

CAMPEONATO DAS PLATAFORMAS NO BRASIL: UMA ANÁLISE DAS TRANSMISSÕES DE FUTEBOL NA HBO MAX, AMAZON PRIME VIDEO E STAR+

Felipe Sperb¹
Vanessa A. D. Valiati²
Sandra Portella Montardo³

Resumo

O objetivo deste artigo é caracterizar o processo de plataformação das transmissões esportivas nas plataformas de streaming HBO Max, Amazon Prime Video e Star +. Para tanto, aborda plataformas digitais, plataformação e transmissões esportivas em plataformas de streaming por meio de pesquisa bibliográfica, documental e estudo de casos múltiplos. As categorias de análise são infraestrutura de dados, mercados, governança, práticas e affordances e conteúdo. Percebe-se que essas plataformas atuam como distribuidoras das transmissões esportivas, submetendo-se, para tanto, à questão de direitos de imagem de clubes e a anunciantes de canais de terceiros. Esse tipo de conteúdo é, por isso, menos sujeito à dataficação e à governança determinados pela plataforma do que outros produtos audiovisuais disponibilizados por elas.

Palavras-chave

Plataformas digitais; Plataformas de streaming; Futebol; Plataformação.

Abstract

The aim of this article is to characterize the process of "platformization" in sports broadcasts on the streaming platforms HBO Max, Amazon Prime Video and Star+. It addresses digital platforms and sports broadcast on streaming platforms through the bibliography and documentary research and multiple case studies. The categories of analysis are data infrastructure, markets, governance, practices and affordances, and content. We note that these platforms act as distributors of sports programs, submitting, for this purpose, to the question of the image rights of clubs and advertisers of third channels. This type of content is therefore less submitting to the datafication and governance determined by the platform than the other audiovisual products offered to them.

Keywords

Digital platforms; Streaming platforms; Football; Platformization.

¹ Mestre em Indústria Criativa, Universidade Feevale. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1301-8096>. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8965577883388357>. E-mail: sperbfelipe@hotmail.com

² Doutora em Comunicação e Informação. Professora e pesquisadora (Mestrado Profissional em Indústria Criativa), Universidade Feevale. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9183-2301>. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0869142458785384>. E-mail: vanessavaliati@feevale.br

³ Doutora em Comunicação. Professora e pesquisadora (Mestrado Profissional em Indústria Criativa e Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais), Universidade Feevale. Bolsista de Produtividade CNPq (Nível 2). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8336-9329>. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8777914359430078>. E-mail: sandramontardo@feevale.br.

Introdução

As plataformas de streaming de conteúdo audiovisual são comumente associadas a conteúdos como séries, filmes e documentários, embora o esporte também venha se fazendo presente no catálogo desse tipo de plataforma. Exemplo disso são séries e documentários produzidos em parcerias com clubes ou ligas esportivas, como a série *All or nothing*, do Amazon Prime Video, que mostra os bastidores do time de futebol inglês Tottenham Hotspur, ou a série *Drive to Survive*, da Netflix, que mostra os bastidores da Fórmula 1. No entanto, algo a mais relacionado a esportes pode ser identificado no catálogo das plataformas: as transmissões esportivas ao vivo, que vem ganhando espaço no streaming ao lado de filmes, séries e documentários.

Este estudo tem como objetivo analisar de que forma ocorrem essas transmissões ao vivo nas plataformas de streaming Amazon Prime Video, HBO Max e Star+, através da transmissão exclusiva de partidas de futebol, que, após anos de transmissão via televisão, também ganhou espaço no streaming. Dados recentes, de 2021⁴, mostram que a TV a cabo, anteriormente considerada como o principal meio para se assistir às partidas do campeonato brasileiro, perdeu mais de 6 milhões de usuários nos últimos sete anos, tendo as plataformas de streaming como principais destinos de migração desses usuários. A escolha das plataformas citadas se deu porque, dentre as plataformas internacionais e mais populares atualmente, essas três são as que focam em disponibilizar conteúdo esportivo. A lógica da escolha está em identificar por que essas empresas adotam o futebol como produto (ao contrário de outras empresas globais, como a Netflix, por exemplo). A plataforma Globoplay, que seria o equivalente nacional nesse caso, não foi analisada neste estudo porque já está inserida em um contexto de conteúdo esportivo, e a empresa proprietária por si só já detém os direitos de transmissões do futebol e já apresenta trajetória consolidada nesse cenário.

Importante citar que esse processo não iniciou com plataformas de streaming, mas sim vem ocorrendo ao longo dos anos, contemplando a migração do telespectador de uma mídia para outra para consumir determinados conteúdos, como, nesse caso, a transmissão esportiva. Por exemplo, até o surgimento da televisão, as transmissões esportivas ocorriam no rádio. Depois, já pela televisão, mantiveram alguns aspectos semelhantes em relação à transmissão de jogos. E agora, no streaming, trazem variadas características da transmissão televisiva, como veremos a seguir. Porém, a presença dos conteúdos e transmissões esportivas dentro das plataformas de streaming não se trata de um caso de substituição de uma mídia por outra, mas pode se tratar de uma mídia complementando a outra, seguida pelo interesse do usuário nesse conteúdo (SPERB, 2021). Assim como os fãs de futebol não deixam de contemplar o evento nos estádios ou via rádio por conta de serem televisiona-

⁴ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/sinal-dos-tempos-tv-por-assinatura-perde-6-milhoes-de-clientes-em-7-anos/>> Acesso em: 21 de agosto de 2021.

dos, a presença do futebol no streaming pode ser um complemento para o usuário acompanhar a transmissão. Sentar-se em frente à TV para aguardar a transmissão na televisão aberta, direcionar para o canal esportivo ou, até mesmo, contratar os serviços de pay per view no pacote da TV a cabo parecem ganhar um novo modo de atender o espectador esportivo nas plataformas de streaming.

Poell, Nierborg e Van Dijck (2020, p. 5) afirmam que é “notável a ausência de análises de como as plataformas transformam práticas culturais e vice-versa”, tendo em vista que essas novas práticas sociais e de consumo influenciam as plataformas, principalmente as de streaming, como “construções sociotécnicas específicas” que estão forjadas nas adaptações constantes da cultura de consumo e da tecnologia. Nesse sentido, em relação a esse tipo de transmissão esportiva, pergunta-se: de que modo se manifesta a plataformização das transmissões esportivas ao vivo em plataformas de streaming? Dessa forma, o objetivo deste artigo é caracterizar o processo de plataformização das transmissões esportivas nas plataformas de streaming HBO Max, Amazon Prime Vídeo e Star +.

Em termos metodológicos, o estudo se vale de pesquisa bibliográfica, fontes documentais e estudo de múltiplos casos. O artigo está estruturado da seguinte forma: seção sobre conceitos de plataformas digitais e processos de plataformização, apresentação do futebol como produto de plataformas de streaming, análise das transmissões esportivas realizadas por esse tipo de plataformas e considerações finais.

