

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

KARINA FERNANDES DOS SANTOS

A QUEDA DA AUDIÊNCIA DA TV GLOBO NAS TRANSMISSÕES DOS JOGOS  
DO CAMPEONATO BRASILEIRO

CURITIBA  
2016

KARINA FERNANDES DOS SANTOS

A QUEDA DA AUDIÊNCIA DA TV GLOBO NAS TRANSMISSÕES DOS JOGOS  
DO CAMPEONATO BRASILEIRO

Monografia apresentada como requisito parcial à  
conclusão do curso de Comunicação Social –  
Jornalismo, Setor de Artes, Comunicação e Design  
da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Professor Dr. Luiz Paulo Maia.

CURITIBA

2016

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço a minha família por sempre apoiar as minhas decisões profissionais e pessoais. A minha mãe Silvana, que está sempre ao meu lado disposta a me ajudar, minhas irmãs, Kátia e Kelly que sempre acreditaram em mim e aos meus sobrinhos, Bárbara e Gustavo, que trazem muito amor e carinho para a minha vida.

Aos meus amigos, em especial o Panek e a minha prima Gabriela, por todo o seu companheirismo. Ao meu namorado e amigo Kauan pela sua paciência e dedicação.

A todos os professores do curso e colegas de classe que contribuíram para a minha formação acadêmica.

## **RESUMO**

O comportamento do telespectador brasileiro está mudando. O advento da internet e da TV por assinatura está modificando a maneira com que a TV aberta é consumida. Esta mudança vem afetando até mesmo a transmissão do futebol, conhecido como a paixão nacional do brasileiro. Percebe-se que com o passar dos anos, este programa, antes um sucesso de audiência para a televisão, está perdendo cada vez mais o seu público. Este trabalho irá trazer um panorama da audiência da série A do Campeonato Brasileiro na TV aberta, mais especificamente na TV Globo, a detentora dos direitos de imagem do campeonato, na região da Grande São Paulo. O maior torneio nacional de futebol vem apresentando uma queda constante no Ibope na TV aberta. Por meio de pesquisa quantitativa, serão levantados os números referentes à audiência e a partir destes dados será feita a interpretação e análise dessas informações. O trabalho tem como pretensão abordar e analisar todo o cenário, ao mesmo tempo preocupante e desafiador, entre a relação do futebol e da TV aberta, mais especificamente, da transmissão da Série A do Brasileirão na TV Globo.

**Palavras-chave:** Audiência. TV aberta. Futebol. Campeonato Brasileiro. TV Globo.

## **ABSTRACT**

Brazilian viewer behavior has been changing. The advent of internet and cable TV have been modifying the way of free-to-air TV is consumed. This change has been affecting even the transmission of soccer matches, known as a Brazilian's national passion. It is noticed that over the years this program, before a successful audience for television, is increasingly losing audience. This work will bring an audience overview of the Serie A from Brazilian Championship, specifically from Globo TV Channel, the holder of the championship image rights in the region of São Paulo City. The biggest national soccer tournament has been showing a steady decline on the Ibope of free-to-air TV. Through quantitative research, statistics of audience will be obtained and from this data analysis and interpretation of this information will be done. The work has the intention to approach and analyze the whole scenario, worrying and challenging at the same time between soccer and free-to-air TV, more specifically about the transmission of Serie A from Brazilian Championship on Globo TV Channel.

**Key-words:** Audience. Free-to-air TV. Soccer. Brazilian Championship. Globo TV Channel.

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – DIREITOS DE TV ABERTA EM PORCENTAGEM .....	24
GRÁFICO 2 – A AUDIÊNCIA DO FUTEBOL NA GLOBO.....	29
GRÁFICO 3 – COMPARATIVO DA ADUIÊNCIA DA TELEVISÃO DE 2010 E 2015.....	41
GRÁFICO 4 – RATEIO DO PAY-PER-VIEW DO BRASILEIRÃO .....	43

## **LISTA DE TABELAS**

TABELA 1 – NOMES DO CAMPEONATO BRASILEIRO.....	21
--	----

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>1. BREVE HISTÓRIA DA TV ABERTA BRASILEIRA</b> .....	<b>11</b>
<b>2. FUTEBOL, A PAIXÃO NACIONAL NA TV</b> .....	<b>13</b>
2.1. A EVOLUÇÃO TÉCNICA DAS TRANSMISSÕES .....	15
2.2. O CRESCIMENTO DA TRANSMISSÃO DO FUTEBOL .....	17
2.3. O INTERESSE MERCADOLÓGICO .....	18
<b>3. O CAMPEONATO BRASILEIRO</b> .....	<b>21</b>
3.1. BRASILEIRÃO NA TV .....	22
3.2. DIREITOS DE IMAGEM.....	23
3.3. MUDANÇAS NAS COTAS DA TV FECHADA.....	25
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	<b>26</b>
<b>5. SITUAÇÃO DA AUDIÊNCIA DO BRASILEIRÃO</b> .....	<b>27</b>
<b>6. ANÁLISE DA AUDIÊNCIA DO BRASILEIRÃO</b> .....	<b>38</b>
6.1. TV POR ASSINATURA .....	40
6.2. PAY-PE-VIEW .....	42
6.3. A IMPORTÂNCIA DA INTERNET .....	44
6.4. TRANSMISSÕES AO VIVO EM REDES SOCIAIS .....	46
6.5. A QUEDA DA QUALIDADE TÉCNICA DO FUTEBOL BRASILEIRO.....	46
6.6. HORÁRIO DOS JOGOS .....	48
6.7. MATA-MATA X PONTOS CORRIDOS.....	50
<b>7. O FUTURO DO FUTEBOL NA TV ABERTA</b> .....	<b>51</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>53</b>
<b>REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA</b> .....	<b>55</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>62</b>

## INTRODUÇÃO

A situação da TV aberta brasileira quanto a sua audiência tem sido alvo de muitos estudos. Com as novas tecnologias e a maior cobertura da TV por assinatura nas casas brasileiras, assim como o jornalismo impresso, a discussão sobre o futuro da TV aberta está quente.

No momento, a crise de audiência chega ao ponto de prejudicar a transmissão do futebol, programação que por anos, principalmente no final dos anos 1990 e início dos anos 2000, foi campeã de audiência, conquistando médias impressionantes no Ibope, alcançando médias anuais de 26 pontos no Ibope. A mudança desse cenário fez com que as emissoras entrassem em alerta, em especial a Rede Globo, detentora dos direitos de transmissão dos campeonatos brasileiros de elite. A crise econômica enfrentada pelo Brasil nos últimos anos agravou ainda mais esse quadro.

Este trabalho irá tratar da situação da audiência da Série A do Campeonato Brasileiro na TV Globo na região de São Paulo. O Brasileirão foi escolhido por ser o maior campeonato nacional de futebol de elite. Já a opção pela Globo se justifica no fato de a emissora carioca ser detentora dos direitos de imagem do torneio e, atualmente, a única que exibe os jogos do Campeonato Brasileiro. Isso porque no início de 2016, a Rede Bandeirantes, emissora paulista que transmitia o Brasileirão em conjunto com a Rede Globo desde 2007, anunciou em comunicado que o torneio sairia da sua grade. De acordo com o comunicado, a Band tomou essa decisão devido ao agravamento da crise econômica em que se encontra o Brasil e que afetou a empresa, o que a fez repensar a sua programação. Anteriormente, a Rede Record transmitia o Campeonato Brasileiro ao lado da Globo.

Além da saída da Band, que pode interferir na audiência da Globo na TV aberta, há também outra mudança envolvendo os direitos de imagem do Brasileirão, mas dessa vez na TV fechada. O canal Esporte Interativo, do Grupo Turner, entrou na disputa com o Sport TV, canal da Globosat, que pertence ao Grupo Globo, para transmitir o maior campeonato nacional do Brasil a partir de 2019. Vale ressaltar que a Globo tem o direito de imagem do Brasileirão em seus canais, aberto, fechado e *pay-per-view*. Por isso, a mudança em qualquer uma dessas mídias pode interferir na outra.

A audiência de um programa televisivo é acompanhada de perto pelas emissoras. Com os dados fornecidos pelo Ibope, é possível identificar melhor as preferências do telespectador, não é raro um programa ter o seu dia e horário de exibição ser mudado ou até mesmo ser cortado da grade por falta de audiência e recursos, como pode ser observado no caso do Brasileirão para a Band. O futebol não trazia recursos suficientes para se manter na telinha e a sua falta de audiência com certeza influenciou o seu corte.

O futebol é conhecido por sua importância cultural e social no Brasil, sendo considerado a grande paixão nacional dos brasileiros. Este trabalho irá estudar a audiência do Campeonato Brasileiro porque este torneio é considerado pelos clubes, torcedores, investidores e as próprias emissoras, como principal campeonato nacional de futebol no Brasil. Além disso, o futebol é o principal programa esportivo transmitido pela TV Globo.

Acreditamos no esporte como ferramenta de transformação da sociedade. Esporte é saúde, é educação. Trabalha valores como superação, disciplina, companheirismo. E o futebol é o nosso carro-chefe do esporte. É paixão e mobilização popular. Não há dúvidas que o Campeonato Brasileiro é a Competição anual mais importante para nós. (GARCIA, 2016)<sup>1</sup>

Diante deste cenário, esta monografia irá fazer um panorama dos direitos de imagem do Brasileirão e uma análise da queda da audiência do Campeonato Brasileiro na Globo e do futuro incerto do futebol na TV aberta.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2016/04/pedro-garcia-grupo-globo-continua-apostando-no-futebol-nacional.html>>

## 1. BREVE HISTÓRIA DA TV ABERTA BRASILEIRA

A televisão foi oficialmente inaugurada no Brasil em 18 de setembro de 1950, quando Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados, fundou a TV Tupi Difusora de São Paulo. A cerimônia de inauguração enfrentou vários problemas técnicos e as imagens não ultrapassavam o saguão do prédio dos Diários Associados, onde estava sendo produzido.

Porém, antes mesmo de ser oficialmente lançada no Brasil, a TV já estava presente na imaginação do público, o que gerava muita expectativa, para que ela enfim chegasse às casas brasileiras.

Seis anos antes da instalação das primeiras emissoras no país, a TV Tupi Difusora de São Paulo e a TV Tupi do Rio de Janeiro, observa-se nos anúncios publicitários, nas matérias publicadas nos jornais diários, nas revistas antes destinadas exclusivamente a publicar notícias sobre o rádio, a formação de um imaginário tecnológico sobre a televisão, que a apresenta de múltiplas formas (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 16).

Nos primeiros anos as transmissões da televisão brasileira passaram por muitas dificuldades, com muitas limitações técnicas e a falta de pessoas capacitadas, com conhecimento tanto para manusear os equipamentos como para fazer a programação em si. Pelo menos nas duas primeiras décadas, a televisão teve um caráter mais experimental, abusando da improvisação.

