

Cenário de *streamings* esportivos no Brasil: um breve levantamento¹

Raisa Lima e SILVA²

Aline Pinto LUZ³

Faculdade de Tecnologia e Ciências, Vitória da Conquista, BA

RESUMO

Em tempos de convergência, estamos imersos em um universo com constantes transformações tecnológicas, sociais, culturais e industriais que afetam no modo como as mídias circulam por nossa cultura. A evolução digital é relevante para o estudo da convergência, sendo o percurso da tecnologia digital e a cibercultura de fundamental importância para entender a comunicação e a sociedade na contemporaneidade. Assim, este artigo busca discorrer sobre o serviço de *streaming* de vídeo fazendo um breve levantamento do cenário atual de *streamings* esportivos no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Convergência; Cibercultura; Streaming; Internet; Canais Esportivos.

INTRODUÇÃO

A metamorfose dos meios de comunicação ao passar dos anos acarretou em mudanças significativas na indústria midiática graças ao processo evolutivo tecnológico digital. Na contemporaneidade, a convergência das mídias em meio ao processo de cibercultura proporcionou o fluxo contínuo de conteúdos que coabitam conjuntamente e percorrem as mais diversas mídias, se interligam e formam redes, ainda mantendo as características especificadas de cada uma, em um ambiente aberto de intercomunicação.

Com a otimização da internet surgiu o vídeo sob demanda como uma opção que veio alterar o acesso e a distribuição de audiovisual, expandindo o alcance dos conteúdos televisivos por meio da tecnologia *streaming*. Na atualidade, as plataformas de *streaming* se tornaram populares e modificaram tanto a produção e recepção de audiovisual quanto os modelos de negócio para transmissão de conteúdo. Os canais esportivos perceberam que o serviço de *streaming* possibilitou uma grande chance de conseguir mais espectadores, oferecendo o serviço a preço inferior do que geralmente é pago nas TVs por assinatura.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – Comunicação Multimídia (IJ-DT5), no XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FTC, e Bacharel em Rádio e TV pelo curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz, e-mail: raisalimaesilva@gmail.com

³ Professora Orientadora do Curso de Publicidade e Propaganda da FTC, e Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de Minas - PUCMinas, e-mail: apluz.vic@ftc.edu.br

Este artigo visa elucidar sobre as remodelações dos meios de comunicação a partir do avanço da tecnologia digital que alterou a produção e o consumo de conteúdos midiáticos. Adentrando na temática central do cenário de *streaming* esportivos presentes no Brasil, possui um breve levantamento acerca do mesmo, apresentando os canais esportivos atuantes no país e informando as especificações para o uso do serviço.

O PROCESSO DE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

As modificações nos paradigmas dos meios de comunicação na contemporaneidade evidenciam as transformações constantes da indústria midiática e dos processos de consumo de notícias e entretenimento com alterações significativas a partir da evolução tecnológica digital. Para Santaella (2003), um dos aspectos mais relevantes do processo de evolução digital consiste na fusão das quatro formas tradicionais de comunicação – escrita, audiovisual, de telecomunicações e a informática – em um único setor que se compreende como convergência das mídias. Na visão da autora, as mídias têm a tendência de se interligarem e configurarem como grandes redes, sem perder as funções específicas de cada uma, e acabam por se complementarem e constituírem em uma contínua transformação existente na cultura que é cumulativa e não necessariamente linear.

Estamos vivenciando a cultura da convergência cunhada pela associação das mídias tradicionais e das mais recentes, e pela interação entre os produtores e os consumidores de mídia, como aponta Jenkins (2009). O autor estadunidense vem a contribuir com a observação da convergência como fluxo contínuo de conteúdos distribuído por meio de diversos suportes midiáticos e que tem gerado comportamento migratório e nômade das audiências em relação aos meios de comunicação. É mais que um processo de mudança tecnológica, é uma alteração nos padrões culturais, e o público passa a ser incentivado a interagir e buscar novas informações dispostas em conteúdos que existem simultaneamente e transitam por diversas mídias, sendo um processo em andamento e não tem um ponto final estabelecido.

Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando

descobrirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência. (JENKINS, 2009, p.43)

A convergência define transformações que atingem dimensões tecnológicas, culturais, sociais, industriais no modo como as mídias circulam por nossa cultura (JENKINS, 2009). As diversas perspectivas da convergência também englobam a esfera comercial, na questão do controle das indústrias de entretenimento e informação, e no âmbito pessoal, com as reconfigurações das relações humanas diante das possibilidades geradas pela tecnologia, em especial com as mídias digitais e as distintas maneiras de se comunicar com pessoas em diversas partes do planeta.

Entende-se assim a convergência midiática como um processo típico da cibercultura destacado por Pierre Lévy (1999) como uma tentativa de definição para o conjunto de relações sociais e de produções artísticas, intelectuais e éticas dos indivíduos interconectados por meio de computadores no ciberespaço, em uma rede de conexão digital que permite a interação entre computadores e usuários, tratando-se de uma cultura típica do ciberespaço. Em sua obra, o filósofo francês enfatiza os três elementos básicos da cibercultura: técnica (itens utilizados pelos atores sociais); cultura (estando ligada à dinâmica das representações); e sociedade (com a relação entre as pessoas, seus vínculos e trocas), premissas distintas do ponto de vista conceitual apesar de manterem uma correlação.

Lemos (2005) reforça afirmando sobre a transformação ocorrida por causa da cibercultura, elencando as principais características desse ambiente interconectado: o surgimento da informática, a convergência tecnológica, o desenvolvimento dos computadores e dos dispositivos móveis, a computação ubíqua – insistindo na mobilidade com a proliferação de redes sem fio como *wi-fi* e sinais 3G e similares – e a própria privatização do espaço público, ocorrida pela diminuição da privacidade provocada pela penetração da internet na vida e no cotidiano das pessoas. Deste modo, o conceito de cibercultura apresenta-se relevante para entendermos sobre o virtual, algo imprescindível em tempos de convergência, tendo em vista a crescente transformação nas comunicações e nos relacionamentos mediados graças a tecnologia.

Em meio a evolução digital e a convergência midiática, o aperfeiçoamento da internet possibilitou o surgimento do *vídeo on demand* (VoD) como uma alternativa das empresas de tecnologia e mídia de modificar as formas de distribuição e acesso de conteúdos audiovisuais (MASSAROLO; MESQUITA, 2016). Diferente da televisão

broadcasting, marcada pela imagem eletrônica, em um tempo presente e com transmissão unidirecional e monopolizada (CAPANEMA, 2009), o VoD trouxe a expansão e experimentação, alargando o alcance dos conteúdos televisivos, mas sem retirar o poder do *broadcasting* em situações como as transmissões ao vivo de eventos esportivos, culturais e políticos.

A tecnologia *streaming* permitiu ver conteúdos tanto de VoD como ao vivo em plataforma de *streaming* – tecnologia de envio e recepção de multimídias pela internet. O *streaming* de vídeo passou a ser modelo de negócio das empresas de tecnologia da televisão que vem promovendo mudanças nos canais de distribuição do mercado da indústria audiovisual, com destaque de Massarolo e Mesquita (2016, p. 1) para “[...] as novas práticas de visualização do conteúdo que se desenvolvem em torno das novas plataformas de distribuição”. O serviço de *streaming* ficou conhecido a partir de 2005 com o *YouTube* e mais recentemente com a *Netflix*.

A ERA DO STREAMING

Fugindo das restrições tecnológicas da internet dos anos 1990 e 2000, que permitia assistir filmes e séries por meio de download de arquivo dependendo do tamanho do vídeo e da qualidade de conexão, a tecnologia *streaming* surgiu para solucionar tal dilema, possibilitado ouvir música e assistir vídeo sem ocupar espaço no disco rígido do computador do usuário. Para Avila (2008), o surgimento do *streaming media* foi possibilitado pela criação de ferramentas de transmissão e distribuição, tornando-se acessível com a popularização da internet banda larga, uma internet de alta velocidade com estabilidade e sem ocupar a linha telefônica como a antiga internet discada.

Existem duas formas de transmissão via *streaming*, podendo ser ao vivo ou sob demanda, descritas por Avila (2008). O primeiro tem a recepção de um sinal ao vivo, ou seja, em tempo real ao acontecimento, diferentemente do segundo onde o arquivo de áudio ou vídeo fica disponível em uma plataforma para apreciação que não necessita download.

