UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
COLEGIADO DOS CURSOS DE CINEMA

VINICIUS PASSALACQUA BURIGO

O EMPACOTAMENTO GRÁFICO DAS TRANSMISSÕES DO FUTEBOL BRASILEIRO NA TV ABERTA E *YOUTUBE*: O CASO DA REDE GLOBO

Pelotas/RS
2026

VINICIUS PASSALACQUA BURIGO

O EMPACOTAMENTO GRÁFICO DAS TRANSMISSÕES DO FUTEBOL BRASILEIRO NA TV ABERTA E *YOUTUBE*: O CASO DA REDE GLOBO

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema e Audiovisual no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Orientador: Prof. Guilherme Carvalho da Rosa

Pelotas

2026

VINICIUS PASSALACQUA BURIGO

O EMPACOTAMENTO GRÁFICO DAS TRANSMISSÕES DO FUTEBOL BRASILEIRO NA TV ABERTA E *YOUTUBE*: O CASO DA REDE GLOBO

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema e Audiovisual no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Aprovada em (data da banca por extenso).

Banca Examinadora:

_____

Prof. Guilherme Carvalho da Rosa (orientador)

_____

Prof. Tobias Tessmann Mulling

_____

Prof. Roberto Ribeiro Miranda Cotta

AGRADECIMENTOS

O autor vem nesse momento a agradecer as pessoas que o guiaram e orientaram em todos momentos, mesmo que elas não percebessem, primeiro aos seus pais Fernanda e Cristian, que sempre defenderam os sonhos de seus filhos mesmo muitas vezes não os entendendo, ao seus avós Solange, Eduardo e Nilceia, que mostraram a importância de resistir a todas dificuldades e a olhar para o mundo de forma autêntica e gentil. A sua irmã Rafaella, que sempre foi e sempre será uma das principais referências para o autor. Aos seus amigos e colegas Vicente, Jessica, Henrique e Guilherme, que mostraram novos olhares para a vida e a arte que os uniram e o apoiaram em todos momentos do curso. A sua psicóloga Isabel, que o mostrou apoio e ferramentas para lidar com suas dificuldades e questionamentos internos e que escutou com atenção seus desabafos. Ademais, o autor agradece seus amigos de infância, Mariana, Carol, Evelyn, Rafael e Maria Fernanda, que além de trazerem um ar leve para sua vida, o ensinaram inúmeras lições e o guiaram a se tornar a pessoa que é hoje mesmo que não percebam. Por último mas não menos importante, o autor agradece ao seu orientador Guilherme, que mesmo antes da primeira aula se mostrou a disposição para ajudar os alunos do curso, além de ser a principal influência pela decisão do tema graças a uma aula sobre empacotamento gráfico na disciplina de segundo semestre do curso de Cinema e Audiovisual, que mudou a forma do autor a ver transmissões televisivas. Obrigado por tudo.

RESUMO

A presente pesquisa pretende estudar o empacotamento gráfico das transmissões do futebol brasileiro na TV Aberta, de forma específica a TV Globo, dentro de um contexto brasileiro atual das programações esportivas ao vivo. O objetivo principal é a observação de tal questão em um momento de Disputa política econômica, estética e de fluxo que cerca as transmissões de futebol no Brasil, no contexto de outras janelas possíveis para a transmissão, como as manifestações da televisão aberta por meio do streaming.

PALAVRAS-CHAVE: empacotamento gráfico; *motion design*; televisão aberta; transmissão esportiva.

ABSTRACT

This research intends to study the graphic packaging of Brazilian soccer broadcasts on open TV, specifically TV Globo, within a current Brazilian context of live sports programming. The main objective is to observe this issue at a moment of political, economic, and aesthetic tension surrounding soccer broadcasts in Brazil, in the context of other possible windows for transmission, such as open television manifestations through streaming.

KEYWORDS: graphic packaging; motion design; open television; sports broadcasting

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Terços superiores de empacotamentos da transmissão de jogos do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino p. 10

Figura 2 - Terços inferior de empacotamentos da transmissão do Jornal Nacional p. 20

Figura 3 - Terços inferior de empacotamentos da transmissão do Futebol na Globo p. 20

Figura 4 - Mosaicos das vinhetas referente a transmissão do Campeonato Brasileiro que ocorreu no Futebol na Globo, a primeira representa uma marca genérica do campeonato brasileiro, a segunda se refere ao Futebol na Globo e a terceira é a marca do Campeonato Brasileiro p. 20

Figura 5 - Mosaicos referente aos elementos gráficos do Futebol na Globo, a primeira representa as escalações, a segunda se refere a equipe de arbitragem e a terceira é a tabela do campeonato, enquanto a quarta é as odds do jogo determinada pelo patrocinador *bet nacional*. p. 21

Figura 6 - Placar do jogo, contraído e expandido. p. 22

Figura 7 - Placar do jogo, contraído e expandido. p. 22

Figura 8 - Mosaico mostrando as variações de animações no placar conforme ocorre gol ou expulsão. p. 23

Figura 9 - Mosaico referente aos blocos *Show do Intervalo e Segue o Jogo*. p. 24

Figura 10 - Mosaico com a contagem regressiva para início da transmissão e vinheta da transmissão com a marca genérica do Campeonato Brasileiro. p. 24

Figura 11- Mosaico exemplificando as diferentes aplicações de manchetes e de divisões de tela. p. 24

Figura 12- Mosaico com as escalações e contagem regressiva durante o Pré-Jogo. p. 25

Figura 13- Mosaico com as escalações e elementos gráficos constantes durante a transmissão do Jogo. p. 25

Figura 14- Mosaico com os elementos visuais de gol, substituições e diferentes patrocinadores. p. 26

Figura 15- Brecha nos intervalos da transmissão, onde não há análises da equipe de narração ou patrocinadores. p. 26

Figura 16- Mosaico com o comparativo a Globoface,imagem à esquerda, com a Globotipo, imagem a direita. p. 27

Figura 17- Mosaico comparativo entre os placares do Campeonato Brasileiro em três cenários diferentes de transmissão, Tv aberta, Tv a cabo e Youtube, respectivamente. p. 28

Figura 18- Mosaico com placares dos campeonatos argentino, inglês e espanhol respectivamente. p. 29

Figura 19- Placar padronizado do Campeonato Paulista 2026. p. 29

Figura 20- Elemento Gráfico utilizado pela GETV com ausência de patrocinadores em 2025. p. 32

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	p. 9
1. REVISÃO TEÓRICA	p. 13
2. BREVE PANORAMA DAS TRANSMISSÕES DO FUTEBOL BRASILEIRO	p. 17
3. O EMPACOTAMENTO DAS TRANSMISSÕES DA REDE GLOBO	p. 19
3.1 O EMPACOTAMENTO DA TRANSMISSÃO DA TV GLOBO	p. 19
3.2 O EMPACOTAMENTO DA TRANSMISSÃO DA GETV	p. 23
4. ANÁLISE SOBRE O EMPACOTAMENTO DO FUTEBOL BRASILEIRO NA REDE GLOBO E SUAS DIFERENTES JANELAS	p. 27
4.1 DISPUTAS ESTÉTICAS SEMELHANÇAS E SINGULARIDADES ENTRE TV ABERTA E YOUTUBE .	p. 27
4.2 DISPUTAS POLÍTICA-ECONÔMICA GLOBO COMO PARTE DA CULTURA DO FUTEBOL BRASILEIRO E IMPLEMENTAÇÃO DAS BETS.	p. 29
4.3 ANÁLISE SOBRE A DISPUTAS DOS DIFERENTES FLUXOS.	p. 30
4.4 ANÁLISE SOBRE A REATIVIDADE DA REDE GLOBO	p. 31
CONCLUSÃO	p. 33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	p. 33