Os estúdios não tinham nenhum tratamento acústico e, além disso, as janelas ficavam abertas para evitar o calor quando os painéis (refletores de estúdio da época) fossem acesos. Mesmo assim era uma sauna. O suor pingava do rosto dos atores e das atrizes nas cenas ambientadas em pleno inverno. E ali, entre os fios espalhados pelo chão, microfones, barulhos de carros e apitos de navio entrando pelas janelas – visto que os estúdios eram construídos ao lado do cais do porto – os programas iam ao ar (LOREDO, 2000).

Na sua fase inicial, a televisão era elitista, pela pouca disponibilidade de receptores, em função também de seus altos custos, e, sobretudo, pela experimentação de uma nova linguagem que levaria, pelo menos, duas décadas para se estruturar (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010). Entretanto, a televisão não demorou a conquistar telespectadores e se popularizar, entrando cada vez mais nas casas dos brasileiros, fazendo parte da cultura nacional.

A TV como lugar nada mais é que o novo espaço público, ou uma esfera pública expandida. (...) se tirássemos a TV de dentro do Brasil, o Brasil desapareceria. A televisão se tornou, a partir da década de 1960, o suporte do discurso, ou dos discursos que identificam o Brasil para o Brasil. Pode-se mesmo dizer que a TV ajuda a dar o formato da nossa democracia (BUCCI, 2004, p.31).

Com a explosão da televisão, o número de emissoras aumentava a cada ano, e em 26 de abril de 1965 foi inaugurada, no Canal 4 do Rio de Janeiro, a TV Globo, empresa do jornalista e empresário Roberto Marinho. No mesmo ano, a emissora comprou a TV Paulista, Canal 5 de São Paulo. A primeira partida de futebol transmitiu um amistoso entre Brasil e a antiga União Soviética no Maracanã, ainda em 1965. Mesmo que ainda no início, o futebol já começava a ter o seu espaço na programação, a prova disso foram os programas em 1966 que falavam sobre o esporte, o Na Zona do Agrião e a mesa-redonda Grande Resenha Facit.

A TV Globo entra forte no mercado, investindo muito e procurando inovar na técnica e no modo de fazer televisão. Junto com a Excelsior, a TV Globo foi uma das primeiras emissoras a se pautar mais seriamente pelas questões de mercado criando departamentos de pesquisa e marketing (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010).

Um grande marco da emissora, se não o seu maior, foi a estreia do Jornal Nacional na sua grade, primeiro telejornal a ser exibido em rede nacional. *Jornal Nacional, a notícia unindo 70 milhões de brasileiros*, esse era seu slogan inicial. Em 1975, a emissora deu outro grande passo, transmitindo a maioria da sua

programação para o país inteiro, simultaneamente, consolidando então o conceito de Rede. Ao possibilitar a geração de uma programação uniforme para todo o país, a empresa diminuía os custos de produção dos seus programas e aumentava a sua capacidade de comercialização do espaço publicitário. (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010)

Esse esforço de expansão rápida da rede é que explica o surgimento do “Jornal Nacional”, em 1º de setembro de 1969. [...] Nós precisávamos de um programa diário, que entrasse ao vivo em vários estados, para estimular outras emissoras a se afiliarem à Rede Globo. Com mais emissoras, poderíamos oferecer aos nossos clientes a audiência de outras praças, cobrando mais caro por isso. E, obviamente, não havia nenhum programa de TV diário melhor para fazer essa integração do que um telejornal. (CLARK, 1991, p.213)

Com isso, ela foi expandindo, juntando-se cada vez mais com emissoras filiadas pelo Brasil. O sistema de rede possibilitou, efetivamente, a ampliação do mercado de consumidor e a conquista de mais verba publicitária. A porcentagem investida em televisão passou de 39,6% para 59,3% em 1981. (MICELI, 1994)

## **2. FUTEBOL, A PAIXÃO NACIONAL NA TV**

A história sobre a chegada do futebol no Brasil é um pouco nebulosa, porém, a versão mais difundida e que ficou documentada foi que em 18 de fevereiro de 1894, Charles Miller, nascido no bairro do Brás em São Paulo, trouxe na bagagem duas bolas e um livro de regras do esporte, ao voltar da Inglaterra, onde foi estudar.

Mesmo que o profissional fosse jogado apenas por homens brancos de elite, não demorou muito para que o esporte ganhasse povo brasileiro e aos poucos ele foi incorporado na nossa identidade cultural. Assim, “Brasil, país do futebol” ficou solidificado não só no imaginário nacional, mas também fora do país, principalmente em decorrência da supremacia brasileira em Copas do Mundo. (HELAL e GORDON)

O século XX foi, no Brasil, o século do futebol. Desde sua introdução no país, o antigo “esporte bretão” passou por um verdadeiro processo de incorporação cultural até se constituir no que os brasileiros chamam de “paixão nacional”, como se com isso quisessem afirmar que o futebol é quase uma propriedade nossa, que fomos talhados para o futebol, que não só o nosso futebol é o melhor do mundo, como o país é o lugar do mundo onde mais se ama e se entende de futebol. (HELAL; GORDON, 2002)

Sabendo da importância desse esporte para os brasileiros, o futebol sempre esteve inserido nos contextos políticos e culturais do Brasil. O principal exemplo foi a forma de como o futebol era utilizado para reforçar a ideia de amor à pátria e “poderoso instrumento de integração social” (HELAL,1997, p. 25). Segundo Helal (1997, p. 50), “o futebol firmou-se como símbolo maior da integração nacional e uma das maiores fontes de identidade cultural no país”.

As primeiras transmissões do futebol foram feitas através do rádio, mas não demorou para que as partidas da modalidade entrassem na programação da tevê aberta brasileira. De acordo dados do Museu da TV de São Paulo, a primeira transmissão televisiva de futebol aconteceu em três de outubro de 1950 pela TV Tupi, menos de um mês depois do surgimento da televisão no Brasil. O jogo era entre São Paulo e Palmeiras no Estádio do Pacaembu e foi transmitido pela emissora para a capital paulista. Já as informações da TV Record revelam que a primeira transmissão externa de uma partida de futebol foi o jogo entre Santos e Palmeira, direto do Estádio Urbano Caldeira, a Vila Belmiro, em 18 de setembro de 1955.

A primeira transmissão interestadual foi feita apenas em 10 de julho de 1956 pela TV Rio em parceria com a TV Record, a partida entre Brasil e Itália no Maracanã pôde ser vista em televisores no Rio de Janeiro e em São Paulo. As TVs Rio, Excelsior, Record e Tupi dominaram as transmissões esportivas nos primeiros anos. Usavam duas, no máximo três câmeras, sempre em preto-e-branco. (CARMONA; POLI, 2009)

Nos primeiros anos, os recursos utilizados para televisionar os jogos ainda eram precários, mas houve muitas evoluções, já que as emissoras investiram cada vez mais em tecnologia para melhorar as suas transmissões.

Os recursos para as transmissões de futebol eram escassos. O esquema da transmissão não mudou: o sinal da partida saía do estádio para um caminhão, do lado de fora do estádio, que gerava o sinal para a emissora distribuir regionalmente. O caminhão existe até hoje – é a central de comando de toda transmissão de futebol. Mas cresceu. O caminhão dos anos 1960 era uma espécie de van vitaminada. O atual é um imenso coletivo de gente, cabos, tecnologia e equipamento. É chamado de “unidade móvel”. (CARMONA; POLI, 2009, p. 272)

## 2.1. A EVOLUÇÃO TÉCNICA DAS TRANSMISSÕES

As primeiras partidas televisionadas eram realizadas com poucos recursos técnicos, mas com o passar dos anos, a evolução técnica das emissoras foi surpreendendo. As transmissões de eventos esportivos de grande porte, como Copa do Mundo e Olimpíadas, começaram a entrar na grade das emissoras brasileira, principalmente na rede Globo.

Em 1959, chegou ao Brasil o videotape, dando a oportunidade de gravar os lances das partidas. Mas o grande marco do futebol na TV aberta brasileira foi a cobertura da Copa do mundo de 1970, no México. Além de ser a primeira Copa assistida ao vivo pelos brasileiros, mesmo que em preto e branco, foi nela que alguns artifícios nas transmissões, como o uso de câmera lenta, o chamado *slow motion*, assim como o *replay*. As cores chegaram às televisões brasileiras em 1972 e o primeiro jogo a ser passado com essa nova tecnologia foi de Caxias e Grêmio, para a TV Rio.

Até 1970, os brasileiros ouviam a Copa para depois vê-la na tevê ou no cinema. A partir dos anos 1990, a ligação entre televisão e futebol se tornou umbilical. E a influência da tevê não é apenas financeira – é técnica também. A pressão pela utilização de recursos televisivos nos

jogos é cada vez maior e a FIFA já começa a testá-los. (CARMONA; POLI, 2009, p. 271)

Com o passar dos anos, as emissoras, principalmente a TV Globo, perceberam o grande potencial do futebol na programação, e foram feitos cada vez mais investimentos, o futebol ganhou importância como entretenimento e negócio (CARMONA; POLI, 2009).

As transmissões passaram a ser mais dinâmicas, com os repórteres de campo mais presentes. A TV Globo começa a estreiar novos recursos, como a sua Câmera Exclusiva na Copa da Espanha em 1982, o tira-teima e outros recursos gráficos na Copa do México em 1986. As mudanças foram muitas, desde técnicas até a linguagem do narrador. Uma das mais importantes foram as Câmeras que cobrem o jogo.

As primeiras experiências, que começaram a ser disponibilizadas para os telespectadores, eram básicas. Tinham, no máximo, três câmeras. Depois, surgiram vários recursos tecnológicos, gruas, câmeras sobre trilhos nas laterais do campo e até dentro dos gols. Do suor do craque ao áudio da bola estufando as redes, o torcedor da poltrona não perde um só detalhe. E, com certeza, vêm mais novidades por aí. (CARMONA; POLI, 2009, p. 276)

Hoje, o torcedor pode assistir aos jogos na mais alta definição com a tecnologia HDTV, por muitos ângulos, além outros recursos gráficos, muito usados pelas emissoras para dar mais qualidade à transmissão e segurar sua audiência.

Não apenas aumentou a quantidade de câmeras, como também a possibilidade de exibir as suas imagens. (...) Com o sistema não linear, quase nada se perde. E o que se ganha é de extrema importância – o jogo que a telinha mostra é muito mais rico em detalhes. (CARMONA; POLI, 2009, p 273)

Além disso, há também muito mais informações trazidas para o telespectador, com a presença do repórter trazendo os bastidores direto do campo, os comentaristas, geralmente ex-jogadores, que dão as suas opiniões sobre as jogadas e os times, os comentaristas de arbitragem, que analisam lances polêmicos e é claro, o narrador, que além de narrar e trazer emoções para a

partida, também organiza a transmissão, fazendo a mediação de todas essas informações durante o jogo.