No *streaming* de vídeo *on demand*, os arquivos já se encontram disponibilizados no servidor, com isso, o usuário pode controlar o vídeo com funções similares a um CD player. No *streaming* de vídeo ao vivo, o cliente comporta-se da mesma maneira como se estivesse assistindo televisão, isso faz com que ele receba sinais de rádio emitidos de qualquer lugar do mundo via

Internet, porém ele não tem controle nenhum sobre a exibição. (ÁVILA, 2008, p. 14)

Com o passar do tempo a tecnologia *streaming* vem se transformando em uma tendência na rede mundial de computadores, como acredita Avila (2008), por conta de fatores como a necessidade de explorar novos meios de comunicação ou em virtude de novas tecnologias, permitindo uma transmissão online com poucas imperfeições. Tal transmissão de mídia por *streaming* passou a englobar a TV, o rádio e o cinema devido ao modo de distribuição e difusão global visto que “[...] apresentam uma grande conveniência, simplicidade técnica, alcance mundial e um relativo baixo custo, possibilitando assim que um número maior de empresas e pessoas façam uso dessa tecnologia” (AVILA, 2008, p. 29).

O modelo de negócio da distribuição de conteúdo online por *streaming* de vídeo vem promovendo mudanças na rede de distribuição do mercado da indústria audiovisual, ressaltado por Massarolo e Mesquita (2016). Ainda destacam o desenvolvimento das práticas de visualização de conteúdo ao redor das novas plataformas de distribuição.

Para se adequarem às mudanças, as empresas de mídia tradicional investem no desenvolvimento de suas próprias plataformas de distribuição online e procuram inovar nas estratégias de fornecimento de conteúdo, buscando atrair um público cada vez mais remoto e que procura se relacionar com o conteúdo de uma maneira personalizada, livre das amarras de uma programação pré-determinada das emissoras televisivas convencionais. O vídeo sob encomenda representa o futuro da indústria televisiva - que para gerenciar as novas formas de distribuição do conteúdo online, precisa se adequar ao ambiente dos novos arranjos da economia digital. (MASSAROLO; MESQUITA, 2016, p. 1-2)

No que concerne a convergência entre televisão e internet, o serviço de *streaming* possibilitou inicialmente a migração dos conteúdos televisivos para a internet, ao passo que a indústria midiática percebeu a demanda e o potencial dessa relação convergente. A alteração na forma de consumo de conteúdo pelo *streaming*, por igualar-se ao instantâneo da televisão, trouxe também a vantagem da mobilidade, com o uso de *smartphones* e *tablets*; e a livre escolha de consumo já que o usuário não está mais preso a uma grade de programação como a da TV (SANTOS et al., 2015).

Ainda há, porém, uma diferença de transmissão: conseguir um bom sinal de televisão é mais fácil e barato que uma boa transmissão de internet, já que transferência por streaming também pode se tornar demorada e pecar pela baixa qualidade, dependendo da variabilidade da velocidade da conexão, o que

inexiste no download de um vídeo de boa qualidade. Mas para aqueles que possuem uma banda larga razoável, o streaming possibilita um grande acesso a produtos culturais de diversos países a um baixo custo de adesão a este serviço.(SANTOS et al., 2015, p. 5)

A principal oferta de serviço de *streaming* no Brasil⁴ é o de vídeo *on demand*, sendo um mercado em expansão que conta com diferentes tipos de modelos de negócio. Dentre os serviços de VoD existem duas modalidades distintas de forma de transmissão de conteúdo: o *Over the Top* (OTT), em que os conteúdos são transmitidos pela internet; e o *Cable VoD*, quando o acesso é feito por meio de dispositivos das operadoras a cabo (MASSAROLO; MESQUITA, 2016).

Os modelos de negócios classificados pela ANCINE (2019), a Agência Nacional do Cinema⁵, define o segmento de vídeo por demanda em cinco tipos: 1 – Acesso gratuito ou *Advertising VoD* (*AdVoD*), conteúdo disponibilizado gratuitamente na plataforma que se financia por recursos vindos de publicidade; 2 – Assinatura mensal, para ter acesso ao catálogo da plataforma o usuário paga um valor fixo por mês; 3 – *Catch-up TV*, canais de televisão com programação linear que disponibiliza o conteúdo em uma plataforma VoD, geralmente sem um pagamento extra já que são canais de TV por assinatura, visando agregar valor ao serviço prestado; 4 – Aluguel/Venda ou *Transactional VoD* (*TVoD*), navegação gratuita por todo o catálogo da plataforma que disponibiliza o acesso por meio de pagamento por cada conteúdo consumido (seja vídeo, série, música, ou outros) ou transação; e 5 – Modelos híbridos, a combinação de dois modelos como o Aluguel ou venda + *Catch-up*, Aluguel + Assinatura, Acesso Gratuito + Aluguel ou venda, e Assinatura + *Catch-up*.

