ascensão no cenário brasileiro, mas que neste momento, devido a alguns problemas, teve uma grande perda de consumidores.

Eles estavam em grande processo de crescimento de muitos eventos, de Campeonato Italiano, Francês, muitas ligas, a série C e a Copa Sul-Americana, então cheguei nesse momento do boom do DAZN no Brasil. E hoje não tá mais, eles tiveram uma queda muito brusca de mercado, em virtude da crise, da pandemia do coronavírus, da alta do dólar, e eles tiveram uma redução drástica no seu quadro de eventos. Eu ainda continuo sendo narrador do DAZN, fazendo basicamente Série C. Mas eles perderam muitos dos seus eventos.

O Facebook traz uma proposta diferente do DAZN. Com a possibilidade de assistir onde quiser, possui também o diferencial de não ter que pagar nada, diferente da mensalidade da empresa alemã. É importante pensar que o que o Facebook não ganha em pagamento direto do consumidor para a plataforma, ele ganha em anunciantes que aparecem nas páginas dos usuários e são personalizados pelo algoritmo. Segundo David T. Kirkpatrick (2011) em *O Efeito Facebook*, "os aplicativos do iPhone, do BlackBerry e do Google Android no Facebook, assim como aqueles em outros telefones celulares, já são usados por mais de 200 milhões de usuários no mundo inteiro"(p.303). Vale destacar que os números são de 2011 e que, nesse momento, a rede social reúne mais de 2,3 bilhões de usuários diários, segundo dados divulgados pelo próprio Facebook em janeiro de 2019.

Em se tratando das transmissões de jogos, em 2018 uma parceria entre o Facebook e a Conmebol, entidade que gerencia o futebol Sul-Americano, definiu que a rede social possui o direito de transmissão dos jogos entre 2019 e 2022, podendo ser transmitido em 10 países sul-americanos (Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela), incluindo o Brasil. Desta forma, o Facebook possui o direito de transmitir um jogo exclusivo toda quinta-feira, podendo também nas terças e quartas ter a transmissão dos jogos para países de língua espanhola. A plataforma que o Facebook utiliza é inserida dentro da própria rede social, o Facebook Watch e, além dos jogos exclusivos, a empresa também possui o direito de transmissão de pelo menos 19 jogos sem exclusividade.

Fotografia 2 – Confronto entre Delfin (ECU) contra o Santos pela Copa Libertadores



Fonte: Facebook Watch (2020)

Outra importante parceria do Facebook foi com a UEFA para transmitir os jogos da Liga dos Campeões de 2018-2021. Inclusive na época, Guy-Laurent Epstein, diretor de eventos de marketing da UEFA, comemorou o acerto: “Estamos muito felizes de receber o Facebook na família UEFA de mídia. O Facebook, como maior rede social do mundo, vai garantir uma cobertura extensa e livre para a maior e mais prestigiosa competição de clubes”. No Brasil, o canal fechado TNT possui os direitos de transmissão juntamente com o Esporte Interativo e com a parceria do Facebook faz ao menos um jogo exclusivo na plataforma. Nas fases seguintes divide a telinha com a TV fechada nas transmissões dos jogos da Champions.

### 3 Interatividade

A interatividade não é algo atual, mas o consumidor está muito mais participativo nas transmissões. No primeiro *Big Brother Brasil*, lá em 2002, onde inclusive aconteceram duas edições no mesmo ano, a votação era feita via SMS, e assim foi durante muito tempo, até a rede Globo migrar a edição 13 do *reality show*, em 2013, para a internet. Desde então, grupos de torcedores se unem para votar nos participantes na casa e ter suas interações sendo exibidas durante o programa.

E no *streaming* esportivo, a interatividade é quase que essencial para manter o público ativo durante as transmissões dos jogos. A interação pode ser com o comentarista ou o narrador durante os jogos de futebol. Isso pode ser por meio de *hashtags* no Twitter ou no caso do Facebook, pode ser escrevendo a mensagem durante o jogo e no momento que melhor convém ao espectador, para reclamar do lance e até mesmo comemorar o gol da partida. Mas a ideia de interatividade não é de agora. Henry Jenkins indica que o consumidor não quer mais ficar imóvel apenas absorvendo o conteúdo.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2015, p.46).

No DAZN, temos o sistema de interação partindo do Twitter. A plataforma durante os jogos coloca a *hashtag* na tela e o próprio comentarista e narrador reforçam o pedido pela interação na rede social. Dependendo do jogo podemos ter o nome da competição mais o acréscimo no DAZN. Se tivermos um clássico nacional ou internacional pela plataforma, podemos ter o DAZN nos tradings tops do Twitter, que é o assunto mais comentado no Brasil ou em determinada região.

Fotografia 3 – A forma de interatividade do DAZN pelo Twitter



Fonte: Higor Stork (2020)

Se o DAZN utiliza de uma rede social para ter uma interação com seu público, o Facebook utiliza sua própria plataforma para ter essa interação durante os jogos. Ao invés das *hashtags* se utiliza do chat onde milhares de pessoas interagem ao mesmo tempo, curtem e reagem conforme suas emoções no decorrer das partidas. David T. Kirkpatrick faz uma análise sobre o que o Facebook se tornou em termos de plataforma para quem quer assistir um conteúdo por vídeo on-line.

O Facebook oferece ao espectador uma plataforma para que possa assistir a televisão com seus amigos. Existem outras maneiras de fazer a mesma coisa. O Facebook também permitiu que os usuários acompanhassem com muito mais facilidade qualquer transmissão de vídeo na web e fizessem comentários ao vivo por meio de suas mensagens de status, que podem ser vistas em qualquer página do site que optar por integrá-las. (David T. Kirkpatrick, 2011, p.287).

Ainda sobre a interatividade, outra questão interessante é saber quem está assistindo aos jogos com você. No Facebook, além de existir uma extensa gama de interações, você pode ver se seu amigo está assistindo ao jogo com você, e tudo isso em tempo real. E isso já era discutido e desenvolvido em 2011, segundo Kirkpatrick.

Aqui está um possível cenário: imagine que você está em um jogo de futebol e seu dispositivo móvel mostre quais de seus amigos também estão no estádio – talvez até mesmo onde estão sentados. Talvez ele possa lhe dizer quem, em seu setor nas arquibancadas, assistiu exatamente aos mesmos jogos que você no passado. Ou quem torce pelo seu time. Isso pode parecer divertido para muitos usuários. (David T. Kirkpatrick, 2011, p.303).

O Facebook conseguiu construir um estádio virtual onde você pode literalmente escolher seu assento e conversar com a pessoa que está ao seu lado, e o melhor de tudo isso, gratuitamente, diferente do DAZN, que cobra uma mensalidade de seus usuários.

Interação e a chance de exercer uma maior influência sobre a plataforma são as propostas que o streaming traz para a vida do consumidor, pois há a possibilidade de um diálogo direto com a empresa através de suas redes sociais, podendo assim, contribuir para o aprimoramento da própria plataforma. Outros pontos importantes que a ferramenta possui são a comodidade de poder assistir quando quiser e como quiser e a pluralidade de conteúdo. (Mariana Zaché Silva e Felipe Campo Dall'orto, 2017, p. 2)

Fugindo do cenário esportivo, brevemente, tivemos durante a pandemia do coronavírus em 2020 diversas *lives* de artistas brasileiros e internacionais que “quebraram” a internet com recordes de audiência. No dia 8 de abril, a cantora Marília Mendonça, que é reconhecida como cantora de sertanejo, atraiu 3,2 milhões de pessoas assistindo à transmissão simultaneamente, e em menos de 45 minutos de *live* já havia superado Jorge e Mateus (3,1 milhões) na semana anterior. Depois de quase cinco meses da apresentação no You Tube, a *live* possui 55.327.737 visualizações. Mas o grande destaque, além claro da audiência

estrondosa, foram as interações durante a *live*, não só dos populares que colocaram o nome de Marília Mendonça nos *trending topics* do Twitter, mas dos famosos que interagiam e mandavam áudios e textos elogiando a *live* da cantora. A #LiveLocalMariliaMendonca chegou a atingir 492 mil Tweets, sendo o assunto do momento naquele dia, porém o que chama a atenção é que entre os top 20 assuntos do momento naquele dia (8) a maioria era sobre a cantora e músicas da cantora.