O investimento do Grupo Globo não é feito apenas na compra dos direitos de imagem, mas também na excelência das transmissões, com tecnologia e recursos de referência entre as melhores emissoras do mundo e com uma equipe de profissionais, diante e atrás das câmeras, altamente especializada. (GARCIA, 2016)<sup>2</sup>

## 2.2. O CRESCIMENTO DA TRANSMISSÃO DO FUTEBOL

No fim dos anos 90 e no início dos anos 2000, a audiência do futebol na TV aberta não podia ser melhor. Em 2001, a média do Campeonato Brasileiro na Globo era de 26,2 pontos no Ibope. Números impressionantes, que garantiam a liderança disparada da emissora em relação às outras.

A partir dos anos 1990, o esporte entrou na grade da TV Globo definitivamente. Isso exigia investimento. Em 1996, a empresa comprou um caminhão exclusivamente para fazer futebol (equipado com LSM) e começou aperfeiçoar sua linguagem de transmissão. Mais investimento em câmera, lentes e tecnologia especialmente voltada para a bola. (CARMONA; POLI, 2009, p. 274)

Segundo a pesquisa Sponsorlink<sup>3</sup> Brasil, realizada pelo Ibope Repucom em 2014, a televisão é o principal recurso no cotidiano do torcedor para consumir todos os tipos de esportes. 77% dos entrevistados afirmaram que a TV é o meio de comunicação mais utilizado para acompanhar o futebol de campo. Além de ser utilizada para assistir aos jogos, a televisão também é o principal meio para buscar informações sobre o esporte: 94% da população, conforme levantamento da pesquisa.

De acordo com dados do Ibope Repucom, o futebol é disparado a modalidade esportiva mais transmitida na TV, sendo que em 2013, ele

---

<sup>2</sup> Fala retirada da entrevista de Pedro Garcia, Diretor de direitos esportivos do Grupo Globo, disponível em: < <http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2016/04/pedro-garcia-grupo-globo-continua-apostando-no-futebol-nacional.html>>

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/um-pais-que-respira-esportes/>>

representou 63% das transmissões esportivas, o que representa um aumento de 73% na comparação com 2007, totalizando cerca de 34.119 horas transmitidas no ano.

### 2.3. O INTERESSE MERCADOLÓGICO

É claro que a relação da TV aberta brasileira com o futebol teve, desde os seus primórdios, um forte interesse mercadológico. Estes iam desde as altas audiências proporcionadas pelos jogos, como a parceria com empresas e a conquista cada vez maior com patrocinadores. “Em Terra Brasilis, os estaduais foram encurtados em função da globalização e da necessidade de dar mais espaço ao investimento dos patrocinadores e da televisão”. (CARMONA; POLI, 2009)

Com o tempo, essa relação foi ficando cada vez mais estreita, a ponto de as emissoras, principalmente a TV Globo, interferir em várias decisões dos campeonatos disputados no Brasil, como nos horários das partidas.

O interesse dos patrocinadores se justifica devido à popularidade do futebol enquanto produto televisivo, como mostra os dados levantados em uma reportagem: “De uma população total de 6,75 bilhões de pessoas, mais de 3,5 bilhões assistem habitualmente a partidas de futebol” (VIVIANA, 2010, 114).

Com isso, a Globo passou a ter grande papel nos assuntos econômicos dos clubes brasileiros. Isso porque eles passaram a receber grandes quantias dos direitos de imagem das transmissões de TV, sendo esse dinheiro, muitas vezes, uma das poucas certezas das receitas anuais de clubes cada vez mais endividados.

No Brasil, as receitas de tevê se tornaram essenciais para a sobrevivência dos clubes. Muitos deles se acostumaram a pedir antecipação de suas receitas televisivas por problemas de caixa. No contrato firmado pelos campeonatos de 2002 a 2005, a TV Globo pagava R\$ 200 milhões por temporada do Campeonato Brasileiro aos clubes. O

contrato foi renovado por três anos em 2005 num valor mais alto: R\$ 300 milhões de reais por temporada. (CARMONA; POLI, 2009, p. 278)

Todas essas questões fazem da transmissão do futebol de elite no Brasil, principalmente o Brasileirão, campeonato estudo deste trabalho, um grande negócio. A divisão dos direitos de mídia está longe de ser igualitária. Um dos motivos primordiais para a escolha de pagamento e dos jogos a serem transmitidos é a audiência que cada time consegue trazer para a TV aberta, em especial à Globo.

No futebol atual, o dinheiro gira, o marketing atua, a tecnologia surpreende, os empresários negociam, a história resiste e os craques proliferam e não param de surgir. Essa é a única semelhança para uma época nem tão remota assim. (CARMONA; POLI, 2009, p. 189)

Além do dinheiro recebido do direito de transmissão, através dos jogos passados na TV aberta, os clubes conseguem fechar com patrocinadores maiores. Há um interesse entre empresas de vários segmentos em ter a sua marca anunciada tanto nos uniformes dos clubes, quanto nas placas de publicidade do estádio e na própria emissora, durante a transmissão e no intervalo da partida.

Por muitos anos, essa fórmula de transmissão deu muito certo para a maior emissora brasileira. Porém, há algum tempo, a audiência do futebol na TV aberta tem caído, principalmente nos campeonatos regionais e no Campeonato Brasileiro. Os motivos apontados são muitos. Entre os principais estão o maior acesso dos brasileiros às TVs por assinatura, assim como a internet e as suas transmissões em tempo real. Outro grande fator que vem sendo discutido no cenário futebolístico é a questão técnica dos jogos no futebol brasileiro.

“O ex-jogador e atual comentarista Tostão vem enfatizando, em suas colunas no Jornal do Brasil, que não jogamos mais o melhor futebol do mundo. A mesma ideia foi transmitida por Wanderley Luxemburgo, falando das qualidades apresentadas nas Eliminatórias para a Copa do Mundo de 2002” (HELAL; GORDON, 2002).

Muitos autores começam a acreditar que há alguns anos estamos vivendo uma crise no futebol. Não precisamos ir longe para entender bem esse lado da questão. Vimos na última Copa do Mundo, aqui no Brasil, a seleção brasileira ser massacrada pela seleção alemã, sendo goleada na semifinal do mundial por 7x1.

“Estamos, assim, diante de um cenário de descrédito em relação às instituições que controlam o futebol, cujo resultado reflete-se no distanciamento dos torcedores. Um aparente desinteresse dos brasileiros em relação ao futebol se faz sentir e incomoda por ser um fenômeno surpreendentemente novo” (HELAL; GORDON, 2002).

Estaria o Brasil deixando de ser o país do futebol? Uma coisa está muito clara: Os jogos do Campeonato Brasileiro não empolgam mais com tanta intensidade o telespectador. Apesar do esforço e o porte da estrutura montada para a transmissão do Brasileirão, como se o telespectador fosse ver um grande espetáculo, um grande show dentro de campo, está cada vez mais evidente a falta da qualidade do futebol que se é jogado, salve um jogo ou outro. Além disso, uma questão muito discutida entre a Globo e a CBF é quanto ao formato do Campeonato Brasileiro. Hoje, ele é disputado entre 20 times e por pontos corridos, em que todos eles se confrontam duas vezes durante a competição. No final, ganha aquele que mais somou pontos durante as rodadas. Segundo a emissora, esse formato não deixa o campeonato tão emocionante, assim como o glorioso mata-mata, implantado em competições como a Copa do Brasil e a Taça Libertadores da América.

Ter uma boa audiência nos jogos do principal campeonato nacional do Brasil é sempre uma preocupação para a Globo, já que muitos anunciantes lutam pela publicidade durante as partidas e nos seus intervalos. Ou seja, conseguir bons pontos no Ibope é um bom negócio para ambas as partes e, conseqüentemente, a queda desta audiência é uma grande preocupação, tanto para os clubes e organizadores do futebol brasileiro, quanto para a Rede Globo. A

transmissão de uma partida de futebol na televisão há muito tempo deixou de ser apenas um entretenimento para o telespectador, amante da modalidade, sendo hoje um grande negócio, que envolve altas quantias de dinheiro. O futebol ganhou importância como entretenimento e negócio. (CARMONA; POLI, 2009, p. 273).

### 3. O CAMPEONATO BRASILEIRO

O Campeonato Brasileiro, popularmente chamado de Brasileirão, teve a sua primeira edição em 1971, ainda com o nome de Campeonato Nacional de Clubes. Com a unificação dos títulos nacionais, formulado em 2010 pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), a Taça Brasil, disputada em 1959 se tornou então a primeira edição deste campeonato. Com o Brasileiro unificado, temos no total 60 edições, com um total de 18.149 jogos, 44.323 gols, com uma média de 2,44 gols por partida<sup>4</sup>.

Desde então, o campeonato passou por várias modificações, a começar pelo o seu nome. Como podemos ver na tabela abaixo.

TABELA 1: AS EDIÇÕES DO CAMPEONATO BRASILEIRO

<b>Nomes do Campeonato Brasileiro</b>	<b>Duração das edições</b>
Taça Brasil	1959-1969
Torneio Roberto Gomes Pedrosa	1967-1970
Campeonato Nacional de Clubes	1971-1974
Copa Brasil	1975-1980
Taça de Ouro	1981-1983, 1985
Copa Brasil	1984, 1986
Copa União	1987-1988
Campeonato Brasileiro Série A	1989-1999
Copa João Havelange	2000
Campeonato Brasileiro Série A	2001-até o presente

<sup>4</sup> Informações do Site Futpédia: A história do futebol em números. Disponível em: < <http://futpedia.globo.com/campeonato/brasileiro> >

Fonte: Karina Fernandes (2016)

A cada edição, além do nome, também se mudava o formato, regulamento, além do número de times e estados participantes.

Não foi fácil, porém, fazer o Brasileirão ser entendido pelos torcedores. A cada ano, a fórmula era alterada. Houve temporadas em que o regulamento tinha de ser estudado, tão grande eram as complicações, com chaves, grupos, cruzamentos... E raramente o número de clubes por disputa também era o mesmo. Variou entre apenas 16 (em 1987) a exaustivos 94 (em 1979). (CARMONA; POLI, 2009, p. 278)

No atual formato da série A do Brasileirão, participam vinte clubes, em que todos se enfrentam duas vezes durante o campeonato, que acontece de maio até dezembro. No total, são 38 rodadas, ou seja, 380 jogos na temporada.