INTRODUÇÃO

No dia 24 de maio de 2025 a Rede Globo transmitia à tarde o confronto entre Flamengo e Corinthians pelo Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino. O jogo terminou com o resultado de 4 a 0 para o rubro-negro. Mais interessante do que o espetáculo propriamente esportivo, a emissora comemorava seu aniversário de 60 anos e, nesse contexto, resolveu mostrar o *empacotamento* gráfico esportivo ao longo dos anos, mais especificamente o do futebol brasileiro, mostrando a evolução tecnológica e estética dos elementos visuais, como placares e cronômetros. Essa escolha não só remete a uma comemoração nostálgica, mas, também, revela simbolicamente como a emissora deteve controle da identidade visual televisiva do futebol brasileiro ao longo de sua história. Por anos, a Rede Globo foi uma das poucas emissoras a transmitir o futebol nacional pelo Brasil. Embora historicamente a emissora conviva com uma concorrência ao longo do percurso, especialmente com outras emissoras abertas como *Band, Record, SBT e RedeTV,* para citar algumas, a Rede Globo conseguiu se sobressair, no presente momento, observa-se um período de não apenas convivência com concorrentes em uma mesma janela, como também o surgimento de outros modelos de negócios que envolvem transmissão esportiva aberta e as possibilidades do *streaming*, como, por exemplo, a *CazéTV*.

Dentro desse cenário, a presente pesquisa pretende estudar o *empacotamento* gráfico das transmissões do futebol brasileiro na TV Aberta, de forma específica a TV Globo, dentro de um contexto atual das programações esportivas ao vivo e seu impacto na consolidação Rede Globo na cultura do futebol brasileiro. Por empacotamento, empiricamente, compreende-se a forma gráfica de um produto audiovisual composta por sequências de abertura, elementos gráficos da transmissão que ocupam terços inferiores e superiores da tela, informações numéricas como placares, tabelas, estatísticas e outros. O empacotamento pode também ser compreendido, sinteticamente, como a “embalagem” do produto audiovisual, de maneira geral. Essa compreensão está presente no mercado e cursos de Design e de Audiovisual.



Figura 1 - Terços superiores de empacotamentos da transmissão de jogos do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

O futebol brasileiro, além de ser um marco da identidade cultural, foi e é, também, um dos principais produtos audiovisuais do País. Ele movimenta valores bilionários em contratos de direitos de transmissão. Cerca de R$ 1,7 bilhão[1] foi negociado referente a direitos televisivos da recém criada Liga Forte União do Futebol Brasileiro (LFU) que reúne 11 dos 20 times da primeira divisão brasileira em 2025. Ou seja, as transmissões esportivas configuram-se como um negócio estratégico para a indústria da televisão e do audiovisual. Dentro desse contexto, o empacotamento gráfico que envolve vinhetas, cores, animações, tipografias e transições têm papel central relacionado com o produto audiovisual. Não é apenas estética: é parte fundamental de como o futebol é visto como produto. É uma área que emprega muitos profissionais, como *motion designers*, diretores de arte, designers gráficos, roteiristas e editores de vídeo.

Hoje existe uma grande Disputa nesse mercado. A Rede Globo, que por décadas centralizou as transmissões do futebol brasileiro, está perdendo espaço já que a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), órgão que organiza as competições nacionais oficiais do país masculinas e femininas, apesar de possuir os direitos de seus campeonatos, não possui os direitos de imagens dos clubes participantes, o que permite aos clubes poderem fazer negociações individuais quando forem mandantes de campo. Isso abriu espaço para outras empresas transmitirem campeonatos e copas nacionais, como Record, Amazon Prime Video e

[1] **MÁQUINA DO ESPORTE**. *Globo fecha com LFU último pacote para transmitir Brasileirão*. Disponível em: https://maquinadoesporte.com.br/midia/globo-fecha-com-lfu-ultimo-pacote-para-transmitir-brasileirao/. Acesso em: 14 jul. 2025.

CazéTV. Estas seguem um padrão de empacotamento gráfico diferente da Rede Globo, sendo este estabelecido pela LFU. Tal cenário de fragmentação gera disputas não só econômicas, mas também estéticas e simbólicas, já que enquanto a Liga busca a construção de uma identidade visual padronizada, a Rede Globo afirma uma linguagem que valorize e destaque a sua própria transmissão.

Mesmo sendo um tema importante e ligado a um setor que movimenta bilhões e emprega milhares de pessoas, há pouca pesquisa acadêmica sobre o empacotamento gráfico das transmissões esportivas no Brasil. Os cursos de Cinema, Audiovisual, Design e Animação muitas vezes não tratam desse assunto e outros ligados à televisão em profundidade, embora seja um campo real de trabalho para muitos profissionais. A pesquisa se justifica quando busca entender as disputas[2] que aparecem nos elementos gráficos das transmissões do futebol brasileiro e estabelece diálogo tanto para quem estuda televisão e comunicação quanto para quem trabalha com design, audiovisual e áreas afins. Analisar essas disputas ajuda a perceber como as imagens influenciam narrativas políticas e econômicas e como moldam a forma como o público vê o futebol como espetáculo midiático e mercadoria cultural.

O objetivo principal é a observação de tal questão em um momento de Disputa estética, política e econômica que cerca as transmissões de futebol no Brasil. Dentro de tal objetivo, interessa perceber a relação entre produto e embalagem na transmissão do futebol brasileiro feita pela Rede Globo diante de outros modelos concorrentes de transmissão. Também, aprofundar, do ponto de vista do *motion design*, o empacotamento gráfico atual da transmissão feita pela TV Globo. Como principal questão de pesquisa apresenta-se como ocorre a configuração do empacotamento gráfico das transmissões de futebol da TV Globo. Dentro disso, de que modo se dão as *disputas* que podem ser reveladas pelo empacotamento gráfico das transmissões de futebol da Rede Globo?

Esta pesquisa se baseia em dois grandes blocos de referências teóricas: televisão como linguagem e tecnologia, o futebol como produto midiático e o design/motion design como prática comunicacional. No primeiro bloco, está o conceito de televisão geralista e a ideia de fragmentação do público, trabalhados por autores como Dominique Wolton, em *Elogio do grande público* (1996). Outro autor importante é Raymond Williams que trata a televisão como forma cultural e desenvolve o conceito de *fluxo televisivo*. Para ele, a televisão não é só conteúdo isolado, mas uma sequência contínua. O empacotamento gráfico faz parte desse fluxo já que conecta vinhetas, comerciais, identidade visual e conteúdo, criando uma "marca"

[2] Existe uma delimitação de tais disputas que é explicitada posteriormente nesta introdução.

para o canal. O segundo bloco fala do *motion design* que é essencial para o empacotamento gráfico das transmissões. Mauricio Barth, em *O design e a unidade gráfica da marca do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino*, discute como as linguagens gráficas evoluem para chamar a atenção do público e diferenciar marcas e mostram como cores, logos e tipografias ajudam a construir a identidade visual de diversos campeonatos de futebol, entre eles o Nacional, transformando o Campeonato Brasileiro em um produto midiático reconhecível.

Além das referências acadêmicas, a pesquisa também vai usar fontes jornalísticas e dados de mercado, como reportagens do portal *Máquina do Esporte*, *Globo Esporte* e *A Bola*, que ajudam a entender as questões econômicas e políticas por trás dos direitos de transmissão. Juntas, essas teorias vão dialogar com a análise crítica sobre como as disputas políticas, econômicas e estéticas aparecem nos elementos gráficos das transmissões do futebol brasileiro. Elas servem como ferramenta para classificar e interpretar o material visual que será coletado durante a análise empírica.