Plataformizando

Segundo Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), o conceito de plataforma consiste em diferentes perspectivas que sempre englobam campos da economia e da tecnologia da informação, sendo estruturas digitais que têm o poder de facilitar e moldar interações personalizadas entre os usuários através do processamento algorítmico, o sistema de monetização e a circulação de dados. Assim como o Spotify está para a música, e a Amazon Prime Vídeo, HBO Max e Star+ para filmes e séries, existem algumas plataformas de streaming que realizam a distribuição exclusiva de transmissões esportivas, como por exemplo a DAZN, Esporte Interativo Plus e WatchESPN. Entretanto, essas plataformas têm como principal produto as próprias transmissões esportivas, diferentemente da Amazon Prime Vídeo, da HBO Max ou da Star+, que agora adotaram as transmissões como um novo produto ao lado dos seus produtos principais no catálogo. Para D’Andréa (2020), as principais características que aproximam esses diferentes tipos de plataformas estão exatamente na vantagem de armazenar e trocar dados, e nas lógicas comerciais baseadas no engajamento dos usuários que ali estão.

Segundo Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), há uma grande relevância em entender as novas relações mercadológicas entre os usuários das plataformas e as organizações, ou, neste caso, os canais de transmissões esportivas, atualmente. Isso porque é através da compreensão de hábitos digitais que é possível entender as práticas cul-

turais emergentes das plataformas que são capazes de transformar as infraestruturas de dados que elas detêm em importantes setores e atividades econômicas (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020). Ao entrarem nesse jogo do processamento de algoritmos, sistema de monetização e circulação de dados característicos das plataformas de streaming, as transmissões esportivas passam a fazer parte desse processo de plataformação. Para Nieborg e Poell (2018), a plataformação não é apenas um processo em que se modificam as estruturas de mercado e de conteúdo, mas também um produto das indústrias culturais que organizam e distribuem as transmissões das plataformas, isto é, a plataformação realiza mudanças na infraestrutura das indústrias culturais que produzem o conteúdo.

Para caracterizar a investigação da plataformação das transmissões esportivas, é necessário levar em consideração três dimensões institucionais que compõem esse processo, segundo Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), que são: a infraestrutura de dados, os mercados e a governança. Essas serão as categorias de análise das transmissões esportivas da Amazon Prime Video, HBO Max e Star+ neste artigo.

Sobre a análise da infraestrutura de dados em relação às três plataformas a serem analisadas, destaca-se como o principal elemento o processo de dataficação, que comporta, além de dados demográficos ou de perfil dos usuários, dados comportamentais desses consumidores que vão impactar diretamente naquilo que a plataforma pode propor para atrair ou manter esse usuário na plataforma. Através das plataformas, é possível transformar todas as interações dos usuários em dados, sejam elas pagamento, pesquisa ou conteúdo assistido, para citar alguns deles. Dados esses que serão processados algoritmicamente podendo ser distribuídos para interessados externos a fim de comercialização (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020).

No que se refere à dimensão dos mercados que compõem esse processo de plataformação, é possível destacar as mudanças ocasionadas na produção e no consumo de conteúdo audiovisual ao longo do tempo. Em um contexto pré-digital, as relações de mercado tendem a ser unilaterais, segundo Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), pois as produtoras desse conteúdo negociam diretamente com seus consumidores. É como se um estúdio de cinema produzisse um filme e vendesse diretamente seus DVDs. Entretanto, plataformas como as de streaming constituem mercados cada vez mais complexos e multilaterais que compõem uma gama de transações entre usuários e diversos terceiros (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020). A Amazon Prime Video, um dos maiores acervos de séries e filmes do streaming atual, pode comprar os direitos de uma série já existente, produzir seu conteúdo original, ou oferecer, através de um custo adicional, um canal específico, como o caso das transmissões esportivas. A lógica anterior às transmissões esportivas nas plataformas tratava de maneira semelhante a ordem de produção desse tipo de serviço. O consumidor contratava o serviço diretamente com a emissora responsável pela produção e transmissão da partida, da mesma

maneira que esta negociava os direitos de transmissão diretamente com os clubes. Nesse caso, ao oferecer o serviço do canal Premiere, envolvendo o usuário na trama de sua plataforma, a Amazon Prime Video também vai impactar diretamente o clube de futebol de cuja partida é transmitida, pois há um acordo entre o canal da transmissão sobre direitos de imagem com esse clube, mesmo que a plataforma não tenha um acordo comercial com os clubes em que ela transmite as partidas. Com isso, configura-se uma cadeia complexa dentro desse mercado até que a transmissão chegue ao seu usuário final.

Considerando esse ponto, todas as mudanças nas relações de mercado não são apenas institucionais, pois são impulsionadas, em grande parte, pelas práticas dos usuários, produtores de conteúdo, anunciantes e intermediários de dados (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020). Nieborg (2017) aponta um fato importante a ser analisado nessas transformações nas relações de mercado, que é a relação direta entre essas mudanças e a dimensão anterior de infraestrutura de dados e o processo de dataficação, pois são essas informações que são capazes de guiar as práticas de experiência de consumo dos usuários, tal como a inclusão das transmissões ao vivo nas plataformas de streaming. Devido à grande concorrência, as plataformas de streaming são incentivadas a coletar e analisar esses dados para otimizar seu serviço e, conseqüentemente, seu engajamento, a retenção e a monetização dos usuários (NIEBORG, 2017).

Sobre a terceira e última dimensão que caracteriza a investigação da plataformação, tem-se a governança, que diz respeito à gestão das interações entre usuários e plataformas (GILLESPIE, 2018; GORWA, 2019 apud POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK 2020). Por meio da capacidade de interação entre os atores envolvidos, as plataformas estruturam-se com interfaces de ações e/ou botões, como o de avaliação e o de adicionar à lista de favoritos, entre outros, para promover essa dinâmica de interações e feedbacks que passam a ser importantes para o usuário final e a própria plataforma (BUCHER; HELMOND, 2018 apud POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, 2020). Esse modelo de governança materializa-se por meios de classificação algorítmica, que através dos dados captados, é capaz de identificar os interesses dos usuários e sugerir conteúdos semelhantes em destaque, bem como o que não aparecerá para ele, ou seja, ao adicionar documentários e filmes relacionados a futebol em favoritos, é provável que a plataforma vá colocar em destaque ou indicar outros filmes, séries e documentários sobre esse mesmo assunto, identificando as preferências através dos comandos que a plataforma disponibiliza (BUCHER, 2018; PASQUALE, 2015, apud POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, 2020). Além disso, outra característica da governança presente nas plataformas de streaming são os contratos e políticas de privacidade assinalados no ingresso e assinatura delas, além de termos e serviços com os quais o usuário deve concordar para assistir aos conteúdos, junto a suas classificações de idade, contratos de licença e demais diretrizes que a plataforma atribui ao seu uso.

Levando essas três dimensões como premissas para a análise da plataformização, serão analisadas as plataformas HBO Max, Amazon Prime Video e Star + e o modo como elas oferecem as transmissões ao vivo do campeonato brasileiro de futebol.