As emissoras de televisão, principalmente as TV a cabo, passaram a disponibilizar suas produções pelo serviço de *streaming*, numa modalidade geralmente paga, com um catálogo repleto de opções de conteúdos televisivos disponíveis online para serem acessados na hora desejada. Alguns canais implementaram o *live streaming* para transmissão ao vivo, permitindo aos espectadores acompanharem em tempo real tanto a programação do canal de televisão quanto dando acesso a transmissões de

⁴ Dados apresentados em 12 de abril de 2019 na ESPM, Rio de Janeiro, pela Dr^a. Luana Maíra Rufino Alves da Silva, Superintendente de Análise de Mercado – ANCINE, Especialista em Regulação. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/ESPM%20Palestra%20VoD%20TA%20Pag_a.pdf> Acesso em 28 jun. 2019.

⁵ A ANCINE – Agência Nacional do Cinema, é uma agência reguladora que tem como incumbências o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado de cinema e audiovisual no Brasil.

eventos que estão fora da grade televisiva (TOURINHO NETO, 2017). Estes fatores permitiram que os canais que detêm os direitos de transmissão de eventos esportivos pudessem ter tais espetáculos midiáticos em diversas telas e dispositivos móveis.

CENÁRIO DE STREAMINGS ESPORTIVOS NO BRASIL

A ascensão gradual do serviço de *streamings* no país desde a popularização da *Netflix* vem proporcionando transformações constantes na convergência dos canais esportivos para plataformas de VoD. Viram no *streaming* a chance de angariar mais espectadores, atraídos devido aos direitos de transmissão exclusivos e graças ao preço da assinatura do serviço que difere bastante do valor pago nas TVs por assinatura. O serviço de *streaming* despertou os interesses mercadológicos, vindo em um crescente nos últimos anos e que tem modificado o consumo de conteúdo esportivo, como salienta Tourinho Neto (2017).

No breve levantamento sobre o cenário atual de *streamings* esportivos no Brasil⁶, verificou-se que existem dez destes serviços no país. Geralmente disponibilizado por canais de televisão por assinatura em modelo de negócio de *Catch-up TV*, como o WatchESPN, SporTV Play, Fox Play; e alguns de modo híbridos partindo da transmissão televisiva, como Premiere FC e Premiere Combate. Há também os de assinatura mensal, como o EI Plus, DAZN, LiveFC e Bet365; e o único de acesso gratuito é o Mycujoo.

O EI Plus⁷ tem como modelo de negócio a assinatura mensal do serviço de streaming, tendo algumas transmissões de torneios esportivos veiculadas pelos canais Space e TNT. É *live streaming* e *on demand*. O preço da assinatura mensal é de R\$ 9,90 e a anual custa R\$ 13,90 por mês. Na cartela de esportes conta com transmissões ao vivo e conteúdo sobre futebol (Liga dos Campeões da Europa, Eliminatórias Europeias para Copa do Mundo e Eurocopa). A experiência na plataforma de streaming tem uma interface simples e de fácil navegação, mas apresenta problemas com relação a qualidade de imagem e *delays*, pecando também pela falta de competições que

⁶ Levantamento feito para este artigo em julho de 2019.

⁷ Tire suas dúvidas sobre EI Plus. Disponível em: <<https://suporte.esporteinterativo.com.br/hc/pt-br>> Acesso 2 jul. 2019.

acabaram ajudando a decretar o fim do canal Esporte Interativo na televisão em 2018⁸. Mesmo com direitos de exibição feitos pela Turner para o Campeonato Brasileiro da Série A, não podem ser veiculados pela Internet devido a cláusula de contrato. Por conta disso, o valor baixo da assinatura, mesmo com um número baixo de eventos, o que pode afugentar o público. Além disso, o efeito da transmissão gratuita de jogos pelo *Facebook* da Liga dos Campeões da Europa pode ter acarretado na diminuição da procura pela assinatura deste serviço.