O caminho teórico-metodológico contempla repertório de observação empírica e é composto por uma revisão bibliográfica sobre os temas televisão aberta, identidade visual televisiva e motion design aplicado à televisão. Após, há um breve panorama sobre o contexto atual das transmissões esportivas brasileiras, especialmente o futebol. Na sequência é feita uma observação do empacotamento gráfico da transmissão do futebol da TV Globo sob o ponto de vista do design. Tal observação é composta por um levantamento e coleta de materiais audiovisuais (vídeos, capturas de tela, vinhetas, inserções gráficas, placares, animações e recursos visuais) exibidos nas transmissões do Campeonato Brasileiro em diferentes jogos, horários e programas esportivos da Rede Globo ao longo das temporadas de 2024/2025. O levantamento é associado com uma descrição técnica dos elementos visuais, detalhando cor, tipografia, ritmo das animações, linguagem gráfica, transições, uso de 3D, *overlays* e outros aspectos do motion design.

Por último, a pesquisa contempla uma análise dos elementos da embalagem audiovisual em relação ao contexto de disputas estéticas, econômicas e políticas. Para organizar a pesquisa, são propostas categorias de análise das disputas, *a priori,* conforme observadas em um período anterior à pesquisa. A Disputa estética refere-se às diferenças visuais que indiquem tentativas da TV Globo de se modernizar ou se diferenciar de concorrentes ou de manter um padrão visual que a posicione como detentora da “tradição” do elemento cultural futebol. A Disputa política-econômica refere-se a elementos gráficos discursivos que indiquem conflito de poder ou tentativa de manutenção da hegemonia da

Rede Globo enquanto principal transmissora do futebol brasileiro. Também, esta relaciona-se a indícios visuais que reflitam estratégias comerciais, como novas inserções gráficas para patrocinadores, sobreposições de marca ou alterações no design associadas a acordos comerciais e modelos de negócio que sustentam o produto transmitido.

1. REVISÃO TEÓRICA

Renato Ortiz, em sua obra *A moderna tradição brasileira* (1995), traz uma análise da história da indústria cultural brasileira e suas contradições. Com o surgimento do Governo Militar dos anos 1960, o país começou a ter um desenvolvimento tardio industrial, dentre essas indústrias, inclui-se a cultural em uma acepção do século XX. Era de interesse do Governo desenvolver esse mercado, porém, ao mesmo tempo que buscavam esse avanço, o cenário de produção cultural era constituído por censuras, incluindo as janelas televisivas. Nesse contexto, a Rede Globo buscou fazer auto-censuras em sua programação para assim receber apoio do Estado e se solidificar e monopolizar o mercado televisivo. Como observa Ortiz,

> Quando a TV Globo e a TV Tupi assinam urn protocolo de autocensura em 1973, procurando controlar o conteúdo de suas programações, o que essas emissoras estão fazendo é circunscrever a vontade de se conquistar o mercado a qualquer preço, aceitando-se cumprir os compromissos adquiridos anteriormente junto ao Estado Militar Se elas cortam ou redimensionam determinados programas populares como (Chacrinha, Derci Gonçalves, etc.) é porque é necessário garantir o pacto com os militares que veem esse tipo de espetáculo como "degradante" para a formação do homem brasileiro (sic) definido segundo a ideologia da Segurança Nacional.(Ortiz, 120)

Dessa forma, a emissora garantiu um apoio estatal o qual possibilitou acesso a tecnologia audiovisual e de radiodifusão além de uma estrutura jurídica que apoia a emissora, assim conseguindo se estabelecer em uma rede nacional. O esporte, mais especificamente o futebol é uma atração inerente a este processo de rede.

Dominique Wolton, em seu livro *Elogio ao Grande Público* (1996), elabora o conceito de TV geralista e o avanço dela ao longo da história televisiva. Wolton descreve essa categoria como uma mídia estandardizada, já que seu maior objetivo é de conseguir o maior número de audiência. Tal padronização implica em programas com temas e linguagem mais abrangentes e menos específicas. Wolton destaca como a televisão geralista foi a primeira forma de linguagem televisiva, porém, após duas décadas a população começou a se desgastar dessa mídia, por possuir uma oferta “morna”. Além disso, a sociedade em termos gerais estava seguindo movimentos e ideias que buscavam o individualismo. Assim, a audiência buscava conteúdos que refletissem sua individualidade. Nesse contexto, a televisão geralista

começou a sofrer concorrência da televisão fragmentada que buscava exibir apenas conteúdos nichados, sendo os principais e primeiros o cinema e o esporte, além dessa mídia possuir mais espaço para a experimentação e a quebra de uma linguagem audiovisual padronizada.

> A experiência da televisão temática atualmente serve mais como um estímulo à televisão geralista como um questionamento desta, e os problemas teóricos que coloca ,do ponto de vista do papel da televisão num espaço ampliado de comunicação, são menos percebidos, na medida em que a televisão segmentada parece, muitas vezes, uma televisão geralista, mas em escala reduzida. Com efeito, se os canais existentes são, em grande parte, temáticos, eles continuam a misturar um pouco outros programas e parecem uma espécie de "minicanal", diminuindo a percepção de uma diferença radical em comparação com um canal geralista. Isso ocorre, por exemplo, com o Canal Plus, emissora temática clássica de cinema, paga, que mistura programas esportivos, documentários, informação, dando a sensação de que se trata mais de um canal "moderno" do que temático ou fracionado. Na realidade, essa miniprogramação de numerosos canais temáticos nada muda na especificidade dos seus princípios. O primeiro é o de tomar por coisa garantida a segmentação social e cultural, e disso fazer um projeto lucrativo para todos, em vez de perseguir a idéia utópica de um retorno do grande público (Wolton 105-106).

A televisão geralista se viu na necessidade de se reinventar ao invés de esperar um retorno utópico do grande público, como Wolton elabora. Assim, foram criadas as programações dentro da TV geral, para conseguir reter as massas de forma segmentada, separando os horários de transmissões por nichos, o que possibilitou a retenção de sua audiência e abriu possibilidade para inovações tecnológicas e linguísticas. Wolton observa que

> se olhamos para os Estados Unidos, que "inventaram" a televisão geralista privada: é a idéia de que a televisão geralista é também um fator de integração social e de identidade coletiva para um país novo, com uma mistura eclética de populações, com idéias, origens, valores e religiões de todos os tipos. Se bem que mesmo no país mais capitalista e aparentemente menos preocupado com uma lógica de serviço público, vemos que a televisão geralista privada obedeceu igualmente a outros critérios, além da simples lógica econômica. Hoje em dia, a televisão privada encontra novas fontes de rentabilidade, como a televisão paga e fracionada, e já conduz a uma certa redução do papel das três grandes redes norte-americanas [...] (Wolton, p.111).

Apesar do autor fazer uma análise dos Estados Unidos, podemos trazer essa para um contexto nacional, já que o Brasil se assemelha por ser um país com uma grande extensão e população com inúmeras diferenças culturais e sociais.

Dentro da discussão teórica sobre a televisão, pode-se observar também Raymond Williams em seu livro *Televisão: Tecnologia e Forma Cultural* (1974) que evidencia o impacto da radiodifusão na forma como consumimos cultura. Williams elabora que quando o espectador vai consumir uma peça, concerto ou evento esportivo em um espaço físico ele já possui uma noção prévia do fluxo que ocorre nesses eventos. Ou seja, a audiência sabe que

ocorrerá uma sequência específica de eventos de forma ininterrupta. Porém, a radiodifusão possui uma grande diferença, já que ela molda o fluxo de suas transmissões para interconectar seus programas e patrocinadores com os eventos, seja por meio de vinhetas, slogans ou *letterings,* entre outras opções. Dessa forma, a radiodifusão, mais especificamente a televisão constroi um **fluxo televisivo** para que o telespectador continue conectado em sua transmissão mesmo após o fim do evento ou nos momentos de pausa, já que graças a essa interconexão o telespectador não se sente perdido ao começar uma transmissão no meio e também não nota a troca de programas de forma drástica e agressiva, e sim de forma suave, o que ajuda na retenção da audiência.