O futebol como produto do streaming

O futebol vem tomando espaço e consolidando sua presença no meio digital a partir das manifestações dos usuários nas plataformas. Dados divulgados pela marca de marketing digital Horizm⁵ trazem luz ao que a pesquisa chama de “audiência combinada”, na medida em que analisam a audiência de grandes ligas esportivas nas redes sociais Instagram, Facebook, Twitter e YouTube em janeiro de 2021. Os dados indicam a Premiere League (primeira divisão do Campeonato Inglês de futebol) como a campeã de audiência nessas plataformas, com mais de 683 milhões de espectadores conectados, seguido pela La Liga (primeira divisão do Campeonato Espanhol de futebol), com 653 milhões. Em terceiro, a NFL (principal liga de futebol americano) aparece com 268 milhões de fãs digitais, e, em quarto, a Série A (liga da primeira divisão de futebol italiano), com 205 milhões de audiência. O campeonato de futebol brasileiro aparece em oitavo, com 152 milhões de fãs conectados, atrás da NBA (principal liga de basquete americana), Indian Premiere League (liga britânica de críquete) e da Bundesliga (liga da primeira divisão de futebol alemã). Os dados mostram a força que o futebol tem com o público conectado globalmente, pois das 12 principais ligas com o maior número de audiência digital, o futebol aparece seis vezes na lista.

Conhecida internacionalmente pela sua presença na TV a cabo, os canais HBO, que pertencem ao grupo WarnerMedia, chegaram com força nas plataformas digitais para concorrer com Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, entre outras que vêm transformando o mercado do streaming. Lançada no Brasil no final de junho de 2021, além de contar com um recheado catálogo de filmes e séries, como franquias da Cartoon Network, DC Comics e conteúdo original, como a lendária série *Game of Thrones*, os canais HBO adotaram, também, o investimento nas transmissões de futebol ao vivo. A HBO Max iniciou sua trajetória de transmissões no Brasil no dia 7 de agosto de 2021, com a transmissão da partida entre Palmeiras x Fortaleza, pelo Campeonato Brasileiro, pretendendo transmitir somente algumas partidas da competição, de alguns clubes que possuem contrato de transmissão com a WarnerMedia, como Athletico Paranaense, Bahia, Ceará, Fortaleza, Juventude, Palmeiras e Santos. A HBO Max faz as transmissões dos jogos dos clubes que hoje possuem transmissão pelos canais DAZN e TNT Sports, que também pertencem ao grupo WarnerMedia, sendo este um fator decisivo para definir o que está na grade de conteúdo da plataforma e o que não está, uma vez que o Campeonato Brasileiro, por exemplo, possui direitos de transmissões com outros canais e plataformas. Cabe ressaltar que em 2022 a plataforma transmitiu mais de 120 jogos da Liga dos Campeões da Europa.

⁵ Disponível em: https://horizm.com/reports/100m_Club_report.pdf. Acesso em: 24 de maio de 2022.

Todas as transmissões esportivas estão incluídas, sem custo adicional, no plano de assinatura da HBO Max. Além de possuir sete dias de teste gratuito para novos assinantes, a plataforma possui duas opções de planos para os usuários, sendo a primeira um plano apenas para *smartphones* e *tablets*, chamado de plano “móvel”, com o custo de R\$ 19,90 por mês, e o segundo plano “multitelas”, com o valor mensal de R\$ 27,90. Além da diferença de aparelho a ser utilizado, os planos também possuem outras particularidades para os usuários. Por exemplo, no pacote “móvel”, a assinatura dá direito a assistir às transmissões em um único aparelho por vez, enquanto o plano “multitelas” permite utilizar a mesma assinatura em até três aparelhos diferentes ao mesmo tempo. Além disso, o conteúdo pode ser entregue em resolução 4K, e o usuário pode criar até 5 perfis diferentes na plataforma. A única similaridade entre os dois planos é a possibilidade de *download* do conteúdo para assistir *offline*. No entanto, em se tratando de transmissões ao vivo, este recurso não é disponível para os jogos de futebol.

A plataforma Amazon Prime Video é mais experiente em relação ao mercado de streaming quando comparada à HBO Max. Atuando no Brasil desde 2019, quando lançada juntamente à plataforma de compras *online* Amazon Prime, conta com um diversificado catálogo de conteúdos originais, além de variados filmes, séries e documentários. Um dos diferenciais da Amazon Prime Vídeo é a Amazon Prime Video Channels, onde, além de ofertar os conteúdos previstos e sua assinatura, também oferece alguns canais dentro da plataforma com um determinado custo adicional. Na Amazon Prime Video Channels é possível encontrar canais de renomados estúdios de cinema, como MGM e Paramount, além de canais infantis, entre outros temas. Recentemente, a Amazon Prime Video passou a disponibilizar as transmissões esportivas de futebol, mais precisamente em junho de 2021, em uma parceria com o canal de transmissão do futebol brasileiro Premiere, adotando em seu catálogo toda a grade de jogos do Campeonato Brasileiro das séries A e B, Copa do Brasil e campeonatos estaduais. Entretanto, para se ter acesso a todas essas transmissões, o usuário precisa, além de pagar o valor único da assinatura da plataforma, de R\$ 9,90 por mês, assinar, também, o canal Premiere dentro da plataforma, com o valor de R\$ 59,90 por mês. A Amazon Prime Video disponibiliza 30 dias gratuitos para novos assinantes, portanto, essa gratuidade não é válida para a Amazon Prime Video Channels. Diferentemente dos canais que transmitem as partidas de futebol ao vivo na HBO Max, o canal Premiere, detentor dos direitos de imagens de quase todos os clubes brasileiros, não pertence ao grupo da Amazon Prime Video. Sendo assim, pode ser encontrado em outras plataformas de streaming, como a Globoplay. Diferentemente da HBO Max, a Amazon Prime Video possui um plano único para assinantes, em que os usuários podem ter acesso a todos os conteúdos em 4K, até três diferentes telas ao mesmo tempo e seis diferentes perfis em uma mesma conta.

A Star+, do grupo Disney, é a “irmã caçula” das plataformas de streaming que disponibilizam as transmissões esportivas no Brasil. Inaugurando seus serviços no país no dia 31 de agosto de 2021, a plataforma, segunda do grupo Disney (sendo lançada posteriormente ao Disney Plus), é uma versão “adulta” de conteúdos, com faixa de idade maior de 16 anos em sua maioria. A plataforma oferece planos que variam entre R\$ 32,90 por mês, tendo disponível o acesso de até quatro telas em diferentes aparelhos, e planos de R\$ 45,90 por mês, que dá direito ao acesso em outras plataformas do grupo Disney, como o Disney Plus. Junto de um vasto catálogo de filmes, séries e documentários, que antes pertenciam aos canais FOX, como *Simpsons*, *The Walking Dead*, *This is Us* e *American Horror Story*, a plataforma vem apostando nas transmissões esportivas, principalmente de campeonatos europeus e sul-americanos de futebol. A Star+ conta com a transmissão completa da Copa Libertadores da América, Campeonato Argentino e Copa do Nordeste brasileiro, além de contemplar os maiores campeonatos dos países europeus, como Campeonato Francês, Holandês, Inglês, Italiano, Português, Espanhol, Copa do Rei da Espanha, UEFA Europa League e, até mesmo, o campeonato dos Estados Unidos, a Major League Soccer. Além das transmissões de futebol, a Star+ vem apostando forte nas transmissões de outros esportes, como o basquete, com transmissão da NBA, campeonatos de golfe, Liga Mundial de Surfe, Moto GP, entre outros, mostrando que tem como um dos destaques de seus produtos esse tipo de transmissão.