O sistema é de pontos corridos, em que o campeão é o que possui maior número de pontos acumulados ao decorrer das partidas. Além da taça, a posição dos clubes no Brasileirão também decide quais os times participarão de outros campeonatos, como a Taça Libertadores da América, Copa Sul-Americana e a série B do Brasileirão.

### 3.1. BRASILEIRÃO NA TV

Segundo dados da pesquisa do Kantar Ibope<sup>5</sup>, que estudou a audiência televisiva por faixa etária, o futebol está na lista das cinco maiores audiências ao longo da vida dos telespectadores. Ou seja, o esporte conhecido como a paixão nacional do brasileiro, está presente no ranking de quase todas as faixas etárias, sendo que quanto mais velho, maior é a sua importância para o telespectador. Nos seis primeiros meses de 2014, o futebol se mostrou o programa com maior tempo médio assistido pela faixa etária de 18 a 24 anos. Vale reforçar que neste

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/para-cada-geracao-um-interesse/>>

período ocorreu a Copa do Mundo FIFA de futebol, o que pode ter despertado ainda mais o interesse do público jovem.

### 3.2. DIREITOS DE IMAGEM

Detentora dos direitos de imagem da Série A do Campeonato Brasileiro, a Globo é a emissora responsável pela divisão das cotas e pelo seu pagamento aos clubes. É importante informar que a Rede Globo transmite a série A do Campeonato Brasileiro nas três plataformas televisivas: aberta, fechada e pay-per-view, no entanto, as negociações de direito de imagem devem ser realizadas separadamente. Segundo a Rede Globo, a emissora investe cerca de R\$ 1,5 bilhão por ano no Campeonato Brasileiro.

Conhecidos pelas duas maiores torcidas do Brasil, Flamengo e Corinthians são os clubes com mais jogos transmitidos e conseqüentemente, recebem a maior parte do dinheiro das cotas. Em 2015, dos seiscentos e cinquenta milhões de reais em jogos da série A do Brasileirão, os dois times receberam 18,35% desse valor, com R\$105,6 milhões para o rubro-negro carioca e R\$96,2 milhões para o clube paulista.

Mas como é feita a atual divisão deste dinheiro? O cálculo leva em conta os seguintes fatores: a importância da competição e o tamanho da torcida do clube, em que é feita uma pesquisa para medir a potencial audiência. No contrato vigente em 2015, para a cessão das cotas, a Globo dividiu os times em grupos, que ficou da seguinte maneira: Grupo 1 – Corinthians e Flamengo, grupo 2 – São Paulo, grupo 3 – Palmeiras e Vasco, grupo 4 – Santos, grupo 5 – Cruzeiro, Atlético/MG, Grêmio, Internacional, Fluminense e Botafogo e grupo 6 – Coritiba, Goiás, Sport, Vitória, Bahia e Atlético/PR.

Veja abaixo quanto cada clube ganhou com os direitos de TV aberta no ano de 2015, em porcentagem:

#### GRÁFICO 1 – DIREITOS DE TV ABERTA EM PORCENTAGEM



Fonte: Torcedores.com.<sup>6</sup>

Além do dinheiro do contrato, há também as luvas, uma recompensa pela assinatura do contrato. Há também a questão dos patrocinadores, em que clubes com maior número de transmissões ao vivo, na TV aberta, conseguem valores maiores com patrocínios masters.

Esses fatores revelam o quanto as transmissões na TV aberta, em especial na Globo, detentora dos direitos de imagem da série A do Campeonato Brasileiro, influenciam na economia dos clubes. A TV é responsável por pelo menos um terço do faturamento dos clubes de futebol do Brasil. Esta receita interfere diretamente no planejamento financeiro das equipes, inclusive na contratação de atletas e na competitividade da competição.

Sem a televisão, o futebol não teria chegado a tal nível de expansão tanto no que tange a público receptor quanto a valores trafegados em torno dele. Na atual conjuntura, é impossível imaginar os clubes e seleções vivendo de forma não profissional e, conseqüentemente, sem a participação dos valores envolvidos com os direitos de imagem. (BRITTOS; GOMES, 2012)

<sup>6</sup> Disponível em: < <http://torcedores.com/noticias/2015/09/brasileirao-saiba-quanto-seu-clube-ganha-de-dinheiro-da-tv-globo>>

Em 2016, como dito na introdução deste trabalho, a Rede Globo é a única emissora da TV aberta a transmitir a Série A do Campeonato Brasileiro. Neste ano, o contrato com os clubes obteve mudanças que não agradaram aos times pequenos. Isso porque os Corinthians e Flamengo, do primeiro grupo, tiveram um aumento de 54% nos valores, expandindo ainda mais o abismo financeiro entre as equipes. Uma evolução baseada na audiência dos principais mercados, São Paulo e Rio, mas nem sempre atrelada à questão técnica do futebol apresentado pelos clubes.

### 3.3. MUDANÇAS NAS COTAS DA TV FECHADA

A transmissão dos anos de 2019 a 2024 do Brasileirão na TV fechada promete ter uma dinâmica ainda maior. Isso porque o canal Esporte Interativo, emissora do Grupo Turner, está fechando exclusividade de direitos de imagens para TV paga com alguns clubes da elite do futebol brasileiro, como o Santos, Bahia, Internacional e Payssandu, com a proposta de um diferente tipo de partilha do dinheiro oriundo das cotas de TV.

Essa oferta tem chamado a atenção de alguns clubes, principalmente os que não tinham muito espaço nas transmissões da emissora carioca e do Sport TV, canal fechado que pertence ao Globosat. Em contrapartida, a Globo respondeu com a proposta de um novo modelo para a divisão das receitas, sendo que passará a ser realizada da seguinte maneira: 40% da receita distribuída igualmente, outros 30% dependerá da posição do time no Brasileirão e os 30% restantes conforme a aparição do time na televisão.

O Esporte Interativo já apresentara uma proposta muito parecida, em que metade da receita será dividida igualmente entre os clubes, 25% conforme o seu desempenho no campeonato e os outros 25% de acordo com a audiência. Com estas propostas, pequenos clubes podem receber uma parte maior nos rateios, movimentando mais as suas economias e investimentos.

Em entrevista para Erich Beting, publicada no site *Maquina do Esporte*<sup>7</sup>, o diretor da Globo Esportes, Pedro Garcia, um dos responsáveis pela compra de direitos de transmissão no esporte da emissora carioca, afirma que as negociações da TV paga podem sim impactar tanto nas transmissões da TV aberta quanto a do *pay-per-view*.

Qualquer alteração no número ou nas condições de exibição dos jogos em uma janela afeta as demais. O nosso objetivo é trabalhar de maneira coordenada e complementar de modo a remunerar os clubes de forma sustentável e crescente, premiando também a grande massa de torcedores brasileiros com plena cobertura da competição. (GARCIA,2016)

#### 4. METODOLOGIA

Inicialmente, metodologia utilizada para a elaboração deste trabalho será de caráter descritivo, em que serão apresentadas informações base para entender o cenário da televisão aberta no Brasil e como o futebol, em especial o Campeonato Brasileiro, está inserido em sua programação, assim como a sua importância.

Em seguida, foi feita uma pesquisa quantitativa para revelar os números do Ibope referentes à transmissão do Campeonato Brasileiro na TV Globo na região de São Paulo, e assim, fazer a interpretação e análise destes dados. Por questões contratuais, a Rede Globo e o Ibope não puderam divulgar os seus números na íntegra. Para conseguir as informações, foi preciso fazer um copilar das notícias já publicadas na mídia nacional referente ao tema. A maior fonte dessas informações foi o site *Máquina do Esporte*<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/globo-ve-mudanca-na-tv-aberta-com-entrada-de-esporte-interativo-na-fechada\\_30352.html#ixzz48OWapb7p](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/globo-ve-mudanca-na-tv-aberta-com-entrada-de-esporte-interativo-na-fechada_30352.html#ixzz48OWapb7p)>

<sup>8</sup> A **Máquina do Esporte**, maior mídia sobre negócios do esporte e marketing esportivo do Brasil, foi criada em abril de 2005 pelo jornalista Erich Beting. Em junho do mesmo ano, o site foi colocado no ar. Em 20 de julho, começou uma parceria de conteúdo com o UOL. Desde então, a **Máquina do Esporte** se consolidou como referência no jornalismo de negócios do esporte, tornou-se também uma marca multimídia, ao fazer sua estréia na televisão brasileira em 18 de agosto de 2006, no canal BandSports, e criou a primeira revista de marketing esportivo do Brasil em

Após o levantamento e análise dos dados, o trabalho irá apresentar alguns dos principais fatores que podem estar interferindo na audiência do futebol na TV aberta.

## 5. A SITUAÇÃO DA AUDIÊNCIA DO BRASILEIRÃO

Neste trabalho, será apresentada a situação da audiência da série A do Campeonato Brasileiro na TV Globo segundo dados do Ibope. O Ibope, Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística, é uma empresa que trabalha com a pesquisa de dados em várias áreas, como intenção de voto em eleições, comportamento de consumidores e audiência televisiva, tema central deste trabalho. Mas como funciona a medição dessa audiência?

O Ibope consegue os dados de audiência por dois meios. Um deles é um questionário por escrito, que são entregues em um determinado número de casas, em que as pessoas anotam o que assistiram a cada 15 minutos. A outra maneira, a mais comum, é feita através do DIB, aparelho medidor conectado à TV e que permite identificar qual canal está sendo assistido. Com o *peoplemeter*, como também é conhecido, a pessoa precisa informar algumas coisas todas as vezes que vai assistir algo na TV. Cada membro da família recebe um controle e as informações são como: quantas pessoas estão com ela, qual o gênero dessas pessoas, as suas faixas etárias, entre outras. Esses dados são codificados em sinais de rádio para as antenas do Instituto e depois para a sua central. Na Grande São Paulo, a medição da audiência é feita em tempo real. Há cerca de 4 mil desses *peoplemeter* instalados em domicílios no Brasil, em que desses, 750 estão na Grande São Paulo.

A escolha das pessoas que vão participar da pesquisa considera os fatores socioeconômicos, baseado em estatísticas sociais, demográficas e econômicas, para que essa amostragem represente a população como um todo.

Um ponto no Ibope equivale a um ponto percentual de todas as televisões naquela região. A cada ano há mudanças quanto o número de domicílios que representam um ponto nas pesquisas. Esse é o método de medição mais conhecido, mas também há dois. Entre eles, o chamado share, em que são excluídos os televisores desligados, ou seja, um ponto equivale a um ponto percentual de todas as televisões ligadas naquele momento.

Os números do Ibope são importantes para as emissoras. Com esses dados, é possível acompanhar o comportamento do seu público e assim, ajudar na tomada de decisões nos seus investimentos e na sua programação como um todo.