> O que está sendo exibido não é, nos antigos termos, uma programação de unidades separadas com inserções específicas, mas um fluxo planejado, em que a verdadeira série não é a sequência publicada de programas, mas essa sequência transformada pela inclusão de outro tipo de sequência, de modo que essas sequências juntas compõem o fluxo real, a real "radiodifusão". (Willians, 1974 p.100)

Ademais, Jose van Dijck elabora em sua obra, *After the Break (2013)*, como devemos adaptar a análise de Raymond Williams sobre televisão para os tempos atuais, mais especificamente ao analisarmos plataformas como o *Youtube*. van Dijck mostra que diferente da televisão a plataforma, no contexto de análise do texto, tem como objetivo principal a interação e construção de seu conteúdo a partir de uma troca direta entre usuários. Além disso, o autor evidencia um foco maior na criação de conteúdos curtos, onde o tempo médio dos conteúdos do *Youtube* é de seis minutos. Diferente de formas tradicionais de transmissão, o fluxo audiovisual acontece não pela interconexão dentro de um mesmo conteúdo, mas sim pela recomendação de vídeos similares criados por usuários. Com isso, a construção do fluxo além de ser “natural” é colaborativa graças a um desenvolvimento feito, inicialmente, de usuários para usuários, o que atrai o interesse de anunciantes e patrocinadores, pelo fluxo ser gerado de forma “orgânica”, o que se difere das transmissões estabelecidas por uma rede de televisão, já que esse modelo possui grades mais restritas e com menos liberdade para o telespectador. Nas palavras do autor:

> O YouTube não é, de forma alguma, o equivalente ou mesmo um derivado da televisão. Na verdade, homecasting deriva de "vídeo doméstico". O neologismo denota o uso de sites de compartilhamento de vídeo para baixar e enviar conteúdo audiovisual autoproduzido ou pré-produzido por meio de computadores pessoais, de casa para a casa de qualquer pessoa (ou seja, espaços privados em rede) (van Djick, 2013 p.148).[3]

Apesar da análise de Jose van Djick ser relevante por contextualizar o fluxo dentro de sites como o *Youtube*, tal visão se mostra desatualizada no contexto atual do aplicativo, como no caso de canais como o da *CazéTv* que opera de forma mais próxima com o modelo

[3] Tradução livre do autor do inglês. Texto original: YouTube is not, in any way, the equivalent or even a derivative of television. If anything, homecasting is derived from ‘home video’. The neologism denotes the use of video-sharing websites to download and upload self-produced or preproduced audiovisual content via personal computers from the home and to anybody’s home (that is, networked private spaces).

proposto por Wolton de televisão segmentada, por fazer sua programação voltada, quase por completo, para esportes, mais especificamente o futebol, Além de possuir um fluxo que busca reter a audiência dentro do próprio canal, por meio de transmissões ao vivo constantes e com diferentes blocos de pré jogo e pós jogo. Mesmo não sendo o foco do autor, uma abordagem estilística no Youtube e na televisão tradicional seria passível de revelar diversas arqueologias entre os dois formatos.

Neste cenário, a *CazéTv* se diferencia do padrão de fluxo dentro do *Youtube*, e ao mesmo tempo de outras emissoras específicas de esporte como a *ESPN* ou a *SPORTV*, já que possui um tipo de linguagem e estilo mais "jovial", o que se enquadra na análise de Francesco Casetti e Roger Odin, em seu artigo *Da Paleo à Neotelevisão: abordagem semiopragmática,* onde autor faz a separação entre *Paleotelevisão* e *Neotelevisão*, onde a primeira traz um distanciamento entre os apresentadores de programas televisivos com o público, a partir de uma hierarquia próxima com a de aluno e professor:

> Fundada a partir de um projeto de educação cultural e popular, a paleotelevisão se apresenta, primeiramente, estabelecendo um contrato de comunicação pedagógica. Seguindo a fórmula de Jean-Louis Missika e Dominique Wolton, os telespectadores compõem uma espécie de "grande classe" onde os profissionais da televisão seriam os "professores" (Casetti; Odin, 2011, p 9).

Já a segunda, é fomentada na quebra de paradigmas e a aproximação do público com os apresentadores, a partir de uma linguagem mais coloquial e cenários que se aproximam da audiência, além de buscar continuamente a interação com o telespectador:

> A neotelevisão rompe com o modelo de comunicação pedagógica da paleotelevisão. Um dos aspectos mais visíveis desta transformação reside na rejeição anunciada à uma comunicação direcionada e na introdução de um processo de interatividade [...] (Casetti; Odin, 2011, p.10).

Assim, a *Cazétv* se destaca no contexto nacional de transmissão esportiva em nosso país e se torna uma concorrente direta à *Rede Globo* que se solidificou nesse cenário graças ao seu fluxo domínio de elementos audiovisuais como seu empacotamento gráfico. Mauricio Barth em seu artigo, *O design e a unidade gráfica da marca do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino (2023),* analisa como o *motion design* é fundamental para o telespectador compreender o contexto da transmissão e, no contexto esportivo, qual campeonato está sendo disputado. A pesquisa evidencia como o pacote gráfico da transmissão da *Rede Globo* não

deixa claro qual é o campeonato que está sendo disputado, mas sim, que está sendo transmitido na emissora.

> Dentre as 95 respostas, a Rede Globo foi citada em 64 delas, sendo lembrada mais vezes do que o próprio CB[4] na pesquisa, citado no total de 52 vezes. O entrevistado A, por exemplo, afirmou: "Não consigo definir o campeonato, mas sei que a transmissão é da Globo/SporTV. Consigo idenficar pelas características do placar" (Barth, 2023, p. 119).

Ao utilizar o seu empacotamento gráfico dessa forma, a *Rede Globo* se solidificou como a principal emissora em nosso país para transmissões esportivas, mais especificamente do futebol brasileiro.

2. BREVE PANORAMA DAS TRANSMISSÕES DO FUTEBOL BRASILEIRO

A Rede Globo transmitiu em 1965, pela primeira vez, uma partida de futebol, sendo um amistoso entre Brasil e União Soviética no Maracanã. O jogo terminou em empate, dois a dois. Essa transmissão marca o início do monopólio[5] da Rede Globo nas transmissões esportivas que, graças ao auxílio do Governo Militar, conseguiu apoio para realizar transmissões para todo o País além de possuir acesso às melhores tecnologias de telecomunicação e uma estrutura jurídica favorável para a emissora.

Hoje não conseguimos dissociar os momentos históricos do futebol nacional da memória audiovisual produzida pela Globo, graças ao empacotamento que a TV criava para suas transmissões, como, por exemplo, a narração de Galvão Bueno na conquista da quarta Copa do Mundo do Brasil. Há, portanto, uma história audiovisual do futebol brasileiro diretamente ligada à emissora e às narrativas criadas em seu entorno. Sergio Roberto Mendonça Costa em seu artigo, *Nação, comunidade imaginada pela mídia? O futebol-espetáculo e as identidades nacionais (2007),* expõe essa relação da mídia para solidificar uma identidade nacional com o futebol:

> No Brasil, a "pátria de chuteiras", esse processo é bem evidente, seja pelo alto envolvimento da sociedade pelo esporte, seja pelo monopólio das transmissões dos jogos da Seleção Brasileira por uma única emissora, que transforma uma partida de futebol num ato cívico de amor à pátria — uma ótima estratégia de atração de público. O exemplo brasileiro é rico para nos mostrar a imbricação da mídia com o

[4] CB: Campeonato Brasileiro, segundo a pesquisa.

[5] É possível interpretar esta transmissão como o início do monopólio e das transmissões sistêmicas de futebol no Brasil por conta de antes deste período, segundo o que levantado pela pesquisa, existirem poucos registros da história audiovisual das transmissões esportivas. Um dos registros aponta para uma transmissão em 1955 do jogo do campeonato paulista de futebol masculino entre Santos e Palmeiras segundo o *Guia dos Curiosos: Fora de série* de Marcelo Duarte, publicado em 2005

> esporte e a reconstrução da identidade nacional materializada no torcedor. O Brasil possui uma posição hegemônica no futebol e acaba transferido tal característica para o torcedor, cuja identidade nacional acaba assumindo uma certa superioridade, "reconhecida" até mesmo por adversários. (Mendonça Costa, 2007, p. 3 e 4).