O WatchESPN⁹ tem o modelo de negócio de *Catch-up TV*, e por isso não cobra nenhum valor adicional para o acesso da plataforma de *streaming*. De esportes transmite futebol (Campeonato Inglês, Campeonato Espanhol, entre outros); basquete (NBA e NBB); beisebol (MLB); hóquei no gelo (NHL); futebol americano (NFL); entre outros. Com uma interface simples, e diversos eventos, além da programação dos canais ESPN, o WatchESPN tem facilidade com relação a conteúdo, seja os que são produzidos pela ESPN Brasil, ou mesmo pelas diversas sucursais da empresa ao redor do mundo, como reportagens, séries, documentários, etc. Por outro lado, em transmissões ao vivo conta com *delay* e instabilidade em relação a velocidade e a emissão ao vivo dos eventos.

A SporTV Play faz parte de um dos serviços de streaming da GloboSAT¹⁰, assim sendo é *Catch-up TV*. Transmite conteúdos esportivos de futebol (Copa Libertadores da América, entre outros); basquete (NBA e NBB); vôlei (Superliga Masculina e Feminina, etc.); Fórmula 1; MotoGP; entre outros. A plataforma tem interface trabalhada, com opções diversas de eventos, tem um curto delay e eventualmente tenha problemas de travamentos de acordo com a sua conexão, é o mais adequado para dispositivos móveis como o celular e o *tablet*. A ausência de eventos do canal de TV, como os campeonatos estaduais e campeonatos nacionais de futebol, que não são transmitidos por conta do Premiere Play interferem na chegada do público ao serviço.

⁸ Cinco razões para o fim do Esporte Interativo na TV – Máquina do Esporte. Disponível em: <https://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/cinco-razoes-para-o-fim-do-esporte-interativo-na-tv_35202.html>. Acesso em 28 jun. 2019.

⁹ Saiba mais sobre WatchESPN. Disponível em: <<https://support.espn.com/hc/pt-br/categories/115000435812-WatchESPN>>

¹⁰ SporTV Play faz parte dos canais disponíveis na Globosat Play. Disponível em: <<https://globosatplay.globo.com/conheca/>> Acesso em 2 jul. 2019.

O Fox Play¹¹ também tem modelo de negócio de *Catch-up TV*, tem um recurso mais avançado com o pacote Premium. Tem no seu catálogo conteúdo de futebol (Copa Libertadores da América, Campeonato Espanhol, Campeonato Alemão, entre outros); basquete (Campeonato Espanhol e NBB); beisebol (MLB); automobilismo (Formula E, NASCAR); entre outros. Com uma interface complicada, com diversos problemas de sinal, frequentes *delays* e travamentos na imagem e no sistema, tem sido frequente a ausência de eventos esportivos no canal que já teve uma grande gama de transmissões. Até o aplicativo para plataformas móveis apresentam exatamente os mesmos problemas.

O Premiere FC¹² tem modelo de negócio híbrido por ser assinatura mensal e *Catch-up TV*, sendo *live streaming* e *on demand*. Custa 89,90 reais mensais e transmite jogos de futebol (Campeonato Brasileiro da Série A e B e campeonatos estaduais). Tem uma interface trabalhada, com opções diversas de eventos, um curto delay, tem problemas de travamentos a depender da velocidade da conexão da internet, e é adequado para dispositivos móveis. Por outro lado, o custo alto afugenta muitos assinantes mensais do serviço que não sejam já adeptos do pacote do canal na TV por assinatura. O Premiere Combate¹³ segue a mesma linha do Premiere FC. A única diferença é que transmite lutas como o MMA (UFC, outros torneios) e boxe.