Fotografia 4 – Interatividade durante a live da cantora Marília Mendonça



Fonte: Twitter (2020)

Martino (2014) afirma que a mídia interativa amplia os contatos interpessoais, seja com realidade com outras pessoas ou objetos, mesmo que estejam distantes.

Aliás, em certa medida, a noção de interatividade está ligada de alguma forma à ideia de que os meios são extensões do homem. Interagir, no caso, é utilizar instrumentos digitais para existir virtualmente em lugar nenhum. A interação, pensando nos termos de McLuhan, é a ligação entre os seres humanos via extensões tecnológicas responsáveis por formar um corpo de pixels acoplado ao corpo biológico. (MARTINO, 2014, p. 196).

E como reforça Henry Jenkins (2015, p.10), “Novos níveis de participação dos fãs estão sendo atingidos para formar laços mais fortes com os conteúdos”. E eu iria além, não só com o conteúdo apresentado, mas com quem está apresentando, seja o cantor, no caso a Marília Mendonça, ou os narradores comentaristas do DAZN e Facebook. Vale destacar que, segundo a área de esportes do Twitter Brasil, mais de 50% dos tweets de transmissões ao vivo realizadas na plataforma neste ano eram de eventos esportivos.

Então podemos atrelar o *streaming* com a interatividade, que diferente dos canais abertos não existe em transmissão de jogos, até Luiz Alano, comenta que na TV aberta o sistema de interação não existe, mas na TV fechada e no *streaming* está presente para chamar a atenção do público e a transmissão ter um atrativo a mais do que o jogo que está sendo transmitido pela plataforma.

A questão do contato com o público hoje em dia tá todo mundo fazendo quase que igual. Essa questão do Twitter, hashtag, mensagem e a ESPN foi uma das emissoras de TV fechada que mais explorou contato interação, com Twitter. Eu particularmente tenho lá os meus gostos, porque eu gosto de interagir, mas eu gosto mais de narrar. Então quando há uma interação de um produtor, um coordenador ou próprio comentarista que administra essas mensagens.

Se alguns canais da TV fechada foram os propulsores no uso das *hashtags*, o *streaming* utiliza como se fosse um complemento da plataforma, mas hoje até os canais mais tradicionais da TV fechada estão aderindo a forma de interação via internet, conforme Luiz Alano.

Então o DAZN especificamente tem muita interação, aí ele é voltado praticamente 100% com hashtag com interação, até porque o produto é 100% internet. No SporTV, por exemplo, não tinha nada, hoje tem, eu tenho visto que eles estão fazendo, provavelmente fazendo com coordenador mandando perguntas prontas, porque o narrador narrar o jogo e ficar com computador, notebook na frente, e fazendo é muito arriscado.

Se trouxermos a questão da interatividade para a TV aberta, Luiz Alano comenta que ainda é um universo novo e de fato ainda não existe, e um dos problemas seria as muitas interações que poderiam acontecer simultaneamente.

Em termos de TV aberta, no SBT que é uma experiência muito nova, ainda não tem essa interação, mas imagina só falar para milhões e milhões e milhões quantos milhões de tweets e milhares simultaneamente tem.

Uma das questões que têm que ser analisadas com cuidado é como essa interação pode ser feita. Entendemos que pode ser por via das redes sociais, ou como no caso do Facebook na própria plataforma, mas alguém vai ter que fazer o filtro dos comentários para ler ao vivo durante o jogo. Nas partidas de futebol que temos transmitidas pelo Facebook e DAZN, os comentaristas possuem essa liberdade para trazer a opinião do público para transmissão, e Luiz Alano comenta que não gosta de ler as mensagens durante os jogos, que até já tentou, mas prefere estar concentrado durante os jogos e deixa essa função para o comentarista, mas que existe essa filtragem nas transmissões dos jogos, ou pelo comentarista ou algum produtor que está presente.

Então é uma coisa que tem que ser filtrada, o DAZN como é um canal, streaming, pequeno em relação se você comparar com uma TV fechada ou aberta o volume não é tão grande até dá para administrar em eventos com não tanta relevância, então dá para administrar esse tipo de mensagem. A filtragem no DAZN é muito mais fácil né porque o volume não é tão grande, então quando eu estou no ar eu peço para o comentarista fazer, eu não gosto de fazer, até já cheguei a fazer, mas eu acho que tira minha concentração, eu gosto de ficar focado ali na bola, no jogo. E nem todas as mensagens são carinhosas, sempre tem alguns chatos de internet, que se não é a metade talvez até a maioria. Então eu gosto de ficar com a cabeça voltada para o evento.

No confronto entre Grêmio e Internacional pela Copa Libertadores que foi transmitido pelo Facebook, tivemos o narrador, André Henning e o comentarista Alê Oliveira. A todo momento os dois pediam pela interação do público via plataforma do Facebook, seja com comentários ou até mesmo compartilhamento da live da partida. Logo do início da transmissão já foi lançado uma enquete para quem estivesse assistindo responder, “Quem vence hoje?”. Essa primeira interação com o público, de forma mais ativa na transmissão foi aos 19 minutos e 15 segundos da live que está no Facebook.

Vai comentando aí galera, vai participando no Facebook e aproveita e faz o seguinte, já compartilha o link, já vai naquele grupo lá e compartilha o link com seus amigos. Nós estamos nas páginas oficiais da Conmebol, do Grêmio e do Inter, com a nossa transmissão via Facebook para todo o Brasil, então vai compartilhando vai contando para a galera que o Gre-Nal das Américas tem transmissão exclusiva do Facebook. Mas vamos abrir nossa enquete né? Prometi aqui, então vamos lá, quem vence hoje? É simples, é reto, quem vence hoje? Grêmio ou Internacional?

Essa foi apenas uma das tantas enquetes que foram surgindo ao longo da transmissão e muitos recados sendo lidos durante a transmissão, e sempre reforçando o pedido para compartilhar o link da partida, ou na própria plataforma ou em outras redes sociais.

#### **4 Rentabilidade**

Que os números de audiência do *streaming* são impressionantes já sabemos, mas uma das grandes dúvidas é em relação à questão financeira. Os valores eram determinados até 2018 por negociações unilaterais entre clubes e emissoras. A depender do perfil do clube (tamanho de torcida, renda e local de residência do torcedor, potencial de audiência) e das circunstâncias da negociação (condições financeiras, capacidade de barganha), as cifras eram decididas individualmente. A partir de 2019, o Brasil importou o modelo que ficou famoso no mundo por meio da Premier League, a liga de futebol da Inglaterra. Embora as negociações ainda aconteçam de maneira individual no futebol brasileiro – em vez de coletiva, por meio de liga –, clubes assinam com Globo e Turner e fazem parte de um sistema que distribui a verba de acordo com parâmetros pré-determinados.

O jornalista, Rodrigo Capelo, escreveu em seu blog que o Grupo Globo dividirá o valor de R\$ 600 milhões da TV aberta, e R\$ 500 milhões da TV fechada em três categorias. Do total, 40% serão divididos igualmente entre todos os clubes, 30% são divididos conforme número de jogos transmitidos e 30% são divididos de acordo com colocação na tabela.

Já a Turner, empresa americana que administra o Esporte Interativo, adquiriu apenas o direito da TV fechada com o TNT. A quantia a princípio é de R\$ 520 milhões, 50% são divididos igualmente entre todos os clubes, 25% são divididos conforme a audiência dos jogos e 25% são divididos de acordo com colocação na tabela.

Agora trazendo para o *streaming*, o Flamengo durante o Campeonato Carioca deste ano não chegou a um acordo com a Rede Globo para transmitir seus jogos, então o time Rubro-Negro decidiu fazer sua própria transmissão da partida pelo YouTube.