Com base nas descrições feitas sobre as transmissões esportivas na HBO Max, Amazon Prime Video e Star+, foi criado um breve comparativo entre os modelos propostos nas plataformas para seus usuários. O comparativo levou em consideração os tipos de assinaturas disponíveis para os usuários e seus respectivos valores, se há ou não valores adicionais para assistir às transmissões esportivas, quais partidas e campeonatos nacionais e internacionais a plataforma oferece e, por fim, quais os canais vinculados à plataforma que oferecem as transmissões, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1. Resumo comparativo das transmissões esportivas em plataformas de streaming

Características	Amazon Prime Video	HBO Max	Star+
Tipo de assinatura	Única	Móvel e multitelas	Star+ e Combo Disney
Valores de assinatura	R\$ 9,90	R\$ 19,90 e R\$ 27,90	R\$ 32,90 e R\$ 45,90
Valor transmissões	R\$ 59,00	Não há	Não há
Futebol Brasileiro	Sim	Apenas 8 clubes	Copa Nordeste
Futebol Europeu	Não	Sim	Sim

Futebol Sul-americano	Não	Não	Sim
Canais vinculados	Premiere	DAZN e TNT Sports	ESPN e FOX Sports

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao olharmos para este comparativo e o movimento recente das transmissões esportivas dentro do streaming, é importante retomar as análises de Neto (2017) e Gasparetto e Barajas (2016) a respeito da guerra dos direitos de transmissão existentes e o fim do monopólio das emissoras com as partidas de futebol. Além disso, é notável a adaptação dos canais tradicionais de transmissões esportivas, como Premiere, DAZN, TNT Sports (antigo Esporte Interativo), ESPN e Fox Sports, que migram do ambiente televisivo para o streaming. Embora haja pontos considerados positivos, a quebra do monopólio televisivo, e a possibilidade de acesso a partidas e torneios com menos expressão, Gasparetto e Barajas (2016) atentam para alguns pontos que podem trazer consequências no consumo das transmissões esportivas no Brasil.

Citando dados do último censo realizado pelo IBGE de 2016, os autores citam que, embora haja um crescimento no número de pessoas conectadas à internet na última década, totalizando 54,4% da população em 2014, a televisão continua como o meio de comunicação e entretenimento com maior presença nos lares brasileiros, totalizando 97,1%. Isso aponta para que a exclusividade de transmissão de alguns torneios e campeonatos no streaming, e não mais na televisão, pode afastar uma parcela da população nesse consumo. Os autores citam uma pesquisa elaborada pela Netflix, que encaixa o Brasil como um dos países com pior acesso à internet, ocupando uma posição de 36 de 48 analisados, e frisam que “deste modo, a popularização e consolidação de serviços de streaming dependerão da melhoria na qualidade dos serviços proporcionados aos clientes” (GASPARETTO; BARAJAS, 2016, p. 368). Ainda segundo os autores (2016), além de um fator de acesso e consumo que estão em pauta nas transmissões via streaming, há uma questão importante de receita dos clubes brasileiros que está em indefinição. Mesmo que já haja uma diferença de valores divididos através dos direitos de imagem pelos clubes, em uma eventual quebra contratual ou de não renovação com a televisão, os clubes podem deixar de garantir receitas totais obtidas através das transmissões negociadas com os veículos. Ao optarem por um canal de exclusividade (ou streaming próprio), podem buscar uma provável receita maior. Entretanto, em um mercado com maior concorrência longe das cotas divididas pela televisão, os grandes clubes podem arrecadar ainda mais que os clubes menores por terem maior adesão ao consumo. Na visão dos autores, o streaming poderá representar mais uma ameaça a uma competitividade saudável no futebol brasileiro do que uma solução para eles (GASPARETTO; BARAJAS, 2016), embora não seja esta uma afirma-

tiva correta, uma vez que, através do streaming, os clubes possam também buscar e arriscar recursos próprios. Portanto, uma saída possível para o futebol brasileiro, em termos de transmissão, é não tornar o streaming e a televisão como concorrentes, mas, sim, como complementares. Santos (2021) traz luz à discussão através das recomendações da OCDE, Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2018), citando as duas principais fontes de negociação de direitos de transmissão esportiva: a coletiva, quando a negociação de direitos é entre os veículos e a competição visando a uma distribuição mais igualitária; e a individual, quando os canais negociam diretamente com os clubes. No Brasil, são adotados ambos os modelos. A Rede Globo, por exemplo, negocia 40% dos direitos de imagem de maneira igualitária para a televisão fechada (Canais Sportv) e televisão aberta, de maneira coletiva; outros 30%, a emissora negocia por número de transmissão de partidas de maneira individual, favorecendo clubes de maior público em sua maioria; e os outros 30% como valor de premiação⁶. O fator de grande vantagem para a negociação coletiva, além do equilíbrio de divisão de valores, é a venda da liga como um todo, que pode valer mais que a soma das partes. Também possibilita a capacidade de gerar uma renda maior do que seria possível. Já a negociação individual entre os clubes permite uma maior concorrência de mercado, além de evitar exclusividade de transmissão por um único veículo, já que as opções tecnológicas, como o streaming, aumentaram as possibilidades de acesso e visualização das transmissões (SANTOS, 2021).

Análise das transmissões esportivas em plataformas de streaming

Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) propõem uma análise com base em três dimensões: infraestrutura de dados, mercados e governança. Porém, esse estudo será complementado com uma quarta dimensão utilizada por D'Andréa (2020), a de práticas e affordances.

A análise das transmissões de futebol com base na dimensão de infraestrutura de dados vai servir para captar informações do processo de dataficação existente na plataforma e o modo como esse processo serve para sustentar as relações entre os públicos envolvidos. Já na dimensão de mercados, será possível analisar o envolvimento de terceiros, dos canais, dos anunciantes, usuários e demais agentes que compõem a oferta de transmissão esportiva nas plataformas de streaming, além de destacar como se dá essa relação comercial e econômica. Através da dimensão de governança, será possível analisar os aspectos funcionais das plataformas e como estas moldam as interações dos usuários. Por fim, a dimensão de práticas e affordan-

⁶ Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2022/08/01/como-o-seu-time-ganha-dinheiro-da-globo-no-brasileirao.htm#:~:text=Em%20ambos%2C%2040%25%20do%20valor,a%20classifica%C3%A7%C3%A3o%20final%20do%20torneio>. Acesso em: 03 de dezembro de 2022.

ces servirá para analisar a interface da plataforma e de que maneira ela permite que o usuário visualize e interaja com o conteúdo. O estudo ainda pretende propor uma adaptação a este modelo de análise de Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), complementado por D'Andréa (2020), visando a atender as peculiaridades das transmissões esportivas nas plataformas de streaming através de uma quinta dimensão proposta: o conteúdo. Os dados foram coletados e analisados ao longo de 2021.