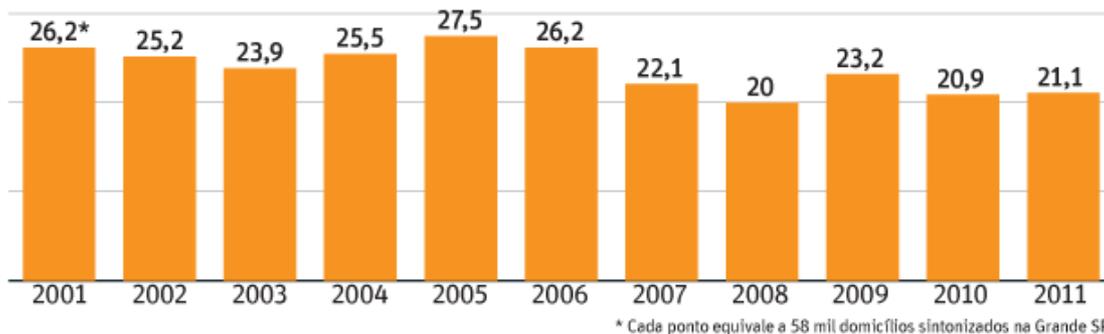
No futebol, há vários fatores que por si só interferem na audiência, como: dia da semana, em que, historicamente, a emissora carioca possui maiores pontos na audiência nos jogos transmitidos às quartas-feiras, exibido durante o horário nobre da TV aberta. Há também feriados nacionais e datas comemorativas, além de eventuais mudanças no dia da transmissão.

A seguir, o trabalho irá apresentar alguns dados sobre a audiência dos últimos anos do Campeonato da Rede Globo. Aqui, os dados analisados serão da emissora na Grande São Paulo, região referência para o mercado econômico e publicitário no Brasil. Serão apresentados alguns números da audiência nos anos de 2012, 2013, 2014 e 2015. Logo em seguida será feita uma comparação desses dados e então a interpretação e análise dos números. Como se pode observar no gráfico abaixo, a audiência do Campeonato Brasileiro na Globo teve uma queda de 20% de 2011 para 2012 na Grande São Paulo. Como já foi apresentado, o final dos anos 90 e início dos anos 2000 foram os auge do Brasileirão da TV aberta. Mesmo com a queda da audiência da rede globo na transmissão dos jogos da série A do Brasileirão, a emissora carioca, na maioria das vezes, ainda é a líder de audiência nesses horários.

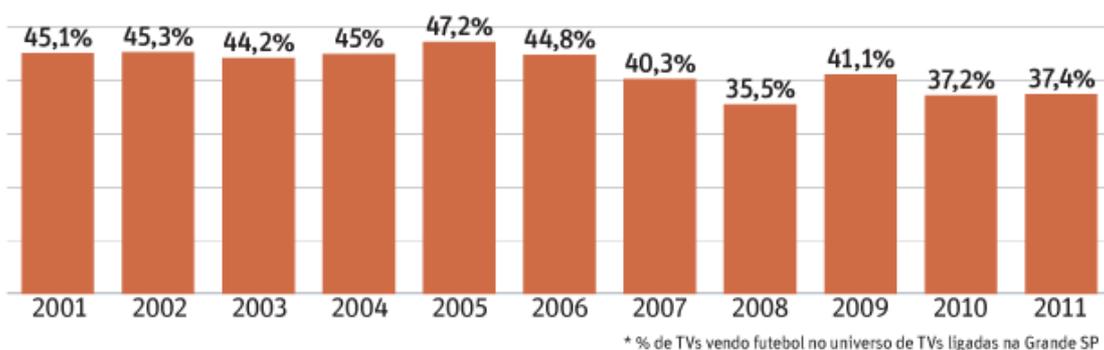
## GRÁFICO 2 – A AUDIÊNCIA DO FUTEBOL NA GLOBO

## A AUDIÊNCIA DO FUTEBOL NA GLOBO

### Ibope do Brasileirão na Grande SP caiu 20%



### A participação do futebol na TV caiu 17%\*



Fonte: Fonte: Editoria de Arte/FolhaPress

## Números da audiência em 2012

Em 2012, cada ponto no Ibope equivalia a 58.300 domicílios sintonizados. A estreia do campeonato foi a partida entre Botafogo e São Paulo registrou 17 pontos. Na segunda rodada, o jogo transmitido foi do Atlético mineiro contra o Corinthians e teve um pequeno aumento na audiência, com 18,5 pontos e um share de 38%, porcentagem que leva em conta apenas os televisores ligados. O primeiro clássico paulista do Brasileirão 2012 televisionado foi em um domingo, entre Corinthians e Palmeiras, em que a Rede Globo alcançou uma média de 19,2 pontos e 36,6% de participação de share.

Entre os grandes clubes da elite paulista, o Santos foi o time com pior desempenho na audiência na Globo. No duelo contra o Flamengo, grande clássico nacional, o time da baixada santista registrou apenas 14 pontos, com 30% de

share. Já na oitava rodada do campeonato, Santos e Grêmio se enfrentaram e alcançaram 14,6 pontos no Ibope, com a média um pouco maior da transmissão anterior, mas 28,4% dos Shares.

A partida com pior desempenho na audiência na série A do Campeonato Brasileiro de 2012 foi a vitória do São Paulo contra o Cruzeiro, que deu apenas 10,6 pontos à emissora carioca. O jogo foi transmitido em um sábado, dia atípico para uma partida de futebol. A mudança da data ocorreu porque no domingo, às 15:45, a Globo exibiu a final da Eurocopa, importante competição europeia e mundial.

### **Números da audiência em 2013**

Em 2013, a maioria dos jogos transmitidos pela Globo foi do Corinthians, principalmente no meio de semana, em que o timão esteve presente em 11, das 13 quartas-feiras do Campeonato Brasileiro na TV aberta. Já o São Paulo foi o dono das partidas de domingo, sendo que em setembro, todas as partidas do fim de semana na TV aberta foram do tricolor paulista. Dos 25 jogos do Brasileirão transmitidos pela Globo aos domingos, o tricolor paulista esteve em 15 deles.

Como no ano anterior, o Santos foi o time paulista com os menores índices de audiências, salvas as exibições dos clássicos estaduais. Com esses resultados, o clube conhecido mundialmente por revelar craques como Pelé e Neymar, teve poucas partidas transmitidas na TV aberta. Em 2013, foram apenas quatro jogos, em que desses, metade foram clássicos. Neste ano, o Palmeiras disputou a série B do Campeonato Brasileiro e assim, as transmissões na Globo da série A do Brasileirão se concentraram em jogos do Corinthians e do São Paulo.

Os times paulistas não participaram da disputa direta pelo título, assim como 2012 e como consequência desse e de outros fatores, a média geral da audiência caiu na TV aberta, com 21,8 pontos, menos do os 22,2 pontos do Ibope no ano anterior. Quando se fala somente da audiência da Rede Globo, a queda foi menos significativa, de apenas um décimo de diferença, caindo de 17,1 para 17 de

um ano para outro. Em 2013, cada ponto no Ibope equivalia a 61.952 domicílios sintonizados na Grande São Paulo.

A partida com melhor audiência transmitida pela Globo para São Paulo e Região foi o clássico entre Santos e Corinthians, no dia 7 de agosto, em que a emissora conquistou 24 pontos no Ibope. Já os piores desempenhos também tiveram a participação do Santos Futebol Clube. Contra o Grêmio e Cruzeiro, o time da baixada santista conseguiu uma média de apenas 12 pontos para a Rede Globo.

O jogo de estreia do Brasileirão 2013 na Globo foi entre a Ponte Preta e o São Paulo e não teve uma audiência animadora, alcançando uma média de apenas 13 pontos no Ibope para a Rede Globo. No primeiro semestre, o jogo do principal campeonato nacional da elite do futebol brasileiro que obteve um maior desempenho na audiência da TV aberta foi a derrota do Corinthians para o Cruzeiro em uma quarta-feira, que conquistou 21 pontos e um share de 39%. Em junho, houve uma parada de quase um mês no torneio por conta da Copa das Confederações<sup>9</sup>. A última rodada antes desta pausa foi entre os tricolores Grêmio e São Paulo, que obteve a menor audiência em uma transmissão de quarta-feira até o momento, em que a Globo alcançou 18 pontos do Ibope.

Na volta dessa pausa para a Copa das Confederações, a Rede Globo apostou em jogos do Corinthians para impulsionar a sua audiência, passando até quatro partidas seguidas do Timão, fórmula que não se mostrou tão eficaz, já que contra o Criciúma, por exemplo, a emissora carioca teve apenas 14 pontos no Ibope, média considerada baixa para jogos do Corinthians. No entanto, foi nesse retorno que a Rede Globo teve o seu pico de audiência no Brasileirão 2013, com a transmissão do clássico entre Santos e Corinthians, a emissora alcançou 24 pontos no Ibope e com 42% de participação entre os televisores ligados no horário.

---

<sup>9</sup> A Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013 é um torneio curto, com 16 jogos no total. São oito seleções divididas em dois grupos. Na edição de 2013, a competição foi disputada no Brasil entre os dias 15 e 30 de junho. Esse foi considerado um evento teste para a Copa do Mundo de 2014. Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/confederacoes/regulamento>>

Como já foi mencionado, a média de audiência dos jogos do Santos ganhou respiro graças às transmissões de clássicos. Em uma das poucas partidas passadas na TV aberta, o time da Vila Belmiro atingiu apenas 12 pontos no jogo contra o Cruzeiro, pela 13ª rodada do Brasileirão. A participação no share também não foi muito animadora para a emissora carioca, com apenas 28%.

No geral, a audiência da Globo na Série A do Campeonato Brasileiro oscilou entre 12 a 17 pontos. As melhores médias, que alcançaram mais de 20 pontos no Ibope foram em transmissões de jogos do Corinthians no horário nobre das quartas-feiras, como o jogo contra o Internacional pela 18ª rodada do torneio, que alcançou 23 pontos, ficando atrás apenas da audiência do combate contra o Santos.

Já os domingos, esses foram dominados pela transmissão de jogos do São Paulo, principalmente no mês de setembro. O tricolor paulista obteve médias consideráveis para jogos de fim de semana, mas que foram caindo com o passar do tempo. Ainda assim, a média nos jogos do tricolor paulista em setembro foi de 15,2 e superou a de agosto, mês em que a Globo mesclou a partidas de Santos, Corinthians e São Paulo, que teve a média de 14,75 pontos no Ibope nos jogos transmitidos nos domingos.

Na reta final do campeonato, os clubes paulistas não estavam disputando o título e os jogos passaram a serem mais mornos, sem muitas pretensões, o que acabou afastando o público da frente da telinha. Nem mesmo o confronto entre os clubes de maiores torcidas do país rendeu boa audiência. Corinthians e Flamengo se enfrentaram na 36ª rodada e sem grandes objetivos no campeonato, alcançaram 15 pontos na Rede Globo em um domingo.