Ao todo, 12 milhões de visualizações, 450 mil novos inscritos e um pico de 2,2 milhões de *views* simultâneos. Em termos de arrecadação para a partida, o Flamengo chegou a R\$ 120.000 em patrocínio, R\$ 200.000 em ingressos virtuais, e o faturamento chave da partida, R\$ 2.700.000 pelo SuperChat do YouTube. A divisão da plataforma mostra que 70% fica para o Flamengo e 30% para o próprio YouTube.

Com o sucesso da transmissão contra o Boa Vista, o Flamengo decidiu novamente transmitir sua partida, agora contra o Volta Redonda, por meio da plataforma MyCujoo. O sócio torcedor teve o direito de assistir gratuitamente, mas para quem não era sócio foi cobrado o valor de R\$ 10,00.

A diretoria do Flamengo revelou que arrecadou um "pouco mais" de R\$ 1 milhão graças à transmissão direta da partida contra o Volta Redonda pela semifinal da Taça Rio. Segundo o clube, quase 100 mil torcedores pagaram para assistir ao duelo decisivo, importante para a segunda fase do campeonato Carioca. “O Clube de Regatas do Flamengo

agradece aos quase 100.000 torcedores que fizeram o pagamento do ingresso para ver o jogo na plataforma MyCujoo”, mas também destacou que o sistema teve instabilidade. “Milhares de torcedores que tentaram concluir a operação de compra do jogo não conseguiram. Não foi possível atender a enorme demanda que se formou nas horas próximas ao jogo, no que tange às pessoas localizadas no Brasil”.

Vale destacar que o Flamengo cobrou R\$ 10,00 pelo ingresso virtual para quem mora no Brasil, e US\$ 8 (cerca de R\$ 44 na cotação atual) para torcedores que moram fora do país. “Nosso Clube arrecadou pouco mais de 1 milhão de reais com a venda, mostrando que este é um modelo importante para os clubes brasileiros. É mais uma possibilidade de a torcida participar diretamente do fortalecimento do nosso time, aumentando a capacidade de se ter um elenco campeão”.

Esses são dois exemplos distintos com o mesmo clube, um faz a disponibilidade do produto gratuitamente pela internet, e o público aceita e inclusive ajuda o clube, seja com os ingressos virtuais ou doações pelo SuperChat durante a partida. E também possui o contraponto, onde a partida é disponibilizada por um serviço que para quem não é sócio tem que pagar uma quantia, e se não pagar não tem como assistir. A demanda é grande, tanto que a plataforma do MyCujoo não suportou a rotatividade no site e acabou caindo em determinados momentos e teve aqueles que compraram a partida única, mas acabaram não assistindo por conta do fluxo de pessoas.

Porém a questão é se vamos ter um sucesso em longo prazo, já que somente na temporada de 2019, o Flamengo arrecadou em transmissão pouco mais de R\$ 187 milhões com o Grupo Globo, contando TV aberta, fechada e *pay per view*. Se fizermos uma média dos números apresentados pelo YouTube e MyCujoo durante a transmissão o clube poderia arrecadar por jogo R\$ 1.960.000, mas claro o valor poderia variar podendo ter mais patrocinadores ou um número maior de adesão dos jogos via plataforma. Em 2019, o Flamengo realizou 74 jogos, 38 pelo Campeonato Brasileiro, 17 Campeonato Carioca, 13 Libertadores, quatro Copa do Brasil e dois pelo Mundial de Clubes. Se nesta temporada o Flamengo fizesse o mesmo número de jogos com a sua renda a R\$ 1.960.000 teria faturado R\$ 145.040.000, e teria um déficit de R\$ 41.960.000, ou seja, no momento o *streaming* pode ter um número grande de visualizações, mas está longe de conseguir concorrer financeiramente com a TV.

No podcast “Dinheiro em Jogo”, do jornalista Rodrigo Capelo, ele teve na edição de número 12 a participação do Diretor de Operações (COO) da Kantar Ibope, José

Colagrossi, ele reconhece que as entidades que administram o esporte possuem seus deveres, mas um dos principais é buscar recursos para os clubes.

Tanto a Conmebol como a UEFA ou a CBF, ou seja, essas organizações, elas têm a função de desenvolver o esporte, crescer a base de fãs, enfim. Mas ela tem uma função muito importante que é de trazer dinheiro para os clubes, trazer dinheiro pros seus sócios que são os clubes de futebol. No caso da UEFA, como no caso da Conmebol, ou seja, da Sul-Americana ganhou quem ofereceu mais, ou seja, foi simples assim. E não houve naquela ocasião e não existe ainda um entendimento amadurecido que talvez seja melhor receber um pouco menos e manter a oferta dos jogos multiplataforma do que você fala bom o principal seja a maior proposta é a que ganha.

E até fazendo um planejamento para o futuro, José Colagrossi, destaca que daqui dois ou três anos é que poderemos saber o real retorno que o *streaming* trouxe para os clubes, federações e principalmente para os patrocinadores que gasta seu dinheiro em divulgação via internet.

Eu acho que ao longo dos próximos anos a gente vai poder aferir ou eles principalmente se isso deu dinheiro ou não, ou seja, qual foi o retorno, ou seja, financeiro no investimento que estão fazendo agora, enfim. Mas eu acho que daqui a dois, três, quatro anos quando a experiência do streaming exclusivo já tiver tido um período suficiente para uma análise real e detalhada do alcance, quais são as consequências para o alcance, quais são as consequências para a base de fãs, quais são as consequências para o perfil dos fãs e principalmente quais são as consequências para os patrocinadores que no fundo pagam a conta e para as organizações que estão fazendo investimento.

O Facebook, onde tivemos o confronto de Grêmio e Internacional pela Copa Libertadores já vislumbra o futuro do mercado. Se para José Colagrossi os números financeiros vão aparecer em alguns anos, a rede social já planeja há muito tempo como abocanhar as receitas sobressalentes da TV, rádio, revistas e jornais.

Com a queda das receitas de TV, rádio, revistas e jornais, estão sobrando 200 bilhões de dólares no mercado a serem gastos com publicidade. Esse dinheiro tem de migrar para a internet. E o Facebook vai continuar aumentando seu estoque de dados como consequência de todas as atividades dos usuários e será capaz de se lançar à conquista desses bilhões. (David T. Kirkpatrick, 2011, p.264).

Agora, trazendo o assunto do dinheiro para o cenário brasileiro, o que mais se discute são as questões do direito de transmissão. Inclusive no ano de 2020 foi criada a Medida Provisória 984/2020 que concedia aos clubes mandantes o direito exclusivo de transmissão de seus jogos sobre o evento esportivo. A MP foi editada em cima da Lei Pelé (9.615/1998) em 18 de junho pelo presidente Jair Bolsonaro (sem partido). Porém a MP acabou sem votação e perdeu a validade no dia 16 outubro, assim voltou a valer o texto original da lei, se uma empresa quiser transmitir os jogos precisa possuir o consenso das duas equipes envolvidas no jogo.

E logo no início tudo mostrou que chegaria em um grande... nada. A richa entre Globo e Flamengo, que não chegaram a um acordo nos valores para transmitir as partidas do

time Rubro-Negro foram o grande extopim para o presidente do Flamengo, Rodolfo Landim, buscar a ajuda do presidente Bolsonaro. A medida contou com apoio de 12 dos 20 clubes da Série A do Brasileirão, e na Série B apenas a Ponte Preta foi contra.

O clube em si poderia até ter um maior controle dos direitos de transmissão, mas isso só iria favorecer uma minoria, fazendo com que a diferença de arrecadação de um clube grande fosse ainda mais desproporcional do que a de um clube menor.

## 5 Qualidade técnica de transmissão

A qualidade do *streaming* está atrelada a diversos fatores técnicos e de equipamentos tanto do emissor quanto do receptor. Desde a qualidade do aparelho de celular que assiste ao jogo até a capacidade de banda larga da internet do usuário ou de quem transmite o conteúdo. Pesquisa divulgada pela consultoria OpenSignal revelou dados sobre a qualidade da Internet 4G no cenário Brasileiro. O relatório apontou que, por meio desse método de conexão, o país ocupa o 50º lugar em termos de velocidade de download, perdendo apenas para países como Mianmar e Kuwait, com 13 Mbps (megabits por segundo). Considerando a análise realizada em 87 países, a média mundial é de 17,6 Mbps, muito inferior à média da Coreia do Sul. A Coreia do Sul é o primeiro e único país acima de 50 Mbps. O país é pioneiro no fornecimento de cobertura de conectividade 5G (a última geração de Internet móvel).