Porém, apesar da emissora ter criado um vínculo e ter controlado a maior parte das transmissões do futebol brasileiro, hoje vemos um cenário de fragmentação, onde emissoras e *players* como *Record*, *CazéTv* e *Primevideo* transmitem o futebol brasileiro, já que a negociação dos direitos televisivos é individual por clube e não centralizada em apenas um órgão. Ou seja, cada emissora pode fazer acordos diferentes com cada clube. Mesmo com a monopolização de 60 anos da Rede Globo com transmissões esportivas em nosso País, as transmissões do futebol se encontram fragmentadas, graças a um contexto de fragilidades e compreensões jurídicas e políticas envolvendo os direitos de imagem dos campeonatos nacionais, além de atualmente a estrutura necessária para realizar uma transmissão se encontrar mais acessível do que a sessenta anos atrás. No caso da *Cazétv*, essa se destaca por possuir uma abordagem "jovial" e que quebra paradigmas das transmissões esportivas como Yan Lucas Silva Oliveira evidencia em sua pesquisa , *Transmissões Esportivas no Brasil: CazéTV como concorrente das plataformas de streaming (2025)*. O autor analisa a linguagem jornalística do canal e como esse se destaca dos demais e se aproxima com uma geração mais acostumada ao meio digital:

> A CazéTV se destaca por utilizar uma linguagem informal, espontânea e próxima do espectador. Os apresentadores que atuam diretamente do campo se comunicam de forma leve e despojada, com tom humorado e bastante liberdade criativa. Os repórteres também seguem essa linha, inclusive ao interagir com torcedores, tornando a transmissão mais fluida e acessível. Há o uso recorrente de expressões populares do futebol e bordões que reforçam o caráter popular da transmissão. Apesar do tom descontraído, a equipe de comentaristas realiza análises consistentes, preservando o conteúdo técnico das partidas, o que equilibra entretenimento e informação. Esse estilo torna a experiência mais imersiva, principalmente entre os públicos mais jovens e os acostumados com conteúdos digitais (Oliveira, 2025, p. 47).

Essa Linguagem específica e atual fez com que a *CazéTv* se destacasse, possibilitando o canal a virar um *player* forte em um mercado extremamente solidificado como evidenciado pela sua transmissão do Campeonato Brasileiro[6] e também sua compra dos direitos televisivos

[6] *O que Globo, Record, Amazon e CazéTV preparam para 1º Brasileirão multiplataforma*. Disponível em: https://maquinadoesporte.com.br/midia/o-que-globo-record-amazon-e-cazetv-preparam-para-1o-brasileirao-multiplataforma/ . Acessado em : 11/11/2025

de todos os jogos da Copa do Mundo masculina de 2026[7], enquanto a Rede Globo apenas exibirá metade dos jogos.

3. O EMPACOTAMENTO DAS TRANSMISSÕES DA REDE GLOBO

Nesta parte, o trabalho trata de observar como ocorre o empacotamento das transmissões da Rede Globo do Futebol Brasileiro, sem ainda um trabalho analítico que será feito na próxima etapa. Para tanto, o recorte sobre o quadro atual das transmissões abertas e gratuitas, em relação com a noção de televisão geralista (Wolton, 1996) tendo em vista os elementos gráficos e a relação destes com o fluxo televisivo. Serão observados dois jogos em específico. Em um deles será observado o empacotamento que a emissora desempenha na TV Aberta. No outro, observa-se o empacotamento disponível exclusivamente para o *streaming*, na GeTV. Na TV Aberta foi analisada a 36º rodada do Campeonato Brasileiro Masculino entre Grêmio e Palmeiras, realizada no dia 25 de novembro de 2025. Enquanto no *streaming* foi analisada a 1º rodada do Campeonato Brasileiro de 2026 entre São Paulo e Flamengo no dia 26 de Janeiro de 2026.

Ambos jogos ocorreram às 21h30, horário de Brasília, e as respectivas análises começaram a partir das 20h.

3.1 O EMPACOTAMENTO DA TRANSMISSÃO DA TV GLOBO

A partir das 20h foi utilizado o aplicativo *Open Broadcaster Software Studio (OBS)* para captura de tela da transmissão da TV Globo. Foi acompanhada pelo pesquisador a programação do Jornal Nacional, a novela *Três Graças* além do Futebol na Globo, que transmitiu a partida entre Grêmio e Palmeiras referente ao Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino. Foi realizada a captura de imagem de elementos gráficos que conectam e faziam parte da transmissão do campeonato. A primeira captura a conectar as transmissões esportivas ocorreu às 20h24, onde ocorreu uma chamada para o jogo do Atlético Mineiro contra o Flamengo, que foi transmitido para o Brasil todo, exceto nos estados de São Paulo e do Rio Grande do Sul, nessas regiões foi transmitido o jogo entre Grêmio e Palmeiras.

[7] *CazéTV anuncia acordo para transmitir Copa do Mundo de 2026 na íntegra* . Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/futebol/futebol-internacional/cazetv-anuncia-acordo-para-transmitir-copa-do-mundo-de-2026-na-integra/ Acesso em 11/11/2025

Nessa captura, na Figura 2, destaca-se o terço inferior da tela, onde percebemos um elemento gráfico seguindo o pacote visual do Jornal Nacional. Mais a frente da transmissão, às 21h24, percebemos outro elemento visual, na Figura 3, que mostra o nome da equipe principal da transmissão, narrador e comentaristas.



Figura 2 - Terços inferior de empacotamentos da transmissão do Jornal Nacional

Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

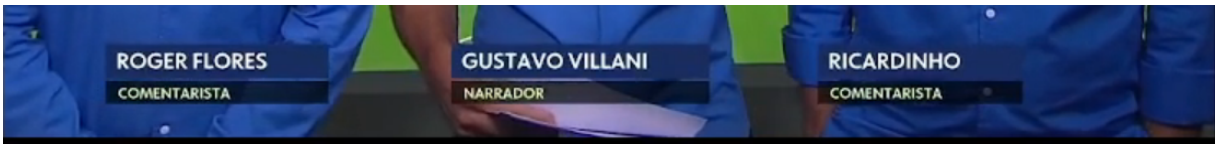


Figura 3 - Terços inferior de empacotamentos da transmissão do Futebol na Globo

Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Porém, nesse momento percebemos que a transmissão começou a seguir a identidade visual do bloco *Futebol na Globo* que iniciou às 21h19. O início do bloco foi determinado por um compilado de chamadas de abertura para a transmissão esportiva, como se pode observar na Figura 4. As duas primeiras capturas foram utilizadas em momentos diversos durante os intervalos do Jornal Nacional e da novela Três Graças, enquanto a última, foi utilizada para indicar a virada do bloco da novela para a transmissão do campeonato brasileiro.



Figura 4 - Mosaicos das vinhetas referente a transmissão do Campeonato Brasileiro que ocorreu no Futebol na Globo, a primeira representa uma marca genérica do campeonato brasileiro, a segunda se refere ao Futebol na Globo e a terceira é a marca do Campeonato Brasileiro

Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Das 21h20 às 21h30 foi realizado o pré-jogo da transmissão do jogo entre Grêmio e Palmeiras, onde tivemos elementos visuais e gráficos para indicar as escalações, arbitragem, local de jogo além da tabela do Campeonato Brasileiro. A equipe de arbitragem e tabela foram exibidas no lado inferior esquerdo da tela, enquanto a escalação ocupou a maior parte do formato. Das 21h30 às 22h20 ocorreu o primeiro tempo do jogo, e logo no início do jogo tivemos a implementação de um QR Code com as *odds*[8] da casa de apostas Bet Nacional referente ao jogo transmitido no canto inferior esquerdo da tela, como demonstrado na Figura 5. Algo a ser observado é o fato de que não há menções verbais a respeito da inserção das *odds*, apenas a informação visual.