O DAZN¹⁴ chegou no país recentemente e tem como modelo de negócio de assinatura mensal, sendo *live streaming* e *on demand*. Tem um custo elevado no mercado, sendo de 37,90 reais. Tem uma gama de esportes no seu catálogo, tendo futebol (Copa Sul-Americana, Campeonato Brasileiro da Série C, Copa da Inglaterra, Campeonato Francês, Campeonato Italiano, entre outros); tênis (torneios WTA); automobilismo (Fórmula Indy); *snooker*; boxe; entre outros. Diferente dos conteúdos televisivos, o DAZN (lê-se “Dá Zón”), não contém uma estrutura televisiva por trás. Por isso apresenta alguns problemas de geração de imagem, frequentes nas transmissões feitas por ele próprio, como na transmissão do Brasileiro da Série C. Além disso, a plataforma contém um grande *delay* na transmissão da maioria de seus eventos. O preço e as situações de algo que acaba de chegar ao Brasil não são convidativas para quem não tem alguma afetividade com os campeonatos ali transmitidos.

¹¹Conheça o Fox Play. Disponível em: <<https://about.foxplay.com/whatsfox/pt/index.html>> Acesso em 2 jul. 2019.

¹²Saiba mais sobre Premiere FC. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/loja/premiere/>> Acesso em 2 jul. 2019.

¹³Premiere Combate. Disponível em: <<https://assinecombate.globo.com/>> Acesso em 2 jul. 2019.

¹⁴Conheça o DAZN. Disponível em: <<https://watch.dazn.com/pt-BR/sports/>> Acesso em 2 jul. 2019.

O LiveFC¹⁵ tem o modelo de negócio de assinatura mensal, custando 14,90 reais mensais. Transmite apenas futebol (Copa do Nordeste e Campeonato Catarinense). É um streaming criado para aproveitar o momento dos serviços de *streaming* e comercializar a Copa do Nordeste e o Campeonato Catarinense. De interface simples, tem problemas em relação a geração de imagem e travamentos, sendo apenas um *streaming* de nicho muito específico e não convidativo para quem não tem relação afetiva ou de interesse com os eventos ali transmitidos.

O Bet365¹⁶ é uma casa de apostas que tem o *live streaming* a partir de assinatura como modelo de negócio. Para ter acesso as transmissões dos eventos esportivos é preciso fazer um único depósito a partir de 30 reais. Tem a maior cartela de esportes com futebol (diversos campeonatos); basquete; tênis (todos os torneios ATP e WTA); vôlei (todos os campeonatos europeus de clubes e seleções); turfe; críquete; beisebol (MLB); hóquei no gelo (NHL); futebol americano (NFL); entre outros. Tem uma interface simples, mas não permite o aumento de tela, não tem como escolher rever um momento específico do jogo ou mesmo de um videotape, porém, que por conta da sua finalidade de casa de apostas, faz *live streamings* de esportes ao vivo, com poucos problemas de travamentos, e com pouquíssimos problemas de *delay* em suas transmissões.

O Mycujoo¹⁷ é o único de acesso gratuito ou Advertising VoD (AdVoD). Transmite apenas futebol (Campeonato Brasileiro da Série D, Copa Paulista, entre outros). Com uma interface simples e um modelo que mistura a gratuidade e a experiência do *streaming* de *YouTube* e *Facebook*, o Mycujoo é mais voltado a partidas de futebol longe das primeiras divisões, sem grandes acessos, uma plataforma feita para determinados consumidores, os do chamado futebol alternativo. O Mycujoo é uma plataforma em ascensão que conseguiu confirmar a transmissão do Campeonato Brasileiro da Série D.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio as constantes modificações tecnológicas, graças a evolução digital e a convergência midiática, estão sendo moldadas novas formas de consumir conteúdos a

¹⁵ Assine LiveFC. Disponível em: <<https://livefc.tv/>> Acesso em 2 jul. 2019.

¹⁶ Saiba mais sobre Bet365. Disponível em: <<https://extra.bet365.com/streaming/br>> Acesso em 2 jul. 2019.

¹⁷ Conheça o Mycujoo. Disponível em: <<https://mycujoo.tv/about-us>> Acesso em 2 jul. 2019.

partir do serviço de *streaming*, trazendo mudanças de acesso e de consumo dos espectadores. Os canais esportivos viram nisso uma oportunidade de ampliarem o leque e agregarem mais valor aos produtos que transmitem e, além dos canais de TV, empresas que trabalham com transmissão e produção de conteúdo esportivo passaram a pensar a veiculação de material sob demanda e ao vivo exclusiva para internet.