A qualidade também difere de dispositivo para dispositivo. Temos celular e TVs com qualidade de 4K (3840 x 2160 pixels<sup>3</sup>) e outros apenas em HD (1280 x 720 pixels), então a forma como o receptor recebe o produto final também interfere na qualidade do *streaming*. Da mesma forma que uma TV que tem qualidade 4K não entrega a imagem perfeita prometida se a transmissão não for em 4K. Então às duas pontas precisam de equipamentos e transmissão de alto desempenho para extrair o melhor do *streaming*. Se compararmos com a TV, a qualidade do *streaming* deixa a desejar.

Um dos fatores que podem interferir na qualidade do produto final é a disponibilidade da internet. A pesquisa do IBGE apontou que 79,1% dos domicílios brasileiros usam a Internet, dessa porcentagem 99,2% utiliza o celular para o acesso a internet, na sequência o computador e por fim a televisão. Se compararmos com 2017 tivemos um

---

<sup>3</sup> Pixel é o menor elemento em um dispositivo de exibição, ao qual é possível atribuir-se uma cor. De uma forma mais simples, um pixel é o menor ponto que forma uma imagem digital, sendo que um conjunto de pixels com várias cores formam a imagem inteira.

aumento significativo de pessoas com internet em casa (74,9%). A maioria dessas famílias está concentrada nas áreas urbanas das Grandes Regiões do país. Em residências sem acesso à internet, os motivos mais importantes para não utilizá-los foram: nenhum interesse em acesso à Internet (34,7%); o serviço de acesso à internet era caro (25,4%); e nenhum residente sabia usar a Internet (24,3%). Entre os domicílios localizados na zona rural, um dos principais motivos para a não utilização da Internet é a indisponibilidade do serviço (20,8%).

Luiz Alano corrobora com as informações até aqui apresentadas, destacando que a qualidade de transmissão e a popularização dos aparelhos de TV no Brasil ainda são maiores do que a presença e a qualidade da internet.

A TV aberta tem uma amplitude muito maior, ela chega em quase todos os lares brasileiros, o streaming, a qualidade do streaming é muito prejudicado pelo produto da internet no Brasil, nós não temos uma boa internet, o 4G isso que é dito que entregam, é um 4G muito fraco, e aí as pessoas reclamam.

Mesmo com as dificuldades apontadas, as transmissões de streaming só crescem no cenário brasileiro, segundo pesquisa da Ibope Conecta em 2018, mostrou que 97% do público está acostumado a consumir algum serviço de vídeo via *streaming*. Talvez a resposta para essa transição ou para a criação de um público maior no país seja a popularização das Tvs smart, que tem a possibilidade de reunir o torcedor na sala de casa, com amigos e família em volta, e mesmo assim acompanhar os jogos pelas redes sociais e aplicativos de *streaming*. E se engana quem vê na internet serviços gratuitos e pagos de forma tão diferente assim. Mesmo os que não cobram uma conta mensal, têm formas de impor um gasto ou uma cobrança, seja o usuário consumindo seu pacote de dados ou sendo exposto aos anúncios que as redes sociais disponibilizam enquanto ele acessa o conteúdo que interessa.

O *streaming* possui um enorme potencial de crescimento, para a transmissão on-line de eventos esportivos em nível internacional, mas nesse momento encontrou agora dois grandes obstáculos. Um diz respeito aos direitos de transmissão, que geralmente são vendidos por país e não mundialmente. O segundo está relacionado à necessidade de uma plataforma lidar tecnicamente com milhões de conexões de um único evento ao vivo. Diversas plataformas já sofreram quedas durante as partidas da Copa do Mundo, com destaque para a ESPN, a gigante da televisão americana e a rede britânica BBC. E o efeito que o *streaming* tenta trazer é o do imediatismo, o público que acompanha os jogos via streaming não quer ter uma queda durante a transmissão da partida ou um *delay*, ele quer acompanhar o gol na mesma hora que sai para comemorar.

Um exemplo, a Rádio Eldorado de Criciúma acompanha todos os jogos do Criciúma E.C em casa e fora. Devido à questão da pandemia do coronavírus apenas repórter e

narrador podem frequentar o estádio, de acordo com protocolo estabelecido pela CBF. Desta forma, o comentarista da partida não pode viajar com a equipe e têm que assistir aos jogos pela plataforma. A questão é que os jogos do Criciúma nesta temporada estão sendo transmitidos pelo DAZN, que possui os direitos da Série C, que até possui uma qualidade significativa em relação à imagem, mas a problemática é o *delay* que chega até a plataforma na TV smart. Enquanto que o narrador já gritou gol pelo rádio, o *streaming* pelo DAZN possui um atraso de 1 minuto, impossibilitando a comemoração do torcedor na hora do gol e o próprio comentarista que não pode analisar o lance na hora e fazer seu comentário.

Ainda sobre o podcast, “Dinheiro em Jogo”, do jornalista Rodrigo Capelo, o COO da Kantar Ibope, José Colagrossi, comentou que de fato a qualidade da internet interfere diretamente na experiência de quem tá assistindo aos jogos por *streaming*.

A questão da qualidade da banda, ou seja, o WhatsApp se der uma congelada não é problema, você espera alguns segundos e volta, o Facebook. Agora, quando você tá assistindo um streaming de esporte se congela a cada 10 segundos e aí você perde 20 segundos do jogo a experiência é muito ruim. Então, ou seja, além do problema de consumir banda, ou seja, o próprio fato de que o download não permite em muitos casos você assistir um jogo como você assiste na televisão que imagem é fluida, sabe boa, não para, gera uma frustração. Então também nós observamos que a qualidade do download também é um problema.

Até trazendo para o confronto entre Grêmio e Internacional pela Copa Libertadores via Facebook Watch, foi muito elogiada pelos internautas no decorrer do confronto, principalmente pela velocidade do *streaming* e de transmissão, onde tivemos pouco *delay* se comparado com os aplicativos que exibem os resultados em tempo real.

## 6 Grêmio x Internacional

Com 428 Gre-Nais na história, Grêmio e Internacional travaram sua primeira disputa na Copa Libertadores da América nesta temporada e o local da transmissão foi o Facebook, nada de TV aberta ou fechada, exclusividade do Facebook. O clássico com 111 anos de história colocou frente a frente dois times que já conquistaram a América, o Grêmio três títulos (1983, 1995 e 2017) e o Internacional dois (2006 e 2010).

O Gre-Nal 424 foi o primeiro da história em Libertadores. O duelo entre gaúchos já foi feito quatro vezes na Sul-Americana em 2004 e 2008, cada um vencendo um confronto, também tivemos dois empates e duas classificações para o Internacional.

Mas o grande ponto chave deste confronto foi à forma de transmissão, quem é apaixonado por futebol teve que se render ao *streaming* para assistir o duelo entre gaúchos na

Libertadores. Mas antes um pequeno resumo do que foi o confronto entre as duas equipes na maior competição de clubes da América Latina.

### 6.1 O confronto

No dia 12 de março de 2020, às 21h, tivemos o primeiro duelo entre Grêmio e Internacional pela Copa Libertadores. Conforme mencionado no decorrer do presente trabalho, o Facebook possui o direito exclusivo de transmitir uma partida na quinta-feira, e neste dia passou pela sua plataforma Grêmio e Internacional, na Arena do Grêmio.

Com mais de 53 mil pessoas presentes no Estádio do Grêmio, houve muita briga, nenhum gol e muitas expulsões, e mais um empate para as histórias de Gre-Nais, com 156 vitórias do Internacional, 136 do Grêmio, além dos 136 empates.