Figura 5 - Mosaicos referente aos elementos gráficos do Futebol na Globo, a primeira representa as escalações, a segunda se refere a equipe de arbitragem e a terceira é a tabela do campeonato, enquanto a quarta é as odds do jogo determinada pelo patrocinador *bet nacional*.

Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Além disso, ao canto superior esquerdo tínhamos o placar do jogo que ficou aparecendo ao longo de todo o primeiro tempo, e que a cada 5 minutos se expandia brevemente, para mostrar os nomes completos das equipes e o campeonato transmitido, como é possivel de se observar na Figura 6.

[8] *Odds* são medidas de quanto a casa de apostas pagará aos apostadores por determinado resultado.

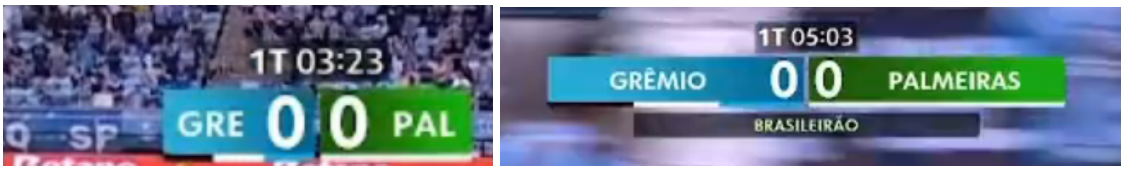


Figura 6 - Placar do jogo, contraído e expandido.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Os placares sumiram brevemente antes de uma divisão de tela, Figura 7, que ocorria em casos de patrocínios ou de informações de outros jogos que aconteciam paralelamente.



Figura 7 - Divisão de tela durante a transmissão do *Futebol na Globo*.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Outros elementos a se destacar, são a animação do placar no terço superior à esquerda quando ocorre um gol e quando ocorre uma expulsão, como representado na Figura 8. Nos gols, é possível separar a animação em dois momentos: o primeiro mostra que ocorreu um gol e o outro quem fez. Ademais, em caso de expulsão é adicionado no placar uma barra vermelha em cima do nome da equipe que teve um jogador expulso.

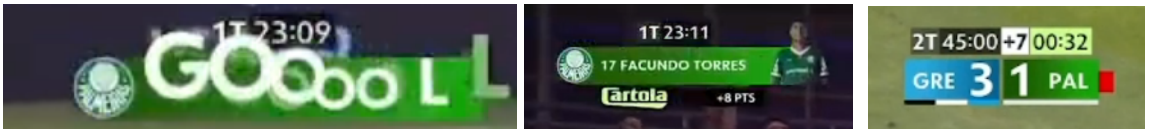


Figura 8 - Mosaico mostrando as variações de animações no placar conforme ocorre gol ou expulsão.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

No fim do primeiro tempo a transmissão inicia o intervalo que é tratado como um bloco próprio intitulado *Show do Intervalo*, onde são vistas estatísticas, resultados de outros e análises dos principais lances da partida em um bloco curto com longas inserções comerciais. Após o intervalo às 22h35 começou o segundo tempo que mantém o empacotamento gráfico do primeiro tempo, e no início da segunda etapa do jogo ocorre a entrada de outro QR Code com as *odds* do jogo atualizadas conforme o resultado parcial, novamente sem menções verbais. Ao fim do jogo possuímos a transição de um bloco que comenta sobre o pós-jogo sendo intitulado de *Segue o Jogo*. A Figura 9 exemplifica ambos momentos.



Figura 9- Mosaico referente aos blocos *Show do Intervalo e Segue o Jogo*.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

3.2 O EMPACOTAMENTO DA TRANSMISSÃO DA GETV

A partir das 20h foi iniciada a transmissão ao vivo do pré-jogo entre São Paulo e Flamengo. Existe um site de referência para as transmissões que é citado em chamadas na TV Globo. No entanto, as transmissões ocorrem majoritariamente pelo Youtube. Acompanhamos a transmissão pelo Youtube e não foi necessário gravar o conteúdo com software de captura como na TV Globo, pois o registro fica disponível na plataforma. O cronograma de pesquisa foi surpreendido com uma mudança repentina que ocorreu no início de 2026. Já se havia feito a observação de um jogo transmitido ao final de 2025 e preferimos atualizar a pesquisa com o empacotamento atual que, diferente do imaginado, sofreu alterações em relação ao anterior.

Foi acompanhado a programação durante o pré jogo, a partida e os intervalos. Foi realizada a captura de imagem de elementos gráficos que conectam e fazem parte do

programa. A primeira captura mostra uma contagem regressiva para o início da transmissão. Em seguida, possuímos uma animação que mostra uma logomarca que se refere ao campeonato brasileiro e a logomarca da GETV. Como representado na Figura 10



Figura 10- Mosaico com a contagem regressiva para início da transmissão e vinheta da transmissão com a marca genérica do Campeonato Brasileiro.

Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Durante o pré jogo, ocorrem variações dentro do empacotamento gráfico para introduzir tópicos, nomes e manchetes, além de divisões de tela, com outros cenários, seja o do estúdio quanto dentro do campo. Ademais, percebe-se constante a marca da GETV no canto superior direito da tela, como assinatura das imagens. Conforme mostrado na Figura 11



Figura 11- Mosaico exemplificando as diferentes aplicações de manchetes e de divisões de tela.

Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Mais a frente da transmissão, mostrou-se as escalações das equipes e, faltando 30 minutos para o jogo, iniciou-se uma contagem regressiva, como a figura 12 exemplifica.



Figura 12- Mosaico com as escalações e contagem regressiva durante o Pré-Jogo.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Com o início do jogo temos a escalação mais uma vez, além do placar que se difere das transmissões da televisão aberta a partir de 2026. Outro elemento importante de se perceber é a *hashtag* no canto inferior direito durante o jogo, como é possível observar na Figura 13.



Figura 13- Mosaico com as escalações e elementos gráficos constantes durante a transmissão do Jogo.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Outras observações da transmissão são a introdução de elementos visuais no canto inferior esquerdo para mostrar o jogador que marcou o gol e quantos gols possui no campeonato, além das substituições, introduções de patrocinadores que surgem também pelo canto inferior esquerdo ou ocupando a maior parte da tela. A Figura 14 exemplifica os quatros cenários.



Figura 14- Mosaico com os elementos visuais de gol, substituições e diferentes patrocinadores.

Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Durante o intervalo temos como destaque brechas na transmissão que não possuem análise de comentaristas ou patrocinadores, como é possível observar na Figura 15.



Figura 15- Brecha nos intervalos da transmissão, onde não há análises da equipe de narração ou patrocinadores.

Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

4. ANÁLISE SOBRE O EMPACOTAMENTO DO FUTEBOL BRASILEIRO NA REDE GLOBO E SUAS DIFERENTES JANELAS

Com o avanço da pesquisa se mostrou necessário replanejar a metodologia pensada *a priori*, uma vez que a Rede Globo buscou novas maneiras de como se portar dentro do mercado audiovisual, sendo a principal mudança a criação da *GeTV*, com isso será adicionado análises sobre as *disputas* presentes nos diferentes fluxos televisivos e a reatividade da emissora. Ademais, será mantido a análise das disputas estéticas e políticas-econômicas.