O levantamento apresentado neste artigo mostrou o cenário atual de streamings esportivos no Brasil, evidenciando que a maioria deles fazem parte do modelo de negócio de *Catch-up TV* ao partir de uma configuração já pré-determinada da televisão seguindo uma programação e linguagens dos conteúdos produzidos, como o WatchESPN, SporTV Play, Fox Play, juntamente com os híbridos Premiere FC e Premiere Combate que também partem desse mesmo lugar. Já os de assinatura mensal que estão apenas na internet, o que não é totalmente o caso do EI Plus, vem diversificando e trazendo novidades para os espectadores com os conteúdos produzidos tanto em *live streaming* como também para *on demand* como é o caso de DAZN, LiveFC e Bet365. E a possibilidade de ter um serviço gratuito com boa qualidade, a exemplo do Mycujoo, que se mostra atrativo por ter um conteúdo alternativo fugindo dos eventos que são transmitidos habitualmente por canais esportivos.

Este artigo faz parte de um processo de pesquisa que é de grande valia para analisar as transformações midiáticas na contemporaneidade. É relevante a discussão e o estudo sobre o tema, pois a popularização dos serviços de *streaming* carece de investigações e entendimentos acerca do acesso, conteúdo, linguagens, questões mercadológicas, e a própria mudança de perspectiva na sociedade. Assim, este trabalho é uma contribuição para outras pesquisas que aprofundarão a convergência dos canais esportivos para o *streaming*, em prol de compreender o impacto deste fenômeno por meio dos seus aspectos industriais, tecnológicos, culturais e sociais.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA. **TV Paga x VoD**. ESPM – Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/ESPM%20Palestra%20VoD%20TA%20Paga.pdf>> Acesso em 28 jun. 2019.

AVILA, Renato Nogueira Perez. **Streaming – Aprenda a criar e instalar sua rádio ou tv na internet**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2008.

BET365. Disponível em: <<https://extra.bet365.com/streaming/br>> Acesso em 2 jul. 2019.

CAPANEMA, Letícia. A televisão expandida: das especificidades às hibridizações. **Revista de Estudos da Comunicação**. Curitiba, Vol. 9, n. 20, p. 193-202, set./dez. 2008.

DAZN. Disponível em: <<https://watch.dazn.com/pt-BR/sports/>> Acesso em 2 jul. 2019.

ESPORTE INTERATIVO. Disponível em: <<https://suporte.esporteinterativo.com.br/hc/pt-br>> Acesso 2 jul. 2019.

FOX PLAY. Disponível em: <<https://about.foxplay.com/whatsfox/pt/index.html>> Acesso em 2 jul. 2019.

GLOBOSAT PLAY. Disponível em: <<https://globosatplay.globo.com/conheca/>> Acesso em 2 jul. 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandrina. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMONS, André. **Cibercultura e mobilidade**: a era da conexão. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005, Rio de Janeiro: Uerj, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>> Acesso em: 2 jun. 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIVEFC. Disponível em: <<https://livefc.tv/>> Acesso em 2 jul. 2019.

MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dario. Vídeo sob demanda: uma nova plataforma televisiva. In: ENCONTRO NACIONAL DA COMPÓS, 25, 2016. Goiânia. **Anais...** Goiânia, 2016.

MAQUINA DO ESPORTE. **As cinco razões para o fim do Esporte Interativo na TV**. 2018. Disponível em: <https://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/cinco-razoes-para-o-fim-do-esporte-interativo-na-tv_35202.html>. Acesso em 28 jun. 2019.

MYCUJOO. Disponível em: <<https://mycujoo.tv/about-us>> Acesso em 2 jul. 2019.

PREMIERE COMBATE. Disponível em: <<https://assinecombate.globo.com/>> Acesso em 2 jul. 2019.

PREMIERE FC. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/loja/premiere/>> Acesso em 2 jul. 2019.

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

SANTOS, Claryce Oliveira dos et al. Netflix: e agora, como vemos TV? In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Rio de Janeiro, 2015.

TOURINHO NETO, Mateus Teófilo. **A internet é a bola da vez**: o uso do streaming de vídeo na transmissão e no acesso a partidas do futebol brasileiro. Monografia. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Comunicação Organizacional.). Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

WATCHESPN. Disponível em: <<https://support.espn.com/hc/pt-br/categories/115000435812-WatchESPN>> Acesso em 2 jul. 2019.