No primeiro tempo, as duas equipes tinham muita sede de vencer, mas faltou o futebol. Uma marcação forte em ambos os lados, e muitas discussões dentro das quatro linhas, mas nada que tirasse o 0 a 0 do placar no primeiro tempo. O Tricolor começou ditando as chances. Aos quatro minutos, Pedro Geromel mandou de cabeça no canto, mas Marcelo Lomba defendeu. E então o Grêmio pouco criou na sequência. O Inter respondeu aos 12 com um remate de fora, defendido por Vanderlei. Naquele momento da partida, uma grande dificuldade em trocar passes, sem boas oportunidades de gol. Aos 32, Boschilia até tentou abrir o placar, mas errou o alvo na frente de Vanderlei. E assim terminou o primeiro tempo, um 0 a 0 sem grandes emoções.

Durante o fim do primeiro tempo tivemos uma janela de *pop-up* com o questionamento: “Qual time está mais perto do primeiro gol?” e logo abaixo o nome das duas equipes, Grêmio e Internacional, assim trazendo uma forma de interação para prender o telespectador na partida. Vale destacar que durante o intervalo tivemos propagandas dos patrocinadores da Conmebol, marcas como Amstel, Ford, Havan e Moderninha Pro passaram repetidas vezes, fazendo lembrar dos comerciais da TV aberta e fechada. Outra questão importante do intervalo foi o recado que o narrador, André Henning, deu aos espectadores.

O recado que o Facebook tem para você é o recado que tá todo mundo ouvindo nas mídias e tá fazendo com consciência. Primeiro não é para ter pânico, não entrem em pânico e segundo que com a prevenção bem feita dá para tomar conta, dá para se cuidar. Então lave as mãos com água e sabão com bastante calma. Se você for espirrar ou tossir aqui (cotovelo) porque senão com a mão você pode contaminar outra pessoa. Evite aglomerações caso você esteja com algum sintoma, caso você esteja doente...E finalmente não compartilhe objetos pessoais talheres, pratos, lava bonitinho com água detergente para gente poder ajudar a superar esse momento difícil esse é o recado que o Facebook tem para você.

Na data da partida muito se falava do coronavírus, naquele momento, segundo a Sanar em sua Linha do Tempo do Coronavírus, no Brasil tínhamos 60 casos confirmados, dos quais 9 por transmissão local e 51 de casos importados. Estavam em monitoramento 930 casos suspeitos e foram descartados 947. E na partida tivemos um público de 53.389 pessoas, o sexto maior da história da Arena do Grêmio, e logo na sequência a entidade que administra o futebol Sul-Americano, Conmebol, decidiu por suspender a competição.

Se faltaram chances no primeiro tempo, elas apareceram com maior intensidade na parte final. Jean Pyerre ocupou o lugar do ferido Maicon e entregou seu cartão de visita. Aos 18, obrigou Lomba a grande defesa num remate de fora da área. Edenílson respondeu acertando na trave de Vanderlei. Depois foi a vez de Boschilia acertar no mesmo poste. As equipes aceleraram o ritmo de jogo. Luciano ficou na cara de Marcelo Lomba, tentou uma cavadinha, mas mandou por cima do gol. Mas depois de 40 minutos, a confusão generalizada levou a oito expulsões, quatro de cada lado. Lucas Silva também acertou na trave, dentro da área, já na prorrogação.

Foram 85 minutos consecutivos de um Gre-Nal com chances para Grêmio e Internacional. Mas, aos 40 do segundo tempo, após uma separação, Moisés e Pepê trocaram farpas. Foi a faísca por 10 minutos de jogo parado, com confusão generalizada entre jogadores dos dois times, troca de socos e solavancos, em um péssimo exemplo para os mais de 53 mil torcedores presentes na Arena. Até os técnicos Renato Gaúcho e Eduardo Coudet estiveram dentro de campo, mas não impediram mais confusão. O árbitro Fernando Rapalini observou tudo à distância e não hesitou em agir. Expulsou Luciano, Paulo Miranda, Caio Henrique e Pepê, do Grêmio, e Moisés, Edenílson, Cuesta e Praxedes, do Inter.

O confronto, além da confusão generalizada, também marcou a suspensão da Libertadores. O Gre-Nal de número 424 foi o último jogo da fase de grupos da Libertadores, até aquele momento. A Conmebol, entidade que administra o futebol Sul-Americano, decidiu suspender os jogos da competição previstos para a semana seguinte devido à pandemia do novo coronavírus. A medida no primeiro momento foi válida para o período entre os dias 15 e 21 de março, mas acabou se estendendo até o dia 15 de setembro quando os jogos da fase de grupo retornaram. Inclusive tivemos Gre-Nal no dia 23 de setembro, nesse também tivemos confusão, mas ninguém expulso como no primeiro confronto em Libertadores, a vitória foi do Grêmio por 1 a 0. Além de fazer história na Libertadores, o Grêmio chegou à décima série seguida de uma sequência de invencibilidade e sexta sem sofrer nenhum gol. Só em 2020, são quatro vitórias e um empate em cinco Gre-Nais - nenhum gol sofrido. A série é a maior desde

o período de 1999 a 2002, quando o Tricolor tinha 13 clássicos invictos, com oito vitórias e cinco empates.

## 6.2 O Facebook

Com os direitos de transmissão, o Facebook transmitiu com exclusividade a partida entre Grêmio e Internacional pela Copa Libertadores, e bateu recorde de audiência, naquele momento, no Brasil. O confronto alcançou o recorde de 2,1 milhões de acessos simultâneos, quebrando pela primeira vez a barreira de 2 milhões de visualizações. O forte pedido para acompanhar o Gre-Nal através do *streaming* mais uma vez despertou elogios e críticas dos fãs nas redes sociais. Muitas pessoas reclamaram que teve dificuldades em acompanhar o desenvolvimento do jogo devido a falhas de conexão. No entanto, o Facebook não informou se houve algum problema em manter o acesso simultâneo com tantas pessoas. Obviamente, a conexão disponível para visualizar o jogo geralmente é menor do que a capacidade de visualizar o jogo sem travar.

Pelos dados da própria plataforma, ainda na primeira metade do jogo, com apenas 10 minutos, o pico de maior número de espectadores em todos os jogos exibidos no Facebook foi derrotado. E durante o jogo, a proporção aumentou. Na fase inicial, o jogo atraiu mais de 1,5 milhão de espectadores ao mesmo tempo. A propósito, o recorde anterior era do jogo entre PSG e Dortmund pela Liga dos Campeões, que teve 1 milhão e 200 mil acessos. Porém, no exato momento do segundo tempo (ou seja, quando começou a briga entre os dois clubes), o máximo foi atingido, aos 40 minutos. A transmissão atingiu picos de 2 milhões e 100 mil. Até aquele momento pela Copa Libertadores a maior audiência tinha sido pela partida entre Flamengo e San José (BOL), que registrou um pico de 1,054 milhão de acessos simultâneos.