Na penúltima rodada do torneio, o duelo entre São Paulo e Criciúma rendeu apenas 13 pontos no Ibope e um share de 28%. Na última rodada não foi diferente! O jogo transmitido foi para cumprir tabela, disputado entre o São Paulo e Coritiba. A partida não teve grande adesão dos torcedores, com apenas 14 pontos, contabilizando a terceira pior média do Campeonato naquele ano.

#### **Números da audiência em 2014**

2014 foi um ano agitado para o futebol brasileiro. Isso porque o Brasil sediou a principal competição mundial do esporte, a Copa do Mundo Fifa. Com a disputa da Copa, o Brasileirão teve uma pausa de um mês.

Em sua volta na série de elite do Brasileirão, o Palmeiras teve a sua primeira partida televisionada na TV aberta na terceira rodada do torneio, contra o Flamengo. No entanto, a volta do time rendeu apenas 14 pontos de audiência, com 28% de share para a Globo.

O duelo entre São Paulo e Corinthians foi o primeiro clássico paulista a ser transmitido na Globo. A partida aconteceu em um domingo e alcançou 18 pontos no Ibope, com 38% de participação dos televisores ligados para a emissora. Na rodada seguinte, o Timão também teve o seu jogo contra o Figueirense na telinha do Plim Plim<sup>10</sup>, em que o clube paulista inaugurou o seu estádio, a Arena Corinthians. O evento chamou a atenção dos telespectadores e a Globo alcançou 18 pontos em um domingo, com 35% de share.

No domingo seguinte, a Globo transmitiu mais um jogo do Corinthians, que rendeu à emissora o maior índice de audiência até então na competição, com 19 pontos e 35% de participação nos televisores ligados no horário.

Os primeiros jogos televisionados às quartas-feiras foram do São Paulo. Nos duelos contra o Bahia e o Atlético paranaense, o time do Morumbi registrou em ambos 18 pontos no Ibope. Para o horário nobre da Rede Globo, esse número está abaixo da média, mas também não foi algo preocupante para a emissora.

Pela décima primeira rodada do Brasileirão, o Corinthians teve o seu empate com o Vitória transmitido na Globo e também o seu pior desempenho de audiência até o momento, com a média de 14 pontos, segundo o Ibope. Já na décima terceira rodada, também em um domingo, o Corinthians teve mais um jogo transmitido na TV aberta e registrou uma média ainda pior do que a anterior. O empate contra o Coritiba rendeu 13 pontos e 29% na participação dos televisores ligados à Globo.

---

<sup>10</sup> O plim plim nasceu da necessidade de demarcar o instante exato para as afiliadas da **Globo** entrarem juntas no intervalo comercial do Festival Internacional da Canção. Antes essa entrada em rede era feita pelo telefone. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/voce-sabia/noticia/2013/04/voce-sabia-plim-plim-foi-criado-para-marcas-ida-e-volta-dos-intervalos.html>>

O clássico paulista que rendeu a melhor audiência no Campeonato Brasileiro no ano anterior foi, em 2014 foi transmitido em um domingo, no Dia dos Pais, o que pode ter colaborado para a queda da audiência na TV aberta. Mesmo com a reestreia de Robinho, ídolo santista, a partida atingiu 17 pontos no Ibope, com 38% de share.

Com a volta do Palmeiras para a série A, o Santos, clube paulista com pior desempenho na audiência da TV aberta, teve ainda menos jogos transmitidos pela Globo. Contra o Cruzeiro, o time da Vila Belmiro apareceu pela primeira vez na televisão sem a companhia de um rival, ou seja, sem ser um clássico. O jogo rendeu 16 pontos à Globo, a mesma média alcançada pelo Palmeiras em seus dois jogos transmitidos.

Em 2014, a CBF organizou o Campeonato com uma rodada completa de clássicos regionais e como de costume, devido à rivalidade desses jogos, o interesse dos telespectadores é maior. Em São Paulo, o jogo transmitido foi entre Corinthians e São Paulo e alcançou 21 pontos para a Globo, número superior das médias dos jogos de domingo na Globo, que é de 16 pontos. Os dois são os clubes com mais jogos televisionados na TV aberta. Em 2014, o Timão esteve presente na maioria dos jogos de domingo, já o tricolor paulista, dominou o horário nobre da televisão às quartas-feiras.

O duelo entre Flamengo e Corinthians sempre gera expectativa para as emissoras da TV aberta. Isso porque os dois são os times com as maiores torcidas no Brasil e também donos das melhores médias de audiência no Rio de Janeiro e em São Paulo. No entanto, o “Clássico das Multidões” alcançou 16 pontos no Ibope, mantendo a média de audiência nas transmissões dos domingos.

Em razão à eleição presidencial, que ocorreu em um domingo, a transmissão foi deslocada para o sábado. Na parada pelo o primeiro turno eleitoral, o jogo foi entre Grêmio e São Paulo e a média de audiência foi baixa, com 13 pontos no Ibope. Já no segundo turno, a mudança rendeu bons números, pois o jogo transmitido foi entre o Palmeiras e o Corinthians. O clássico paulista rendeu à emissora carioca 18 pontos de audiência, média superior dos jogos transferidos para os sábados e até mesmo os de domingo.

Assim como no Dia dos Pais, o jogo transmitido pela Globo em uma data comemorativa, dessa vez o Dia das Crianças, não rendeu muita audiência para a emissora. O duelo entre Atlético-MG e São Paulo teve uma média de 14 pontos no Ibope.

Ainda que na reta final desta temporada os grandes clubes de São Paulo tivessem grandes objetivos, como o Corinthians buscando uma vaga para a Libertadores e o Palmeiras lutando para permanecer na série A do Brasileirão, as audiências não corresponderam à importância das partidas. Na última rodada, a Globo transmitiu duas dessas decisões. O Corinthians no sábado e o Palmeiras no domingo. Com duelo contra o Criciúma transmitido em horário atípico, o Timão alcançou apenas 13 pontos no Ibope na Globo. Já o Palmeiras teve uma média maior do que a do seu rival, 17 pontos.

Podemos observar que o deslocamento da data dos jogos transmitidos para o sábado, devida a várias circunstâncias, prejudicaram o desempenho da Globo na transmissão do Brasileirão 2014. É bom lembrar que em 2014 o Brasileirão teve uma pausa em junho e julho para a realização da Copa do Mundo de Futebol da FIFA, sediada no Brasil, em que a seleção brasileira sofreu uma derrota histórica por 7x1 para a Alemanha. Para melhorar o índice da audiência, a emissora apostou na exibição das partidas do Corinthians em sua grande maioria, seguido do São Paulo, Palmeiras e Santos. De acordo com a pontuação do Ibope, cada ponto é equivalente a 61.952 domicílios sintonizados.

### **Números da audiência em 2015**

Comparando com a edição do ano anterior, em 2015, o Brasileirão teve uma alta em sua audiência em São Paulo. Esse aumento pode estar relacionado aos jogos do Corinthians, campeão do torneio. Neste ano, cada ponto no Ibope equivale a 67.113 domicílios sintonizados em São Paulo.

O Campeonato Brasileiro de 2015 começou com um bom desempenho na audiência em comparação com a rodada de abertura de 2014. O jogo foi entre Cruzeiro e Corinthians e rendeu 18 pontos de média no Ibope para Globo. No

entanto, o torneio não conseguiu segurar a sua alta audiência por muito tempo. Já na transmissão da segunda rodada, o duelo entre Cruzeiro e Santos alcançou apenas 15 pontos. Lembramos que historicamente, o time da Vila Belmiro não consegue emplacar grandes audiências na TV aberta, salvas a sua participação em clássicos regionais.

Nas rodadas seguintes, uma sequência de 0x0 no placar aumentou um pouco a média da audiência do Campeonato. A partida entre Internacional e São Paulo, por exemplo, registrou 16 pontos no Ibope na tela do Plim Plim.

Em mais um jogo transmitido no sábado, em razão à Copa América, a Globo alcançou baixa audiência no Brasileirão. O duelo entre Chapecoense e São Paulo rendeu apenas 12 pontos no Ibope, registrando o pior índice da emissora no campeonato até então.

Como de costume, os jogos das quartas-feiras impulsionaram a audiência do Campeonato Brasileiro na TV aberta. Para a capital paulista e região, a partida que foi ao ar foi entre São Paulo e Atlético-PR pela décima rodada do Brasileirão marcou 19 pontos para a Globo. A média superou o índice da rodada anterior, em que o clássico entre São Paulo e Palmeiras, no domingo, rendeu marcou apenas 16 pontos no Ibope.

Os clássicos regionais, por toda a sua rivalidade, despertam um maior interesse no telespectador e tendem a conquistar ótima audiência para a TV aberta. Entretanto, quando transferido para o sábado, os índices desses duelos podem ser prejudicados. E foi isso que aconteceu com a partida entre Santos e Corinthians, que marcou apenas 13 pontos na média do Ibope de São Paulo e região. Já o clássico entre os clubes com as duas maiores torcidas do Brasil voltou à tela da Globo, mas sem números surpreendentes. Pela décima terceira rodada do Brasileirão, a derrota do Flamengo para o Corinthians conquistou 17 pontos de média para a emissora carioca.

O Santos sem um rival teve mais uma queda no Ibope em transmissão na TV aberta. O duelo contra o Flamengo conquistou apenas 14 pontos de média, registrando a pior audiência em um domingo no Brasileirão 2015.

Em seguida, uma sequência de partidas do São Paulo e Corinthians foram transmitidas na Globo, alavancando a audiência do Brasileirão na TV aberta. Contra o Figueirense, o tricolor paulista conquistou 20 pontos no Ibope, assim como o duelo contra o Atlético Mineiro. O jogo do Timão contra o Grêmio também teve o mesmo resultado, mantendo uma boa média para a emissora carioca. No entanto, não demorou muito para os índices de audiência terem uma nova queda. Na partida entre Flamengo e São Paulo, pela vigésima rodada, a Globo conseguiu 15 pontos no Ibope, bem inferior às últimas médias. O Corinthians também viu a sua audiência baixar. No duelo contra o Chapecoense, o Timão alcançou 16 pontos na telinha do Plim Plim.

Até a vigésima segunda rodada do Campeonato Brasileiro 2015, Corinthians e São Paulo tinham dez partidas transmitidas na TV aberta cada um. O Santos foi menos vezes ao ar, com apenas quatro jogos televisionados pela Globo. Já o Palmeiras tinha um número de transmissões ainda menor, com o seu terceiro jogo sendo passado nessa rodada, contra o Goiás. A partida alcançou 20 pontos para a Globo.