Quadro 2. Dimensões de análise das transmissões esportivas em plataformas de streaming

Dimensões de análise				
Infraestrutura de dados	Mercados	Governança	Práticas e affordances	Conteúdo
Processo de dataficação e informações do usuário	Relações com complementadores e lógicas de negócio	Aspectos funcionais e instruções de interação com usuários	Interface da plataforma e experiência do usuário	Atributos da plataforma que contemplam o conteúdo disponível

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) e D'Andréa (2020).

Infraestrutura de dados

Nesta etapa da análise, são avaliadas as principais formas de dataficação que permitem à plataforma reter e armazenar dados e informações para “conhecer” o usuário. As infraestruturas de dados relacionadas às transmissões esportivas podem ser reconhecidas através da opção de assistir em período teste, forma de pagamento da transmissão, se houver, e pelo registro do histórico de transmissões assistidas. Aspectos como informações de cadastros dos usuários, quantidade de telas assistidas e aparelhos conectados também podem ser analisados.

A Amazon Prime Vídeo disponibiliza as transmissões esportivas vendidas à parte da assinatura geral da plataforma, portanto, não permitindo que o usuário assista às transmissões esportivas no período teste de 30 dias cedido ao usuário. Para poder assistir à transmissão, o usuário deverá contratar o serviço do canal Premiere dentro da plataforma. Neste caso, a Amazon Prime Video age como uma distribuidora das transmissões esportivas, e a contratação acontece através da inscrição, mediante informação de seu e-mail e endereço já cadastrados, e o mesmo modo de pagamento indicado na assinatura da plataforma, sendo possível, apenas, com o uso do cartão de crédito. Através da página de configurações da plataforma, o usuário tem acesso ao histórico

de transmissões assistidas junto aos demais conteúdos. Entretanto, não é possível assistir-lhe novamente.

A HBO Max, diferente da Amazon Prime Vídeo, disponibiliza as transmissões esportivas de maneira inclusa no plano de assinatura do usuário. Para acessar as transmissões, o usuário pode encontrá-las em destaque na grade de conteúdos da plataforma. Mesmo em período teste, as transmissões esportivas poderão ser acessadas normalmente pelos usuários por já estarem inclusas na grade da plataforma sem qualquer assinatura extra. Como a plataforma não disponibiliza o histórico de navegação, também não é possível acessar o histórico de transmissões esportivas.

A Star+, da mesma maneira que a HBO Max, disponibiliza as transmissões esportivas inclusas no plano de assinatura do usuário sem qualquer custo extra. Para acessar as transmissões, o usuário deve clicar no destaque da transmissão ou acessar a aba do canal ESPN, que detém toda grade esportiva da plataforma. Como a plataforma não disponibiliza histórico de navegação, também não há histórico de transmissões esportivas assistidas.

Abaixo o quadro comparativo acerca da infraestrutura de dados das transmissões nas plataformas analisadas.

Quadro 3. Comparativo da infraestrutura de dados das transmissões nas plataformas

Características	Amazon Prime Vídeo	HBO Max	Star+
Assistir em período teste	Não	Sim	Sim
Forma de pagamento	Cartão de crédito	Não há pagamento extra	Não há pagamento extra
Histórico de transmissões assistidas	Sim	Não	Não

Fonte: Elaborado pelos autores.

No próximo tópico, será apresentada a proposta de análise das transmissões esportivas referente à dimensão de mercados.

Mercados

Esta etapa da análise busca identificar os aspectos mercadológicos e de negócio da plataforma através da sua oferta de transmissões e as relações das transmissões com terceiros.

A Amazon Prime Vídeo disponibiliza as transmissões esportivas através de uma assinatura extra do canal Premiere dentro da plataforma. Da mesma forma que o assi-

nante de TV a cabo pode contratar o serviço do Canal Premiere, o usuário da plataforma também a contrata. O Canal Premiere é um canal pertencente ao grupo Globo que detém os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro, campeonatos regionais e Copa do Brasil. Entretanto, este não é um canal de exclusividade da Amazon Prime Video e pode ser contratado em outras plataformas de streaming, como GloboPlay. Para assinar o canal Premiere, o usuário deve pagar um custo adicional de R\$ 59,90 por mês. Neste caso, nota-se que a Amazon Prime Video não exerce negociação direta com os clubes, uma vez que adota os serviços do Canal Premiere, cuja negociação de direitos de transmissões é coletiva, ofertando toda a competição em sua grade. Sobre os anúncios que ocorrem nas transmissões esportivas, nenhum possui relação direta com a Amazon Prime Video. Todos os anúncios que aparecem na transmissão são de negociação direta dos detentores dos direitos das transmissões, no caso, o Canal Premiere com os anunciantes.

A HBO Max disponibiliza suas transmissões esportivas em destaque na página inicial da plataforma. Portanto, não é necessário acessar um canal dentro da plataforma para visualizar as transmissões. Mesmo não possuindo canais esportivos dentro da plataforma, todas as transmissões são realizadas pelos canais esportivos DAZN e TNT Sports, que pertencem ao grupo Warner Media, dono da plataforma. Embora as transmissões feitas pela DAZN e TNT Sports sejam de exclusividade da HBO Max, algumas transmissões também podem ser encontradas nos canais da DAZN e da TNT Sports em aplicativos próprios ou na televisão. A HBO Max, através dos seus canais esportivos, oferta todas as partidas da UEFA Champions League, mostrando que a negociação de direitos nesse caso é coletiva. Entretanto, nota-se também que há negociações individuais com os clubes brasileiros Athletico Paranaense, Bahia, Ceará, Fortaleza, Juventude, Palmeiras e Santos, únicos cujas partidas no Campeonato Brasileiro a plataforma transmite. Sobre os anúncios presentes nas transmissões, todos são anunciantes da DAZN ou TNT Sports e não possuem relação direta com a plataforma da HBO Max.

A Star+, assim como a Amazon Prime Video, possui um canal esportivo dentro da plataforma, porém, já incluso no plano de assinatura do usuário. O canal da ESPN detém toda a grade esportiva que a plataforma oferece. Todas as transmissões esportivas são realizadas pelos canais ESPN e Fox Sports, ambas pertencentes ao grupo Disney. Da mesma maneira que a HBO Max, embora as transmissões realizadas pelos canais sejam de exclusividade do Disney+, a ESPN e a Fox Sports possuem canais próprios em outras plataformas. Todos os anúncios presentes durante as transmissões esportivas da plataforma são de anunciantes dos canais ESPN e Fox Sports.

Abaixo, segue o quadro comparativo dos aspectos relacionados a mercados das transmissões esportivas dentro das plataformas analisadas.

Quadro 4. Comparativo das relações de mercado nas transmissões dentro das plataformas

Características	Amazon Prime Video	HBO Max	Star+
Canal esportivo dentro da plataforma	Canal Premiere	Não há	ESPN
Canal esportivo que realiza a transmissão	Canal Premiere	DAZN e TNT Sports	ESPN e Fox Sports
Custo adicional para assistir a transmissão	R\$ 59,90	Não há	Não há
Tipos de anúncio na transmissão	Anunciantes do Canal Premiere	Anunciantes da TNT sports e DAZN	Anunciantes da ESPN e Fox Sports

Fonte: Elaborado pelos autores.