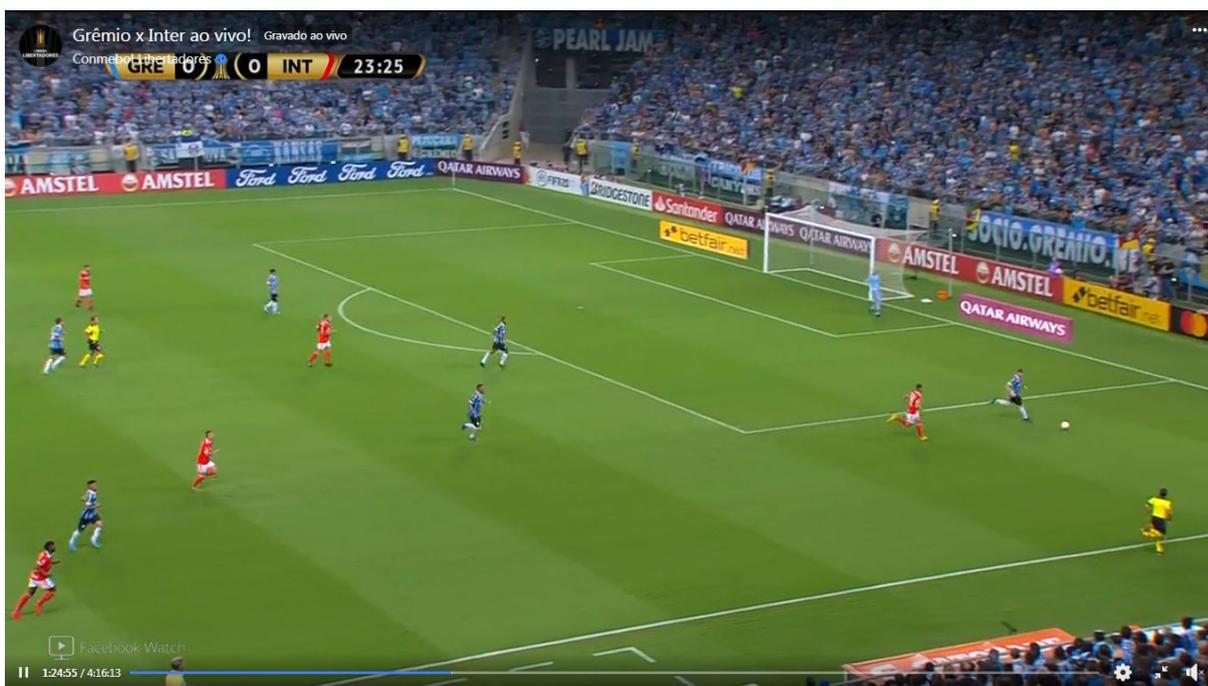
Porém mesmo depois de a plataforma exibir jogos por mais de um ano, muitas pessoas ainda se perdiam tentando assistir ao confronto. Teve muitos relatos de pessoas que não sabiam ou não entendiam como funciona a transmissão no Facebook, mesmo possuindo uma forte divulgação do clássico. Outro ponto que gerou reclamações foi a impossibilidade de assistir ao jogo em uma tela maior. Parte do público revelou que não conseguiu ver o jogo no aplicativo Facebook Watch em smart TVs, com *streaming* limitado a desktops, tablets e smartphones. Apesar dos problemas, a plataforma estava longe de receber apenas críticas. A

grande maioria elogiou a velocidade de transmissão e *streaming*, que teve pouco atraso em comparação com aplicativos de rastreamento em tempo real, por exemplo.

Reforçando a questão da interatividade, o narrador da partida André Henning, que também atua como narrador no canal fechado, TNT e Space, pela plataforma Esporte Interativo, convidava aqueles que estavam assistindo a partida a compartilhar o link, seja no próprio Facebook ou em outras redes sociais. "Esse jogo merece chegar em 2 milhões de pessoas, essa partida merece um gol", comentava o narrador.

No momento em que atingiu 2 milhões e 100 mil de pico, a briga entre os jogadores do Grêmio e Internacional começou. André ainda comentou sobre o fato de ter chegado a mais de 2 milhões de visualizações ao vivo, mas ponderou sobre a briga. "Estou chateado. Passamos de 2 milhões de telespectadores, mas a briga está acontecendo. Esse jogo não merecia isso".

Fotografia 5 – Partida entre Grêmio e Internacional transmitido pelo Facebook Watch



Fonte: Facebook Watch (2020)

A transmissão que neste momento está na página da Conmebol Libertadores no Facebook possui 11.919.288 visualizações, 352 mil comentários, 492 mil reações, seja ela curtida, o amei, carinha de bravo, triste, impressionado e risada, e mais de quatro horas de transmissão.

Além dessa interação via curtidas, o público que estava assistindo a partida pode também encaminhar suas perguntas para os jogadores que estiveram em campo no Gre-Nal e votar no melhor da partida, com os nomes de Marcos Guilherme, Marcelo Lomba e Pedro Geromel. O pop-up com “Mande sua pergunta para algum jogador do Gre-Nal” aparecia para o espectador na plataforma do Facebook, de mesmo modo a votação com os três nomes durante os minutos finais da partida.

Fotografia 6 – Pop-up durante a partida de Grêmio e Internacional pela Libertadores



Fonte: Facebook Watch (2020)

Corroborando, David T. Kirkpatrick em *O Efeito Facebook* coloca a questão das interações durante as transmissões via Facebook, com a visibilidade de ver quem comentou durante a partida.

O Facebook oferece ao espectador uma plataforma para que possa assistir a televisão com seus amigos. Existem outras maneiras de fazer a mesma coisa. O Facebook também permitiu que os usuários acompanhassem com muito mais facilidade qualquer transmissão de vídeo na web e fizessem comentários ao vivo por meio de suas mensagens de status, que podem ser vistas em qualquer página do site que optar por integrá-las. (David T. Kirkpatrick, 2011, p.287).

Nesse momento temos a Libertadores transitando entre as três vias de transmissão, *streaming* com o Facebook, TV aberta SBT e fechada Fox Sports. A rede Globo que até em então dominava o mercado do cenário esportivo no Brasil viu a concorrência crescer com a TNT adquirindo os direitos de equipes do Brasileirão Série A. E com a

pandemia do coronavírus teve que tomar outros rumos, "Nesse contexto, e tendo em vista a suspensão daquela competição por vários meses, a empresa tentou renegociar com a Conmebol o contrato da Libertadores, válido até 2022, mas infelizmente não houve acordo. Assim, não restou alternativa à Globo a não ser rescindir o contrato", diz nota da emissora. Outro fator foi a alta do dólar, fazendo com que o contrato com a Conmebol ficasse R\$ 100 milhões mais caro, saltando o dólar de R\$ 4,00 para mais de R\$ 5,00. Grandes players mundiais têm sido obrigados a renegociar seus acordos sobre eventos esportivos em razão da crise econômica provocada pela COVID-19, que, no Brasil, ainda é acentuada pela desvalorização cambial, que multiplica o valor dos contratos em dólar. E a alta do dólar não é prejudicial para o Facebook, por exemplo, já que a maioria de suas receitas são em dólar, inclusive, em meio a pandemia o próprio Facebook cresceu, no primeiro trimestre de 2020 US\$ 4,9 bilhões, um aumento de 102% se comparado ao mesmo período no ano passado, isso em lucros.

E o principal fator para o Facebook investir na Libertadores em sua rede social é para que a plataforma Facebook Watch cresça como o YouTube é hoje. O Diretor de Produtos de Vídeo da companhia, Paresh Rajwat, menciona o fato da plataforma ter batido recorde com a final da Liga dos Campeões, "Para apoiar essas conexões, lançamos uma seção dedicada a vídeos ao vivo no Watch. Em toda a América Latina, mais de 13,7 milhões de pessoas assistiram ao vivo à final da Liga dos Campeões da UEFA, tornando-a a transmissão de futebol mais assistida no Facebook. Eventos como esse são mais do que uma simples transmissão de um jogo, mas uma forma de os torcedores compartilharem momentos e interagirem em tempo real com os narradores e outros fãs".

E de fato o confronto entre as duas equipes foi um marco no *streaming* brasileiro, e aqueles que gostam do tradicional, assistir pela TV, tiveram que se render ao Facebook Watch. Mas o futuro não será apenas do *streaming* no cenário esportivo, a TV ainda vai perdurar por muito tempo e o que teremos de fato será uma conjuntura entre as duas formas de mídia, uma vai complementar a outra, como já conhecemos, mas o direito da transmissão será de apenas uma empresa.

## **7 Conclusão**

O exemplo do confronto entre Grêmio e Internacional pela Copa Libertadores foi apenas um dos tantos sucessos que o *streaming* teve recentemente, mas dificilmente teremos um mundo onde existirá apenas o serviço on-line no cenário esportivo. Um dos motivos é que

o brasileiro em si ainda prefere ficar sentado em seu sofá com o controle na mão e ter o domínio do que vai assistir, é quase uma tradição sentar em uma quarta-feira à noite ou um domingo à tarde, abrir uma cerveja e assistir a partida. José Colagrossi no podcast “Dinheiro em Jogo” destaca que essas pessoas que possuem 25 ou mais de 30 anos ainda vai preferir a TV aberta.