Conquistando a liderança do campeonato, o Corinthians enfrentou o Internacional e bateu o recorde de audiência do Brasileirão 2015, rendendo 24 pontos à Globo. A corrida do Timão para conseguir o seu hexacampeonato atraiu o público para frente da televisão. Além do Corinthians, o São Paulo também tinha grandes pretensões no Campeonato em sua etapa final. O tricolor paulista buscava garantir a sua vaga para disputar a Libertadores do ano seguinte, maior evento entre clubes da América do Sul. Com isso, a maioria dos jogos transmitidos foi das duas equipes e a média de audiência oscilou entre 18 e 20 pontos de média no Ibope.

Outro fator que pode interferir na audiência do Brasileirão são as altas temperaturas. Isso porque historicamente, o calor afasta o público de frente da

televisão. Em um domingo em que a cidade de São Paulo registrou uma média de 33 graus Celsius, temperatura recorde no fim do inverno em consequência do fenômeno El Niño. Com isso, o duelo entre São Paulo e Avaí registrou apenas 15 pontos de audiência para a Globo.

O Corinthians, candidato favorito ao título do Brasileirão 2015, foi campeão do torneio com três rodadas de antecedência, no jogo contra o Vasco, em São Januário. O duelo rendeu 24 pontos para a Globo, mesmo o jogo sendo transmitido em uma quinta-feira, dia atípico do futebol na TV aberta. Já o jogo da entrega da Taça para o Timão foi após a partida contra o seu rival, São Paulo, em um clássico com muitas emoções, em que o campeão brasileiro goleou o time do Morumbi por 6 a 1. O jogo conquistou 22 pontos de média no Ibope, número alto para as transmissões realizadas em finais de semana.

## **6. ANÁLISE DA ADUIÊNCIA DO BRASILEIRÃO**

Como se pode ver nos números acima, nos últimos anos, mesmo com o avanço técnico da Globo na transmissão do futebol, a média de audiência no Campeonato Brasileiro teve uma queda considerável, com jogos alcançando apenas 13 e 14 pontos no Ibope. Como resposta, a emissora carioca aposta em sua grande maioria em transmitir os jogos do Corinthians, que tendem a ter maiores índices de audiência. Em 2014, por exemplo, a emissora carioca transmitiu todos os clássicos regionais em que o Timão disputou. Em contrapartida, nenhum clássico paulista foi transmitido sem a presença do Corinthians. Ainda assim, nem mesmo as partidas do Timão têm saído ilesas dessa queda. De 2014 para 2010, o clube perdeu 26% de Ibope nos jogos transmitidos pela Globo. Em 2010, a média era de 23,8 pontos do Ibope, já em 2014, as audiências dos seus jogos obtiveram a média de 17,5 pontos<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup>Informações retirados do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/210510-com-queda-de-ibope-futebol-pode-perder-espaco-na-globo.shtml>>

O que preocupa as emissoras e os clubes é que a audiência não está caindo apenas na transmissão da elite do campeonato brasileiro, mas também outros como o Paulistão, uma das principais competições estaduais do país, que 23% da sua audiência de 2010 para 2014. Outra competição transmitida em nível nacional, a Copa do Brasil obteve uma queda de 32% neste mesmo período. Ou seja, o futebol como um todo apresenta uma baixa na TV aberta, salva a Libertadores da América, jogos da Copa do Mundo e de campeonatos internacionais, como a *Champions League* e o Mundial de Clubes da FIFA.

O futebol, antes tido como programa de sucesso absoluto em audiência, garantindo a liderança da Globo durante a sua transmissão, agora está perdendo a sua potência. Em 2015, por exemplo, a Globo ganhou um forte concorrente para disputar o horário nobre de quarta-feira com o futebol na quarta-feira, a novela “Os Dez Mandamentos” da Rede Record. Em algumas ocasiões, a telenovela até conseguia tirar a liderança da Globo no Ibope, mesmo que por alguns minutos.

Mas quais fatores estariam colaborando para a queda da audiência do Brasileirão na Globo? O maior advento da TV por assinatura pelos brasileiros, que podem acompanhar o Campeonato nos canais fechados Sportv e o *Pay per view*, Premiere, assim como o maior consumo da internet são fatores que afetam a audiência da TV aberta.

Há também a queda da qualidade técnica dos jogos do Brasileirão, o que afasta muitos dos telespectadores que querem ver jogos com grandes lances e emoções. Por falar em emoção, muitos defendem que por ser um campeonato disputado por pontos corridos, o Brasileirão não tem duelos decisivos como em torneio mata-mata, o que torna o campeonato longo, morno e até mesmo mais chato de ser acompanhado.

Outra questão que interfere na audiência do Brasileirão, por ser um campeonato de pontos corridos, depende muito quais são os times que estão lutando por posições, seja para ser campeão, para não cair para a segunda divisão ou conseguir uma vaga para um torneio importante com a Libertadores. Ou seja, quando clubes como o Corinthians, Flamengo e até mesmo o São Paulo estão disputando importantes posições no campeonato, a audiência tende a

umentar. Em 2014, por exemplo, os jogos do campeão brasileiro, o Cruzeiro, time de Minas Gerais não alcançou bons pontos no Ibope. Em 2015, com o Sport Club Corinthians Paulista sendo consagrado campeão com três rodadas de antecedência, as médias de audiência da Globo SP teve alguns picos a mais.

Confira a seguir uma análise mais aprofundada destes fatores, apontados como os principais influentes nesta mudança no índice da audiência do Campeonato Brasileiro.

### 6.1. TV POR ASSINATURA

A TV por assinatura chegou efetivamente no Brasil nos anos 80, com as transmissões do canal de notícias CNN e o de videoclipes musicais, a MTV. O sinal era transmitido em UHF, com o canal fechado e codificado. Este tipo de transmissão serviu como base para a implantação da TV por assinatura no país. Em dezembro de 1989, o Governo então introduziu oficialmente a TV a cabo no País.

Em 1991, grandes empresas de comunicação começaram a investir em novas tecnologias para aprimorar este setor. A Globosat, desenvolvida pelas Organizações Globo, foi a programadora pioneira a atuar no país, com quatro canais: o Top Sports, o Multishow, o GNT e o Telecine. Outros grupos também ingressaram neste mercado, como o grupo Abril, que criou a TVA.

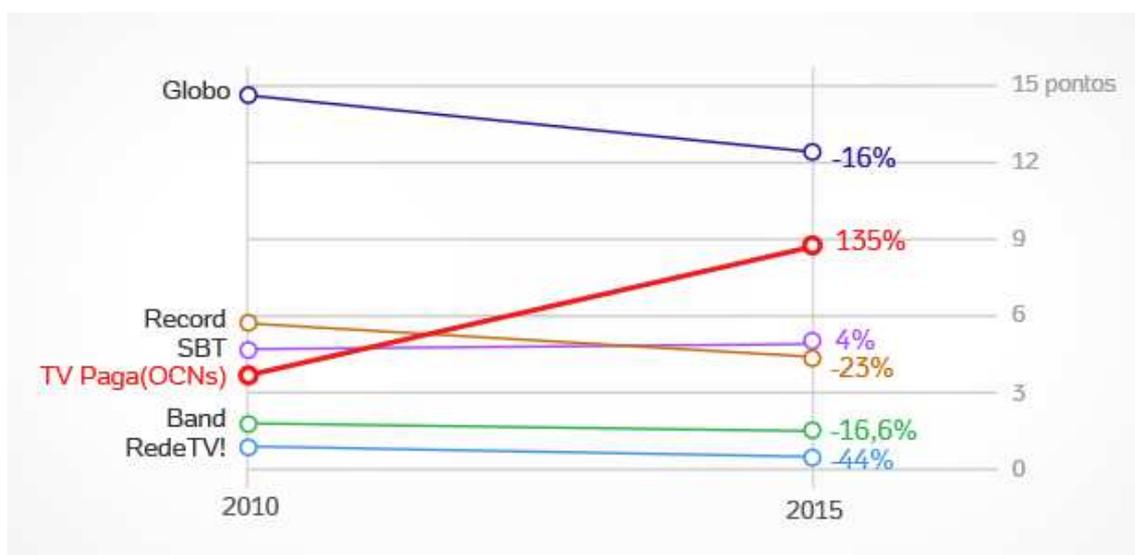
Com uma maior variedade de canais e de conteúdo, no início, ter uma TV assinada era um grande custo, com as altas mensalidades das operadoras. No entanto, com o passar dos anos, a rede a cabo passou por várias regulamentações e com os preços mais acessíveis, a TV a cabo cresceu em ritmo acelerado e se fez cada vez mais presente na casa dos brasileiros.

Segundo dados divulgados pela Anatel, Agência Nacional de Telecomunicações, a partir da pesquisa realizada pelo IBGE em sua Síntese de Indicadores Sociais, em outubro de 2014 o Brasil registrou mais de 19,65 milhões de assinantes de TV por assinatura, ou seja, nesse período, a cada cem domicílios, 29,98 possuíam este serviço.

O crescimento da rede a cabo, fez com que consequentemente a audiência da TV aberta diminuísse. De acordo com o Painel Nacional de Televisão (PNT), medido nas 15 maiores regiões metropolitanas do Brasil, com exceção do SBT, todos os canais de TV aberta perderam pontos de audiência. Os OCNs (todos os canais pagos, excluindo os canais abertos), contabilizaram em 2015 uma média de 8,7 pontos durante o ano. Cada ponto do PNT equivale a 233 mil domicílios. Para ter um parâmetro desse crescimento, em 2010, os OCNs registravam uma média de 3,7 no Ibope.

Mesmo com a queda de 16% em sua audiência, a Globo ainda é a líder de audiência total, com a média de 12,4 pontos no ano de 2015. Veja no gráfico abaixo o comparativo das audiências de 2010 até 2015.

GRÁFICO 3 – COMPARATIVO DA AUDIÊNCIA TELEVISIVA DE 2010 E 2015



Fonte: Ricardo Feltrin (2015)<sup>12</sup>

Na TV por assinatura, até o momento, o canal que tem o direito de imagem do Campeonato Brasileiro é o Sportv, do Grupo Globo, mas em 2019 o canal Esporte Interativo também transmitirá o campeonato, o que pode aumentar ainda mais o espaço do Brasileirão na TV fechada.