No próximo tópico será apresentada a proposta de análise das transmissões de futebol referente à dimensão de governança.

Governança

Nesta etapa da análise, busca-se analisar as características de governança das transmissões esportivas que determinam comportamentos e regras de uso delas por parte dos usuários, através de aspectos de políticas e termos legais.

A Amazon Prime Video não contém políticas e avisos legais específicos para as transmissões esportivas. Ao acessar o conteúdo, o usuário concorda com os termos gerais da plataforma que estão disponíveis em todos os conteúdos. Entretanto, em “termos de uso” da Amazon Prime Video, há um capítulo específico geral sobre conteúdos de pay-per-view, onde se encaixam as transmissões esportivas.

O termo de uso dos vídeos pay-per-view cita que é permitido ao usuário transmitir até três vídeos ao mesmo tempo, por meio de uma mesma conta, em até dois aparelhos diferentes. O período das transmissões é disponível até, pelo menos, 24 horas de exibição após a conclusão do evento. Sobre a classificação de idade para as transmissões esportivas, a Amazon Prime Video define a mesma classificação para todas as transmissões do Canal Premiere, sendo ela livre para todos os públicos.

A HBO Max e a Star+ não disponibilizam termos de uso específicos para as transmissões esportivas. Os termos de uso são gerais da plataforma, uma vez que a grade de transmissões está disponível na biblioteca das plataformas. Já sobre as classificações de idade, a HBO Max classifica as transmissões como livre para todos os públicos, e a Star+ não classifica suas transmissões.

Abaixo o quadro comparativo sobre os aspectos de governança das transmissões esportivas das plataformas analisadas.

Quadro 5. Comparativo de governança nas transmissões das plataformas

Características	Amazon Prime Video	HBO Max	Star+
Políticas e avisos legais	Gerais da plataforma	Gerais da plataforma	Gerais da plataforma
Classificação de idade das transmissões	Todos	Todos	Não há

Fonte: Elaborado pelos autores.

No próximo tópico será apresentada a proposta de análise das transmissões esportivas referente à dimensão de práticas e *affordances*.

Práticas e *affordances*

Nesta etapa da análise, busca-se identificar os aspectos de experiência e interação do usuário para com as transmissões esportivas das plataformas de streaming, através de ferramentas para inserir a transmissão na lista de favoritos, avaliar a transmissão, compartilhar transmissão, receber indicações e interagir com outros usuários, além da verificação do número médio de cliques que o usuário necessita para acessar uma transmissão esportiva.

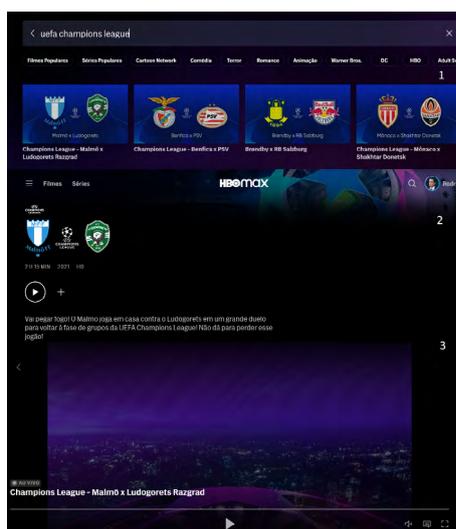
Na Amazon Prime Video, o usuário necessita de uma média de três cliques para acessar uma transmissão esportiva na plataforma. Localizando o Canal Premiere na *homepage* da plataforma, através da lista de categorias disponíveis ou anúncio do topo da página, o usuário direciona seu primeiro clique, sendo então levado para a grade de partidas. Nessa grade, o usuário dá o segundo clique para selecionar a transmissão desejada e, em seguida, clica pela terceira vez para iniciar a transmissão.

Ao selecionar uma transmissão esportiva, diferentemente dos demais conteúdos, a plataforma permite que o usuário compartilhe o conteúdo e adicione a transmissão à sua lista de favoritos. Contudo, após 24 horas da sua transmissão, a transmissão não fica mais disponível na lista do usuário. Diferente do previsto em outros conteúdos, a plataforma não permite que o usuário interaja com outros usuários através do recurso "Watch Party" na transmissão esportiva e, também, não é possível avaliar a transmissão.

A plataforma não disponibiliza recurso de recomendação de outras transmissões para os usuários que assistem às transmissões esportivas. Na HBO Max, o usuário

necessita de até três cliques para visualizar uma transmissão esportiva. Caso ela não esteja em destaque na página inicial da plataforma, o usuário poderá buscar pelo destaque “UEFA Champions League” ou pela busca pela transmissão que deseja, abrir a página de visualização e em seguida clicar para iniciar a transmissão.

Figura 1- Cliques para acessar transmissão HBO Max



Fonte: Site da HBO Max.

O usuário da HBO Max pode adicionar as transmissões esportivas futuras e as que já aconteceram na sua lista de favoritos. Diferente da Amazon Prime Video, a HBO Max disponibiliza os eventos esportivos já transmitidos, armazenados na plataforma. Para os usuários reverem-nas, basta buscarem pelo título da transmissão. Entretanto, a plataforma não disponibiliza recursos para compartilhar ou avaliar as transmissões esportivas, mas disponibiliza recurso de recomendação de outras transmissões.

A Star+, diferente da Amazon Prime Video e a HBO Max, pode ter suas transmissões esportivas acessadas em até dois cliques. O usuário pode acessar as transmissões a partir do destaque na página inicial, ou acessar através da busca ou do canal ESPN dentro da plataforma, e, em seguida, escolhendo a transmissão que deseja assistir. Diferente das demais plataformas, a Star+ não possui tela de pré-visualização da transmissão enquanto ela está sendo transmitida.

Assim como a HBO Max, a Star+ permite que o usuário coloque as transmissões esportivas em sua lista de favoritos, sendo o evento esportivo futuro ou um evento esportivo já transmitido, pois a plataforma também permite que os usuários revejam transmissões através do recurso “replay”. No entanto, a plataforma não disponibiliza recursos de avaliar ou compartilhar as transmissões esportivas, apenas recursos de recomendações de outras transmissões.

Abaixo o quadro de aspectos de práticas e affordances das transmissões esportivas nas plataformas analisadas.

Quadro 6. Comparativo de práticas e *affordances* das transmissões nas plataformas

Características	Amazon Prime Video	HBO Max	Star+
Quantidade de cliques para acessar a transmissão	Até 3 cliques	Até 3 cliques	Até 3 cliques
Favoritar a transmissão	Sim	Sim	Sim
Compartilhar a transmissão	Sim	Não	Não
Avaliar a transmissão	Não	Não	Não
Sistema de recomendação de outras transmissões	Não	Sim	Sim
Rever a transmissão	Não	Sim	Sim

Fonte: Elaborado pelos autores.

No próximo tópico será apresentada a proposta de análise das transmissões esportivas referente à dimensão de conteúdo.

Conteúdo

Nesta etapa da análise, busca-se identificar os atributos da plataforma disponíveis para a visualização das transmissões esportivas, como o download para assistir-lhes offline, opções de legendas e dublagem, itens de acessibilidade para pessoas com deficiência e a dinâmica de apresentação da transmissão esportiva.