Ela não substitui a televisão aberta, a televisão aberta ainda é, e vai ser durante muito tempo na nossa geração, com certeza, o principal veículo de assistir esporte na sociedade, porque primeiro você tem uma geração de pessoas que não se sente confortável em assistir jogos pelo celular, segundo que você tem uma legião de pessoas de 25 mais ou 30 mais que a vida inteira assistiu jogo em televisão e que vão continuar assistindo o jogo na televisão, até porque a experiência é muito melhor.

A questão do hábito de ter toda uma preparação para assistir uma partida é quase que passado de pai para filho, e claro, possui os conservadores que acham chato ter que procurar na internet a partida para assistir, ou ter que pegar um computador para jogar por um cabo HDMI para TV e assim conseguir assistir os jogos, e Luiz Alano menciona isso até sendo um hábito mais do brasileiro.

O torcedor, o público brasileiro ele é muito conservador, ele está acostumado a sentar na sua poltrona, ter o seu controle remoto e não ter dificuldade de ver o seu canal predileto. Ele acha chato ter que acessar na internet, enfim, algo que o público de outras partes do mundo, especialmente na Europa, ele já está mais habituado.

E esse público que já está acostumado a assistir a partida via TV aberta ou fechada não quer de jeito nenhum um *delay* em sua experiência de assistir a partida, não quer ficar atualizando o *Player*, e claro, não quer comemorar o gol atrasado. Então a principal experiência que o *streaming* tenta trazer é o fato de você conseguir assistir onde quiser e como quiser, seja no celular, computador, tablet e ajudar as pessoas que não estão na frente da televisão naquela hora, ou porque está trabalhando, trânsito, academia poder assistir ao jogo naquele momento.

Mas o *streaming* não vai dominar sozinho o mercado das transmissões esportivas. Claro, quem pagar mais vai levar os direitos de transmissão, mas daqui uns anos vai funcionar muito mais como um complemento. Na hora que tivermos as vendas dos direitos as empresas vão analisar se existe uma oferta analógica e digital e de mesmo modo as federações e grandes ligas vão observar se existe alguma maneira de seu conteúdo transitar entre as duas vias, analógico e digital. Então a ideia de quem for pagar mais pelo direito de transmissão talvez caia, e teremos um conjunto de ofertas que possa fazer mais sentido para as empresas. E isso já existe com as Smart TV que te possibilita usar a TV e acessar a plataforma de transmissão via aplicativo, e tudo isso sem sair do sofá.

E ao longo dos anos, muitos *Players* vão aparecer no mercado, seja das próprias federações, exemplo Conmebol TV, ou dos clubes, exemplo Fla TV. E esse é um mercado que tende a crescer, mas vai funcionar muito mais como um complemento do que já temos, uma extensão para trazer conteúdo extra para os torcedores. E claro, tudo vai ter o seu valor para conseguir assistir as partidas ou esse conteúdo extra, porque fazer futebol é caro, mexer com transmissão é complexo e demanda tempo e dinheiro. E Luiz Alano destaca que se o público quiser acompanhar esse conteúdo vai ter que mexer no bolso ou vai ficar sem assistir.

É uma tendência que eu acho que vai aumentar apesar de a Libertadores ter ficado no SBT, o Campeonato Italiano agora um ou outro jogo tá passando na Band, mas a tendência é que cada vez mais TVs fechadas streamings entre no mercado e o público vai ter que se adaptar e botar a mão no bolso, e o futebol é caro mesmo, e o público vai ter que se adaptar na marra ou fica sem o evento.

Então o público vai ter que se adaptar à nova realidade, assim como tivemos no confronto entre Grêmio e Internacional, vai ter que se virar caso queira assistir as partidas via *streaming*, seja pagando ou achando algum jeito de ter acesso. Mas ter esse aumento de *Players* pode até ser prejudicial ao público consumidor, que vai ter que pagar para cada um para ter acesso a determinado jogo ou campeonato, e isso não se restringe só ao esporte, hoje se você quiser assistir a uma série ou filme não está apenas um serviço de *streaming* está espalhado em várias plataformas.

Se por um lado o consumidor vê sua conta no fim do mês altíssima com os muitos *Players* assinados, temos o outro lado que é favorável ao pessoal que está no meio, jornalistas, repórteres, narradores, comentaristas e pessoas da técnica onde enxerga nesse aumento de *Players* de oportunidades de trabalho.

Mas, neste momento, o *streaming* não supera a TV em termos de audiência e muito menos em rentabilidade para os clubes. O futuro vai ser a junção entre as duas vias, possibilitando ao assinante assistir em seu sofá pela TV ou no trabalho pelo celular e tudo isso por apenas um canal.

## **Referências**

CASTELLS, Manuel. A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. 1º Edição. Zahar, 29 de setembro de 2003.

DALL'ORTO, F.C; SILVA, M.Z. *Streaming e sua influência sobre o Audiovisual e o Product Placement*. 2017. 15f. Trabalho apresentado na divisão temática Publicidade e Propaganda da Intercom Júnior – Faculdades Integradas Espírito-Santenses, Vitória, 2017.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2ª Edição. Aleph, 25 de novembro de 2015.

KIRKPATRICK, David T. *O Efeito Facebook*. 1ª Edição. Intrínseca, 13 de novembro de 2012.

LEITE, Dayanne Cristine de Oliveira. *A TV na segunda tela: um estudo sobre a interação via aplicativo*. 2016. 84f. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 3ª Edição. Editora 34, 1 de janeiro de 2010.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes, redes*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

Afinal, o que é Streaming On-Demand?. Olive Tree Filmes. Disponível em: <<https://www.olivetreefilmes.com.br/blog/afinal-o-que-e-streaming-on-demand/>>. Acesso em 13 out. 2020.

Com Gre-Nal exclusivo, Facebook tem recorde de audiência e supera 2 milhões. UOL. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2020/03/12/com-gre-nal-exclusivo-facebook-tem-recorde-de-audiencia-e-supera-psg-e-fla.htm>>. Acesso em 27 out. 2020.

DAZN será primeira plataforma mundial de streaming esportivo. Estado de Minas. Disponível em: <[https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/03/03/interna\\_internacional,1125945/dazn-sera-primeira-plataforma-mundial-de-streaming-esportivo.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/03/03/interna_internacional,1125945/dazn-sera-primeira-plataforma-mundial-de-streaming-esportivo.shtml)>. Acesso em 22 out. 2020.

Dinheiro em Jogo #12 - Streaming já é realidade? Números exclusivos sobre a Liga dos Campeões apontam caminhos. Globo. Disponível em: <<https://interativos.globoesporte.globo.com/podcasts/programa/dinheiro-em-jogo/episodio/di>

[nheiro-em-jogo-12-streaming-ja-e-realidade-numeros-exclusivos-sobre-a-liga-dos-campeoes-apontam-resultados-e-caminh/](#)>. Acesso em 20 out. 2020.

Facebook compra direitos de transmissão da Copa Libertadores. Forbes. Disponível em: <<https://forbes.com.br/last/2018/10/facebook-compra-direitos-de-transmissao-da-copa-libertadores/#:~:text=O%20Facebook%20comprou%20os%20direitos,em%20seu%20portf%C3%B3lio%20de%20transmiss%C3%B5es>>. Acesso em 9 de nov. 2020.

Facebook fecha acordo com CONMEBOL para transmitir Libertadores no Brasil. Canaltech. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/facebook-fecha-acordo-com-conmebol-para-transmitir-libertadores-no-brasil-124228/>>. Acesso em 9 de nov. 2020.

Facebook vai transmitir jogos da Champions League na América Latina. Terra. Disponível em: <<https://www.goal.com/br/not%C3%ADcias/facebook-vai-transmitir-jogos-da-champions-league-na-america/1a2q30mcmzoi1ou8gs9z4yxx4>>. Acesso em 27 set. 2020.

Flamengo arrecadou R\$ 2,7 milhões com SuperChat no YouTube. Fla Resenha. Disponível em: <<https://www.flaresenha.com/2020/07/flamengo-arrecadou-r-27-milhoes-com-superchat-no-youtube.html>>. Acesso em 20 de out. 2020.

Flamengo bate recorde e escancara debate sobre futebol no streaming. Folha de São Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2020/07/flamengo-bate-recorde-e-escancara-debate-sobre-futebol-no-streaming.shtml>>. Acesso em 21 de set. 2020.