4.1 DISPUTAS ESTÉTICAS SEMELHANÇAS E SINGULARIDADES ENTRE TV ABERTA E *YOUTUBE* .

A partir dos elementos gráficos que foram captados e separados da transmissão da Rede Globo do Campeonato Brasileiro tanto para a TV Aberta quanto para o *Youtube* é possível perceber semelhanças como a presença da família de fonte *Globotipo* desenvolvida pela *plau.design* em 2018 comumente utilizada nas transmissões da Rede Globo, como é possível observar nas Figuras 2, 3, 6 e 11. Essa fonte foi desenvolvida para ser utilizada em diferentes dispositivos e contextos, desde a televisão ao meio digital. Tal tipo é uma descendente direta da *Globoface*, criada pelo designer *Hans Donne*r em 1975, de acordo com Giovan Reginatto (2019, online)[9]. Donner foi um designer influente na emissora sendo notabilizado pela criação de "vinhetas" da emissora para a programação, mesclando *live-action* com gráficos computacionais e também contratando produtoras americanas especializadas em identidades televisivas.



Figura 16- Mosaico com o comparativo a *Globoface,*imagem à esquerda, com a *Globotipo*, imagem a direita.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

[9] Disponível em https://blogdogiovanreginatto.blogspot.com/2019/08/a-globoface.html. Acesso em 10/02/2026

Apesar das semelhanças tipográficas percebemos nitidamente diferenças sobre o empacotamento entre dispositivos, TV Aberta e *Youtube*, e também na TV a cabo, onde a Rede Globo possui diferentes abordagens e singularidades para cada cenário como podemos observar na Figura 17, essa diferença em "embalar" o produto, no caso o espetáculo esportivo, evidência a busca de valorização da própria marca e também como a própria comunicação de cada canal se torna parte do produto audiovisual.



Figura 17- Mosaico comparativo entre os placares do Campeonato Brasileiro em três cenários diferentes de transmissão, Tv aberta, Tv a cabo e Youtube, respectivamente.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Porém, essa valorização implica diretamente na desvalorização das marcas próprias de diferentes campeonatos de futebol no Brasil, a Figura 4 e 10 evidenciam como a Globo se utiliza de marcas genéricas para não enfatizar outras marcas, já que o telespectador ao assistir as transmissões pela Rede Globo independente do dispositivo, não terá uma comunicação clara que indique o campeonato sendo disputado, mas apenas que está sendo transmitido pela emissora (Barth, 2023). A fragilidade da marca do Campeonato Brasileiro é algo raro ao compararmos com outros campeonatos nacionais da Argentina, Inglaterra e Espanha, como podemos observar na Figura 18, tais campeonatos possuem o próprio empacotamento gráfico por entenderem que a comunicação visual faz parte do produto, e a emissora que os transmitem, no caso a *ESPN*, precisa seguir esse empacotamento.



Figura 18- Mosaico com placares dos campeonatos argentino, inglês e espanhol respectivamente.

Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

4.2 DISPUTAS POLÍTICA-ECONÔMICA GLOBO COMO PARTE DA CULTURA DO FUTEBOL BRASILEIRO E IMPLEMENTAÇÃO DAS BETS.

A Rede Globo controlou por anos as transmissões do nosso futebol, ao ponto de fazer parte do imaginário cultural do esporte (COSTA 2007). Com isso a marca do Campeonato Brasileiro se construiu de forma fragmentada no contexto audiovisual, graças ao monopólio audiovisual da Globo. Porém com a chegada das transmissões pelo *streaming* se abriu a possibilidade de transmissão em outras janelas e a busca da solidificação da marca dos diferentes campeonatos dentro do Brasil, como o Campeonato Paulista de Futebol de 2026, estadual que busca ter uma padronização de empacotamento gráfico, como exemplificado na Figura 19.



Figura 19- Placar padronizado do Campeonato Paulista 2026.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

No entanto, essa busca de uma padronização do empacotamento é complexa e difícil em nível nacional, já que os clubes brasileiros se encontram divididos em duas ligas a Liga do Futebol Brasileiro (LIBRA) e a LIGA FORTE UNIÃO (LFU), essa divisão faz com que a negociação dos direitos de imagens dos jogos realizados por cada time em contexto nacional seja fragmentando, já que além de ter que negociar os direitos de imagens com a

Confederação do Futebol Brasileiro (CBF) é necessário também negociar com as ligas separadamente. Ademais, as próprias ligas se vêem fragilizadas internamente como o caso do Flamengo, membro da Libra, que após a mudança da presidência do clube, voltou atrás com acordos previamente feitos sobre a distribuição de parte da cota de TV[10]. Apesar das transmissões esportivas no Brasil chamarem inúmeros patrocinadores como evidenciado pelas Figuras 5 e 14, e movimentarem bilhões de reais, torna-se latente uma fragilidade jurídica que permite, por exemplo, diferentes identidades simbólicas de um mesmo produto.

Além disso, o futebol brasileiro vem crescendo financeiramente de forma exponencial, graças as casas de apostas, onde nos últimos dois anos as camisas dos clubes presentes no Campeonato Brasileiro valorizaram 125%[11]. Tal contexto vem acompanhado de mazelas sociais, pois o fortalecimento das apostas virtuais no Brasil na última década para valores bilionários[12] traz vários riscos a saúde mental além do impacto financeiro que os jogos de azar trazem principalmente para a população mais vulnerável[13] e o empacotamento gráfico muitas vezes incentiva diretamente o vício como exemplificado na Figura 5, onde temos um *QR CODE* que encaminha diretamente para um site de apostas.

4.3 ANÁLISE SOBRE A DISPUTA DOS DIFERENTES FLUXOS.

A Rede Globo demonstra um domínio em seu fluxo televisivo e é possível perceber ao longo das transmissões o foco em manter o espectador dentro da própria transmissão, seja na TV aberta ou no *Youtube*. Apesar de interesses semelhantes, às transmissões possuem especificidades, onde a TV Aberta se apresenta como uma televisão geralista (Wolton, 1996) dado seus diferentes blocos como o *Jornal Nacional* e o *Futebol na Globo*, a *GeTV* se aproxima de uma televisão fragmentada, pois durante toda sua transmissão o foco da programação foi apenas referente ao tema futebol, mais especificamente o futebol brasileiro masculino. Ademais é possível diferenciar ambas transmissões entre *Paleotelevisão* e *Neotelevisão* (Casetti; Odin, 2011), onde a TV Globo se assemelha com o modelo *paleo* ao

[10] Disponível em https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/futebol/liminar-do-flamengo-cai-e-dinheiro-e-liberado-para-times-da-libra/. Acesso em 11/02/2026
[11] Disponível em https://g1.globo.com/economia/noticia/2025/12/04/bets-fazem-patrocinios-de-camisas-do-brasileirao-saltarem-125percent-em-2-anos-e-superarem-r-1-bilhao.ghtml. Acesso em 11/02/2026
[12] Disponível em https://g1.globo.com/economia/noticia/2025/10/22/como-brasil-se-tornou-5o-maior-mercado-de-bets-no-mundo.ghtml. Acesso em 11/02/2026
[13] Disponível em https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2025/12/17/vicio-em-apostas-online-atinge-milhoes-no-brasil-e-ja-e-considerado-problema-de-saude-publica.ghtml. Acesso em 11/02/2026

longo de suas transmissões ao vivo já que há menos interatividade com o telespectador e no caso das transmissões esportivas a equipe de narração e reportagem se mantém em uma linha de especialistas, por meio de vestimentas e linguagem formais. No entanto, na *GeTV* a linguagem se torna mais coloquial no contexto de figurinos mais casuais e a postura menos voltada para a de especialistas, além da busca de interatividade constante, seja pelo pedido de curtidas quanto enquetes gerada no *chat* do *Youtube*, assim aproximando do que é proposto por Casetti e Odin como uma *neotelevisão*. O comportamento de mais próximo de uma transmissão menos formal é algo raro para os padrões da Rede Globo que possui uma marca consolidada no audiovisual brasileiro, mas se viu obrigada a se aproximar da linguagem visual e jornalística da *CazéTV* que busca quebrar paradigmas e re imaginar a transmissão esportiva (OLIVEIRA, 2023).