A Amazon Prime Video, a HBO Max e a Star+ não disponibilizam o recurso de download do conteúdo para as transmissões ao vivo offline. Mesmo nos casos da HBO Max e da Star+, que armazenam transmissões já ocorridas, não é possível fazer download desses eventos nos aplicativos. Também não é possível adicionar opções de legendas ou opções de áudio em outros idiomas nas transmissões. Sobre recursos de acessibilidade na transmissão esportiva, diferente dos demais conteúdos, não é possível adicionar legenda descritiva (CC) e nem audiodescrição nas transmissões. Quanto às dinâmicas de visualização das transmissões esportivas, tanto Amazon Prime Video como HBO Max e Star+ possuem dinâmicas semelhantes, tendo como principal formato a transmissão no estilo televisiva, a mesma apresentada pelos canais que transmitem as partidas. Portanto, recentemente, a Amazon Prime Video adotou em algumas

partidas da edição 2022 da Copa do Brasil, uma dinâmica própria de transmissão semelhante à de outras plataformas de streaming, como a Twitch, trazendo a divisão de tela com os apresentadores Tiago Leifert e Casimiro, modelo diferente do até então apresentado na televisão e pelo Canal Premiere (Fig.2).

Figura 2 - Transmissão da Copa do Brasil na Amazon Prime



Fonte: Site Amazon Prime Video

Como é possível perceber, as plataformas Amazon Prime Video, HBO Max e Star+ apresentam diferenças em relação ao seu modelo de negócio ao oferecerem as transmissões esportivas ao vivo no streaming. Começando pela lógica de monetização nas plataformas, as três possuem maneiras diferentes de vender seu produto para o consumidor. Enquanto a HBO Max e a Star+ optam por adicionar as transmissões de jogos de futebol inclusas nas suas opções de assinatura, permitindo ao usuário acessá-las também no período de teste, a Amazon Prime Video oferece as transmissões via canal Premiere com assinatura adicional para ter acesso às partidas, além do valor de assinatura único que a plataforma possui. A plataforma HBO Max, entretanto, dispõe do recurso incluído em suas assinaturas por já possuir uma relação direta com os canais provedores das transmissões DAZN e TNT Sports, que pertencem ao mesmo grupo da plataforma e que, porém, ofertam apenas algumas partidas do campeonato brasileiro referentes aos clubes dos quais esses canais possuem direitos de transmissão. Para suprir este ponto, a HBO Max oferece como diferencial a transmissão de todas as partidas da Liga dos Campeões da Europa com exclusividade. A Star+, assim como a HBO Max, também possui relação direta com os provedores das transmissões, a ESPN e Fox Sports, que pertencem ao grupo Disney. Embora a Amazon Prime Video ofereça as transmissões com assinatura adicional, o serviço do canal Premiere contempla exclusividade de transmissão de todas as partidas dos campeonatos do futebol brasileiro, sendo esse o valor a ser mensurado pelo custo adicional do Amazon Prime Video Channel. Se compararmos as características das plataformas de streaming, elas podem seguir

uma lógica semelhante de estrutura, porém, cada uma delas terá suas peculiaridades para oferecer conteúdo e valor ao usuário. Por isso, se reforça o que defende D'Andréa (2020): as principais características que vão aproximar as diferentes plataformas são exatamente o armazenamento e câmbio de dados e a lógica comercial que está baseada no engajamento dos usuários.

A partir da perspectiva da dimensão de infraestrutura de dados proposta por Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), é possível notar que as transmissões ao vivo não revelam um processo de dataficação tão claro na Amazon Prime Video, uma vez que as transmissões possuem temporalidade e são acessadas somente no horário da partida, diferentemente dos conteúdos disponíveis fixos no catálogo da plataforma como séries, filmes, etc., dificultando uma mensuração de preferências e/ou recomendações de conteúdos semelhantes para personalização da experiência do usuário. Segundo Burroughs (2015), este é o principal diferencial do streaming: a capacidade de usufruir dos dados coletados para prever os produtos esperados pelos usuários. Já na HBO Max e na Star+, os conteúdos são disponíveis por tempo determinado no catálogo, mas não apresentam recursos de recomendação de conteúdos semelhantes, mostrando que algumas peculiaridades presentes em outro formato de conteúdo não são encontradas nas transmissões. Todavia, as transmissões ao vivo podem fugir dessa principal característica das plataformas de streaming e se associarem a uma lógica semelhante à de assistir às transmissões esportivas pela TV a cabo, onde também não há possibilidade de armazenar o conteúdo transmitido para acessá-lo em outro momento. Apesar das transmissões esportivas não seguirem uma lógica clara de dataficação nas plataformas de streaming, elas certamente são guiadas por dados e informações que podem ser externalizadas para promover ainda mais transmissões até mesmo de outros campeonatos ou estimular a concorrência em outras plataformas.

Talvez o artefato mais claro da análise da plataformização esteja na segunda dimensão sobre os mercados, que Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) chamam de mercados multilaterais. Ao analisarmos a transmissão esportiva das plataformas, notamos que as transmissões são feitas por canais terceiros. Na HBO Max, a DAZN e TNT Sports, que possuem plataformas de streaming próprias e pertencem ao mesmo grupo dono da plataforma, a WarnerMedia. Ou, no caso da Star+, os canais ESPN e Fox Sports também possuem presença em outras mídias, mas possuem seus direitos pertencentes ao grupo Disney. Já na Amazon Prime Video, as transmissões são feitas pelo canal independente Premiere, que também possui streaming próprio, além de ser um serviço adicional que pode ser contratado via TV a cabo e por plataforma própria. É interessante analisar as relações dessas transmissões com esses canais porque cada canal possui direitos de transmissão de clubes e campeonatos específicos que não têm relação direta com as plataformas. As plataformas de streaming aqui analisadas, quanto a isso, exercem em sua maioria o papel de distribuidoras desse conteúdo e não de suas produtoras, mesmo que a Amazon Prime já venha testando um modelo de

transmissão próprio em algumas partidas da Copa do Brasil. A aquisição de canais por parte da HBO Max e Star+ ou a parceria firmada entre a Amazon Prime Video e o Canal Premiere indicam que, mesmo as plataformas acenando para o mercado esportivo, ainda há uma determinada barreira na maneira de oferecer as transmissões esportivas, podendo ser uma dependência do *know-how* de transmissão que os canais esportivos possuem, uma vez que as plataformas começaram a implementar essa oferta recentemente em seu catálogo, ou um obstáculo nos modelos de negociações de direitos de transmissões conjuntas entre os clubes e os canais, tornando o processo mais engessado, porém prático na hora de introduzir as transmissões na grade de conteúdos. A relação mercadológica é complexa e pode ser visualizada da seguinte maneira: o clube tem acordo de direitos de transmissão com o canal, o canal tem seus próprios anunciantes para as transmissões, e eles acabam sendo refletidos nas transmissões das plataformas aqui analisadas de forma indireta, reforçando o que Nieborg e Poell (2018) pontuam sobre a geração de valor a partir de terceiros como produtores e anunciantes através das plataformas de streaming. Além disso, cada canal também detém algumas características da dimensão de governança próprias. Por exemplo, o canal Premiere, ao ser contratado diretamente via streaming do canal ou pela TV a cabo, possui uma política de uso que seja pessoal e não para locais como bares e restaurantes. Entretanto, esse termo não é refletido nas transmissões da Amazon Prime Video, que por sua vez, é guiada apenas pelos seus termos de uso sem adotar os termos do canal que está fazendo a transmissão.