Globo manda carta à Conmebol para rescindir contrato da Libertadores. UOL. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/rodrigo-mattos/2020/08/06/globo-manda-carta-a-conmebol-para-rescindir-contrato-da-libertadores.htm>>. Acesso em 17 de ago. 2020.

Grenal inédito alcança 2,1 milhões e bate recorde no Facebook. Máquina do Esporte. Disponível em: <<https://www.maquinadoesporte.com.br/artigo/grenal-inedito-alcanca-21-milhoes-e-bate-recorde-no-facebook/>>. Acesso em 27 out. 2020.

Gre-Nal inédito na Libertadores acaba sem gols e com oito expulsões. Globo. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/rs/futebol/libertadores/jogo/12-03-2020/gremio-internacional.ghtml>>. Acesso em 27 de out. 2020.

Linha do tempo do Coronavírus no Brasil. Sanar. Disponível em: <<https://www.sanarmed.com/linha-do-tempo-do-coronavirus-no-brasil>>. Acesso 22 de nov. 2020.

Lucro do Facebook cresce, mas pandemia de Covid-19 provoca incertezas. Olhar Digital. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/coronavirus/noticia/lucro-do-facebook-cresce-mas-pandemia-de-covid-19-provoca-incertezas/100118>>. Acesso em 20 set. 2020.

Marília Mendonça bate recorde de audiência em live com 3,2 milhões de pessoas. O Hoje.com. Disponível em: <<http://ohoje.com/noticia/cultura/n/175446/t/marilia-mendonca-bate-recorde-de-audiencia-em-live-com-32-milhoes-de-pessoas#:~:text=A%20cantora%20Mar%C3%ADlia%20Mendon%C3%A7a%20mostrou,pessoas%20assistindo%20%C3%A0%20transmiss%C3%A3o%20simultaneamente>>. Acesso em 1 out. 2020.

Mídia de streaming. Wikipedia. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Streaming\\_media](https://en.wikipedia.org/wiki/Streaming_media)>. Acesso em 24 set. 2020.

Netflix | Brasil é 3º maior mercado e 2º em número de assinantes. Canaltech. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/resultados-financeiros/netflix-brasil-e-3o-maior-mercado-e-2o-em-n-umero-de-assinantes-166515/>>. Acesso em 27 set. 2020.

O que é streaming? [Netflix, Spotify, mais o que?]. Tecnoblog. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/290028/o-que-e-streaming/>>. Acesso em 24 set. 2020.

O surgimento e o auge do Streaming. Zoe Web. Disponível em: <<https://zoeweb.com.br/o-surgimento-e-o-auge-do-streaming/#:~:text=De%20onde%20veio%20o%20streaming,uso%20do%20aparelho%20de%20r%C3%A1dio>>. Acesso em 22 set. 2020.

Primeiro Gre-Nal da Libertadores acaba empatado e com oito expulsões. Gazeta Esportiva. Disponível em:

<<https://www.gazetaesportiva.com/campeonatos/libertadores-da-america/gremio-e-inter-empata-primeiro-gre-nal-da-libertadores-marcado-por-oito-expulsoes/>>. Acesso em 27 out. 2020.

Sem votação no Congresso, MP que alterou regras de transmissão perde validade. Globo. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/df/futebol/noticia/sem-votacao-no-congresso-mp-que-alterou-regras-de-transmissao-perde-validade.ghtml>>. Acesso em 16 de out. 2020.

Transmissão de eventos esportivos movimentou o mercado de esportes. Cross Host. Disponível em: <<https://www.crosshost.com.br/streaming/transmissao-de-eventos-esportivos/>>. Acesso em 2 out. 2020.

Uso de internet, televisão e celular no Brasil. IBGE Educa. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html#:~:text=De%202017%20para%2018%2C%20observou,23%20milh%C3%B5es%2C%20em%202018>>. Acesso em 22 out. 2020.

## **Agradecimentos**

Gostaria de começar agradecendo a minha família pelo apoio em todas as escolhas que fiz até o momento, em especial a minha mãe, Salesia Stork, e ao meu pai, Cedenir Zeferino, que infelizmente nos deixou em 2018, após anos lutando contra um câncer no fígado. Porém, os dois foram papéis importantíssimos para a pessoa que me tornei, e não teria palavras para expressar o quanto eu amo os dois, obrigado mãe e obrigado pai, amo vocês. E claro, todos os familiares que de alguma forma me ajudaram, ou com uma palavra, uma dica, uma sugestão, levo todos no coração.

Não posso deixar de mencionar os professores que fizeram parte desta trajetória e que de alguma forma me auxiliaram em me tornar o profissional que sou, e claro, a professora Vanessa Lehmkuhl Pedro por ter aceitado o desafio de me orientar, sei que sou cabeça dura, mas a senhora conseguiu me ajudar e muito a produzir o trabalho e tirar o melhor das minhas ideias e desenvolvimentos. Obrigado professora Vanessa.

Aos amigos que fiz na faculdade, em especial ao Phillype Costa e William Andrades que tantos momentos passamos juntos, seja no bar, no apartamento, fazendo pizza ou um jantar (saudades macarrão com salsicha). Levo vocês como irmãos que nunca tive, sempre lembrarei de vocês, e das tantas histórias que passamos em festas, situações e momentos. Vocês fizeram meus dias cansativos mais felizes, obrigado.

Os dias tediosos na van indo para Tubarão foram substituídos por momentos engraçados e situações inusitadas. Agradeço ao pessoal da van do Seu Joca, que hoje já deixou a profissão e a maioria dos colegas, que já se formaram, e a van do Miro, que me levava até então a Unisul, mas devido a pandemia do coronavírus tivemos as aulas presenciais interrompidas, mas em breve estaremos juntos de novo.

Se eu não falar dos quatro de fora da faculdade eles me matariam. Ramon Oliveira, João Otávio, Natalia Trevisol, e estendo ao Rogue também. Amigos que sempre me incentivaram e que sempre que precisei estavam ali, obrigado por tudo, por cada elogio, por cada risada e cada fofoca que fizemos, e sem esquecer os hambúrgueres, os maravilhosos hambúrgueres que ficaram mais famosos do que a minha fantasia de vaca. Vocês são incríveis e maravilhosos.

E eu não poderia esquecer da Rádio Eldorado, onde coloquei todos os conhecimentos adquiridos na faculdade em prática, onde aprendi a ser profissional e que não precisava impostar a voz para falar. Obrigado aos amigos que ainda estão na Rádio e aqueles que já passaram e que de alguma forma me ajudaram. Em especial a Márcio Cardoso, João Zanini, Reginaldo Corrêa, Joel Pereira, Karol Carvalho, Silmar Vieira, Renato Semensati e João Paulo Messer.

Por fim, não chegamos em grandes lugares se não tivermos grandes pessoas ao nosso lado. Agradeço a todos que de alguma forma me ajudaram, obrigado.

## **Anexos**

### **Anexo 1 – Transmissão Grêmio e Internacional**

A partida entre Grêmio e Internacional ficou salva na página da Conmebol Libertadores no Facebook. Com quatro horas, 16 minutos e 13 segundos a live contou com mais de 11 milhões de visualizações. <<https://www.facebook.com/CopaLibertadores/videos/708807392987397>>

### **Anexo 2 – Podcast Dinheiro em Jogo**

O podcast do jornalista Rodrigo Capelo do Grupo Globo. O entrevistado foi o COO Global de Esportes da Kantar Média, José Colagrossi.

<<https://interativos.globoesporte.globo.com/podcasts/programa/dinheiro-em-jogo/episodio/dinheiro-em-jogo-12-streaming-ja-e-realidade-numeros-exclusivos-sobre-a-liga-dos-campeoes-apontam-resultados-e-caminh/>>

### **Anexo 3 – Entrevista com o narrador Luiz Alano**

No decorrer do trabalho tivemos a fala do narrador Luiz Alano que contribuiu com sua experiência de ter trabalhado no streaming e na TV aberta e fechada.

<<https://soundcloud.com/higor-stork/luiz-alano/s-6vVJw3qIPfT>>