Outro Grande diferencial da *GeTV* e *CazéTV* é que apesar de se aproximarem de televisão fragmentada essas tem que se adaptar ao fluxo no *Youtube* que se destaca por ser pensado para conteúdos mais curtos e feitos "de fãs para fãs" (DIJCK, 2013), assim apesar de ambos canais possuírem fluxos próximos da *neotelevisão* e de uma televisão fragmentada, há a necessidade de fazer conteúdos finitos, ou seja demarcar início e fim das transmissões, como representado na Figura 10 com a contagem regressiva para o início da transmissão, para se adequar ao fluxo do site, então ao fim de uma transmissão precisa haver uma condução para uma nova, o que torna o fluxo menos invisível, e mais fragmentado, algo novo para o audiovisual brasileiro.

4.4 ANÁLISE SOBRE A REATIVIDADE DA REDE GLOBO

A criação da *GeTV* como uma *neotelevisão* surge em um contexto de concorrência crítica que a emissora raramente sofreu em sua história. A Globo foi impactada com a perda de números e audiência com o fortalecimento da *CazéTV* que diferente das outras concorrentes disputava diretamente com transmissões gratuitas de diferentes esportes, especialmente o futebol brasileiro masculino. Com isso, no recente 4 de outubro de 2025[14], na ocasião do jogo da Seleção Brasileira contra o Chile pelas eliminatórias da Copa do Mundo de 2026, a emissora decidiu remodelar o canal *Globoesporte* do Youtube para *GeTV* para começar a transmitir jogos dentro da plataforma. Desse modo, a Rede Globo conseguiu

[14] Durante o desenvolvimento da pesquisa houve o surgimento da GeTV como estratégia de enfrentamento do Grupo Globo à CazéTV.

restaurar parte de sua audiência por meio dos dispositivos digitais e, também, instaurou-se[15] com uma postura de autoridade do espaço televisivo esportivo ocupado há 60 anos.

Contudo, o início da *GeTV* se demonstra acelerado beirando certo desespero da Rede Globo, pois o início de suas transmissões se mostrou com repetições de elementos gráficos além de poucas inserções de patrocinadores, como podemos analisar na Figura 20, que foi uma captação de tela realizada no canal da *GeTV* referente ao Campeonato Brasileiro de futebol masculino em 2025 antes da sua atualização de empacotamento, e fazer um comparativo com a Figura 4 percebe se uma ausência da barra no canto inferior da tela com a inserção de patrocinadores.

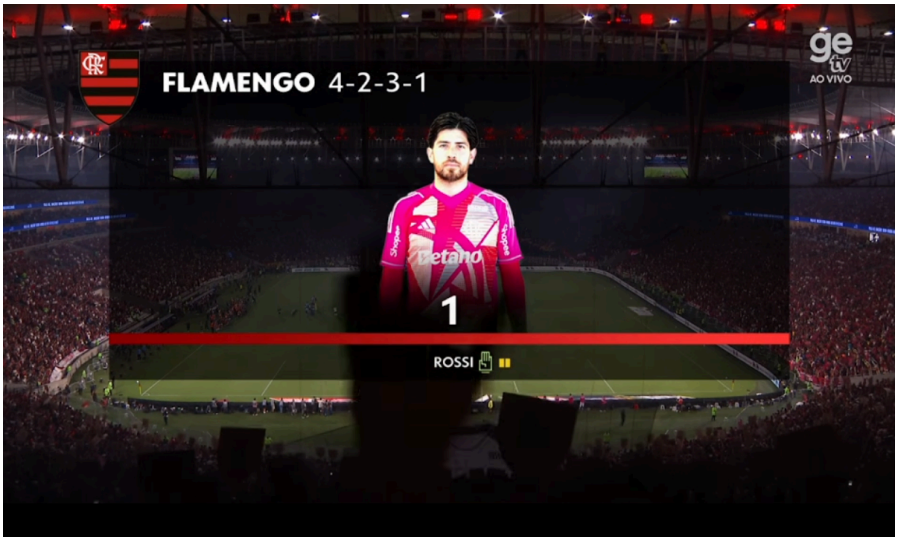


Figura 20- Elemento Gráfico utilizado pela GETV com ausência de patrocinadores em 2025.
Fonte: Imagens Capturadas pelo Autor

Essa ausência evidencia a falta de cotas para patrocinadores e anunciantes presentes na transmissão no canal da *GeTV*, que se mantém visível e presente ainda hoje, pois mesmo com a atualização gráfica da transmissão percebemos falta de inserções como na transmissão da TV Aberta, ao ponto de durante o intervalo do jogo, uma janela muito comumente utilizada para exibição de anúncios, possui duas brechas de um minuto durante o início e final do intervalo como evidenciado previamente pela Figura 15. O cenário atual é incomum e raro para a Rede Globo, que desde da década de sessenta se impôs como pioneira e monopolizou o mercado da radiodifusão brasileiro (Ortiz,1995). Apesar do atraso e falta de cotas de patrocínios, a *GeTV* consegue trazer força para a Globo no contexto digital, que estava

[15] Ao início da transmissão a *GeTV* fez uma provocação direta a *CazéTV* e se auto consagrando como parte da tradição esportiva brasileira.

dominado pela *CazéTV*, na final do intercontinental de futebol masculino entre Flamengo e Psg, ambos canais realizaram a transmissão do jogo, enquanto a *CazéTv* alcançou 4,1 milhões de espectadores a *GeTV* alcançou 5 milhões[16]. O que evidencia a potência da Rede Globo que mesmo entrando atrasada em uma janela consegue rapidamente se tornar uma concorrente competitiva.

CONCLUSÃO

A pesquisa partiu de uma dúvida central, como configura-se o empacotamento gráfico da Rede Globo nas transmissões do futebol brasileiro, e quais são as disputas geradas pelo empacotamento. Graças às capturas realizadas, base teórica de diversos autores e matérias jornalísticas sobre o tema, foi possível analisar e separar o tema em três disputas, a estética, político-econômica e de fluxo. Porém, com as constantes atualizações do meio digital e das políticas sobre direitos de transmissões e casas de apostas, o tema gera possíveis afluentes teóricos, como o impacto social dos sites de apostas, ou a busca do fortalecimento das marcas próprias do futebol brasileiro. Ademais, a pesquisa buscou mostrar a profundidade e potencial de uma área no audiovisual poucas vezes comentado, o *motion design*, e a importância de marcas, não só esportivas, buscarem o desenvolvimento de empacotamento gráfico para se fortalecerem. Além disso, o trabalho mostrou como a introdução de novos competidores e novas janelas de transmissão trouxeram mudanças ao cenário audiovisual brasileiro de forma exponencial.

Contudo alguns pontos ficam em abertos nesta análise, podendo levar a futuras investigações como, o aprofundamento do estudo sobre televisão em currículos de cinema audiovisual e de animação, o desenvolvimento de um pensamento crítico sobre empacotamento dos produtos audiovisuais para diferentes dispositivos e a interdisciplinaridade presente no mercado do audiovisual e do design.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTH, Mauricio, O design e a unidade gráfica da marca do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino, 2023.

CASETTI, Francesco; ODIN, Roger. Da Paleo à Neotelevisão: abordagem semiopragmática. 2011.

COSTA, Sergio Roberto.Nação, comunidade imaginada pela mídia? O futebol-espetáculo e as identidades nacionais, 2007

[16] Disponível em https://exame.com/revista-exame/os-donos-da-copa/. Acesso em 11/02/206

DIJCK, Jose van. After the Break. 2013.

OLIVEIRA, Yan Lucas Transmissões Esportivas no Brasil: CazéTV como concorrente das plataformas de streaming 2025

ORTIZ, Renato. A moderna tradição brasileira. São Paulo: Brasiliense, 1995.

WILLIAMS, Raymond. Televisão: Tecnologia e Forma Cultural. São Paulo: Boitempo, 2015.

WOLTON, Dominique. Elogio do grande público. São Paulo: Ática, 1996.