No que diz respeito às práticas e *affordances*, é evidente que há diferenças entre os conteúdos como séries, filmes e documentários em relação às transmissões esportivas. Recursos de avaliação não estão presentes nas transmissões, e a única plataforma que permite compartilhamento é a Amazon Prime Video. Contudo, diferentemente da Amazon Prime Video, a HBO Max e a Star+ possuem recomendação de outras partidas quando o conteúdo pertence à lista de favoritos. Nas três plataformas, não é possível fazer o download das transmissões para assistir em modo offline. Outros aspectos que se destacam dos demais conteúdos quando comparados às transmissões são os atributos de informações presentes ao assistir. As transmissões não possuem sinopses, informações adicionais, opções de idiomas e legendas.

Considerações finais

O aumento considerável de novas plataformas de streaming no Brasil, nos últimos anos, eleva também a acirrada concorrência para atrair cada vez mais consumidores de conteúdo audiovisual, fazendo com que as empresas donas das plataformas repensem modelos de negócio, experiência e conteúdo para se destacarem. Das mais populares plataformas de streaming disponíveis no país, como Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max e Star+, HBO Max e Amazon Prime Video saíram na frente na corrida

das transmissões esportivas, ofertando o futebol, paixão nacional, para atrair usuários. Entretanto, analisando esse cenário, o grupo The Walt Disney, através da plataforma Star+, foi a última das plataformas a ingressar com conteúdo esportivo, fazendo sua primeira transmissão em 31 de agosto de 2021. Com esse fator, a Netflix, talvez mais popular das plataformas de streaming, passa a ficar atrás na concorrência das transmissões esportivas. A empresa chegou a divulgar em 2020 uma parceria para transmitir o campeonato francês de futebol, mas não obteve êxito no negócio.

Com essa nova tendência de transmissões ao vivo dentro das plataformas, temos que repensar, além da maneira como consumimos conteúdo, também a maneira como enxergamos suas funcionalidades e características. Se, até então, as plataformas de streaming tinham como principal atributo o controle de consumo do usuário sob demanda e interesse, tal como assistir ao que quiser na hora que quiser, as transmissões esportivas ao vivo quebram esse fator atemporal previsto na oferta de conteúdos das plataformas, pois as transmissões possuem horário específico de visualização, além de não estarem armazenadas em um repositório para acesso posterior à transmissão, tornando a maneira como visualizamos esse conteúdo dentro da plataforma muito semelhante à maneira como consumimos as transmissões em outras mídias, principalmente, na televisão. É como se estivéssemos aderindo a uma nova maneira de assistir a televisão, dentro de outro tipo de mídia que contém suas características como dataficação e dependência de plataforma, mas que adota o mesmo modo de consumo a que estamos acostumados.

Assim como há necessidade de entender a transformação em grande velocidade nos hábitos digitais, que porventura impactam em práticas culturais de consumo nas plataformas, é necessário também entender as transformações para análise desses hábitos e dessas infraestruturas digitais. Poell, Nieborg e Van Dijck(2020) propõem um modelo de análise da plataformização por meio das dimensões de infraestrutura de dados, mercados e governança. Porém, é necessário levar em conta que, quanto mais se modificam os modelos de plataforma, mais os modelos de análise de plataformas devem se adequar a elas. A maneira como consumimos conteúdo dentro de plataformas como a Amazon Prime Vídeo pode envolver fatores que não tornam alguma dessas dimensões tão importantes quanto seriam outros dentro dessa análise, como a dimensão de governança. Dentro de plataformas de streaming em que há uma interação mais efetiva entre os usuários, essa análise é muito mais relevante do que na Amazon Prime Vídeo, onde existe um nível baixo de interação, sendo uma relação entre usuário e plataforma muito mais direta, onde o tema central da plataforma é o conteúdo e sua disposição, e não a interatividade.

O fato é que cada vez mais estaremos familiarizados com esse tipo de proposta de plataformas de streaming e, mais ainda, com as transmissões esportivas. Assim como as plataformas de streaming estão se adequando às transmissões esportivas ao vivo, tenhamos certeza de que as próprias transmissões também poderão se adequar em breve ao modelo de visualização oferecido pelas plataformas.

Referências

BURROUGHS, B. E. **Streaming media: audience and industry shifts in a networked society**. Thesis (Doctor of Philosophy). University of Iowa, 2015.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Ed. UFBA. 2020. Disponível em: < <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32043>>. Acesso em: 14. de agosto de 2020.

ESPN. **Star + com tudo de espn e muito entretenimento chega ao Brasil e america latina em 31 de agosto**. Online. Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_/id/8635417/star+-com-tudo-de-espn-e-muito-entretenimento-chega-ao-brasil-e-a-america-latina-em-31-de-agosto> Acesso em: 25 de agosto de 2021.

EXAME. **HBO Max vai transmitir jogos da champions league e do brasileiro**. Online. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/hbo-max-vai-transmitir-jogos-da-champions-league-e-do-brasileirao/>> Acesso em: 23 de agosto de 2021

GASPARETTO, Thadeu; BARAJAS, Angel. **The determinants os Sporting sucess in the brazilian football**. Interational Journal of sport finance. Vol. 13. n. 2. 2018.

HORIZM. **The 100m club**. Online. 2021. Disponível em: <https://horizm.com/report-s/100m-Club-report.pdf> Acesso em: 24 de maio de 2022

NIEBORG, D. B. **Free-to-play Games and App Advertising. The Rise of the Player Commodity**. In: HAMILTON, J. F.; BODLE, R.; KORIN, E. Explorations in Critical Studies of Advertising. New York: Routledge, 2017.

NIEBORG, D.; POELL, T. **The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity**. New Media & Society, v. 20, n. 11,p. 4275-4292, 2018.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, 22(1):2-10, janeiro/abril, 2020.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. **Um modelo para regulação dos direitos de transmissão de futebol**. 2021. 461 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

SPERB, Felipe. **Dirigir para viver (e engajar): a série Drive to Survive na Netflix e a audiência da Fórmula 1**. CIDI. Feevale. V.3, p 1557-1583. Jul.2021.

UOL. **Amazon Prime Video e Premiere fecham parceria para transmissão de futebol**. Online. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/lancepress/2021/06/11/amazon-prime-video-e-premiere-fecham-parceria-para-transmissao-de-futebol.htm>> Acesso em: 23 de agosto de 2021.

VEJA. **Sinal dos tempos: tv por assinatura perde 6 milhões de clientes em 7 anos**. Online. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/sinal-dos-tempos-tv-por-assinatura-perde-6-milhoes-de-clientes-em-7-anos/>> Acesso em: 21 de agosto de 2021.