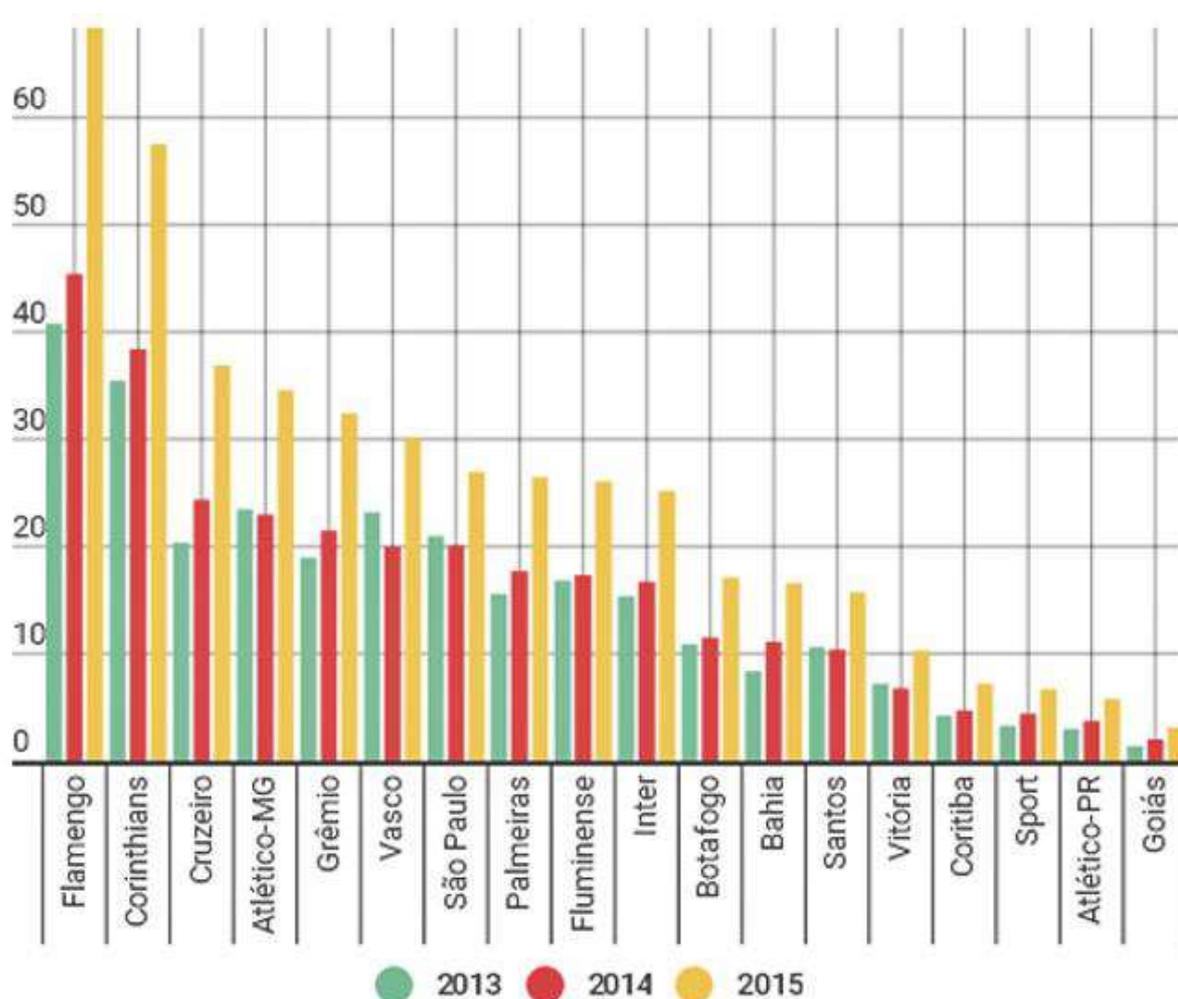
<sup>12</sup> Disponível em: <<http://celebridades.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2015/09/11/tv-aberta-cai-e-tv-paga-dispara-135-no-pais-em-5-anos.htm>>

## 6.2. PAY-PER-VIEW

No Brasil, o canal que cobre o Brasileirão por meio de Pay-per-view é o Premiere Futebol Clube, fundado em 1997. A exclusividade do conteúdo exibido e a qualidade da transmissão, já que alguns jogos são transmitidos em tecnologia HD, faz com que o número de assinantes aumente a cada ano.

Segundo o próprio canal, que integra o grupo Globosat, uma parte do valor pago pelo pacote é revertido para o clube do assinante. O rateio é uma ótima maneira para estimular e trazer o maior número de torcedores para a sua clientela. Em 2016, o canal possui dois milhões de assinantes. Veja abaixo como ficou a divisão da verba do Premiere entre os clubes brasileiros nos anos de 2013, 2014 e 2015.

GRÁFICO 4 – RATEIO DO PAY-PER-VIEW DO BRASILEIRÃO



\* O rateio do pay per view do Brasileirão, em milhões de reais.

Fonte: Cassio Zirpoli (2015)<sup>13</sup>

Além de transmitir os jogos ao vivo e exclusivos na TV por meio de operadoras de TV assinada, o Premiere também é responsável pela produção de conteúdo de algumas TVs dos Clubes, em que os bastidores da equipe são transmitidos pelo menos uma vez por semana. O canal ainda promove ações de relacionamentos entre os clubes e os torcedores Sócios Premiere.

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://blogs.diariodepernambuco.com.br/esportes/2015/12/28/o-ranking-de-cotas-do-pay-per-view-no-campeonato-brasileiro-de-2014-e-2015/>>

O Premiere também oferece a opção para que o seu assinante assista aos jogos via web, através de computadores, tablets e celulares, por meio do seu site e aplicativo.

Entre os três meios televisivos em que o futebol é transmitido, o Pay per view é o que apresenta um maior potencial de crescimento e é até mesmo visto como o grande futuro da transmissão do Brasileirão.

### 6.3. A IMPORTÂNCIA DA INTERNET

A internet como um todo está cada vez mais inserida nos hábitos do dia a dia do brasileiro. Entre os jovens, a presença na web é ainda maior, já que esses nasceram e cresceram no mundo digital. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (PBM 2015)<sup>14</sup>, divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 37% dos entrevistados utilizam a internet todos os dias. Outro número que está crescendo é o índice de atenção exclusiva, em que 32% dos usuários afirmaram que não realizam nenhuma outra tarefa enquanto estão conectados à internet. Tarefas essas como comer, conversar e até mesmo assistir à televisão.

Um dos hábitos dos internautas é acompanhar programas exibidos na televisão e comentá-los em tempo real em suas redes sociais. Durante as partidas de futebol, esse comportamento não é diferente. Segundo o Facebook<sup>15</sup>, 58 milhões de pessoas em todo o mundo interagiram na Rede Social durante o jogo de abertura da Copa do Mundo de 2014. Desses, 30% eram brasileiros de 18 a 24 anos. A televisão por si só sempre favoreceu a interação social, com o hábito do telespectador de compartilhar os conteúdos assistidos. Com a adesão da internet e das redes sociais, esse hábito humano ganha ainda mais opções para interação do público.

Segundo a Pesquisa Sponsorlink Brasil<sup>16</sup>, realizada pelo Ibope Repucom em 2014, mais de 74% dos entrevistados acessam a internet enquanto assistem

---

<sup>14</sup>Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/cerca-de-48-dos-brasileiros-usam-internet-regularmente>>

<sup>15</sup> Disponível em: < <https://www.kantaribopemedia.com/o-perfil-do-novo-consumidor-de-esporte/> >

<sup>16</sup> Disponível em: < <https://www.kantaribopemedia.com/um-pais-que-respira-esportes/> >

esportes na TV, em que entre esses, 43% usam a internet via celular, como uma segunda tela, em que a maioria posta ou acompanha as postagens nas redes sociais, lendo e escrevendo comentários durante os eventos esportivos televisionados. Ou seja, a atenção de grande parte dos telespectadores é dividida durante as transmissões esportivas e tentar prendê-la é um grande desafio para a televisão.

A internet trabalha tanto com a simultaneidade, quanto como um complemento para o que é exibido pela TV, já que ainda segundo a pesquisa Sponsorlink Brasil, 29% acompanham os resultados de outras partidas e 26% acessam sites com informações do seu time.

As novas mídias estão entrando em campo. A internet já cobre jogos em tempo real, com gráficos, atualizações e, em alguns casos, transmissões. Estamos na fase de aquecimento das operadoras de telefonia, com seus parrudos orçamentos e cada vez mais minúsculos jogadores – os celulares. No Brasil, desde 2006, a telinha telefônica já mostra grandes lances e gols. (CARMONA; POLI, 2009)

Sabendo dessa mudança do amante do futebol, várias emissoras, inclusive a Rede Globo, decidiram trazer o internauta para participar da transmissão dos jogos, com enquetes, opiniões e perguntas destinadas aos comentaristas da partida. Além disso, também foram criados aplicativos exclusivos sobre futebol, tudo com o intuito de aumentar a interatividade com o telespectador.

Há os que, além de comentar, também assistem aos programas televisivos pela internet. Essa opção é cada vez mais recorrente. Em pesquisa do Ibope<sup>17</sup> foi constatado que pelo menos 5% da população afirmaram ter assistido à televisão na web nos últimos 30 dias e esse número só tende a aumentar. Além disso, 4% da população brasileira tornaram como hábito assistir aos seus programas, mesmo o da TV aberta em horários alternativos, diferentes dos que foram exibidos originalmente, por meio da gravação, tanto por aparelhos de TV por assinatura, quanto pelos próprios televisores ou gravadores acoplados.

---

<sup>17</sup> Disponível em: < <https://www.kantaribopemedia.com/o-futuro-esta-aqui-bem-diante-de-nos/>>

Esses números, ainda que pequenos, mostram a mudança no comportamento do telespectador, pontos que devem ser observados e estudados pelas emissoras da televisão aberta.

#### 6.4. TRANSMISSÕES AO VIVO EM REDES SOCIAIS

Outro hábito que os clubes brasileiros estão aderindo é as transmissões ao vivo feitas pelo próprio time de treinos, entrevistas, além de postar em tempo real todos os acontecimentos enquanto a rola a bola na partida. Nas redes, os torcedores podiam encontrar vídeos de pré-jogo, incentivando o time e chamando a torcida, os bastidores das partidas, além de campanhas especiais, tudo para engajar o seu público.

Tratando de transmissões ao vivo em redes sociais, o Santos Futebol Clube foi pioneiro com o seu canal no YouTube, Santos TV. Ao ver o sucesso que o clube paulista estava fazendo entre os torcedores e até mesmo com a TV, já que muitas das imagens exclusivas eram aproveitadas nos programas esportivos, outros clubes passaram a investir nas redes e os resultados logo apareceram. Recentemente, o Palmeiras conquistou 10 mil novos seguidores em seu canal no YouTube depois da exibição ao vivo do jogo-treino contra o River Plate, do Uruguai. A partida teve média de audiência de 25 mil pessoas<sup>18</sup>. Isso faz com que os torcedores criem maiores vínculos com os seus clubes do coração e seus jogadores.

Como se pode averiguar, o mundo digital ainda não chega a substituir a importância da TV para o torcedor acompanhar o futebol de campo, mas mesmo assim este é um meio com grande potencial, pois faz com que através das mídias sociais, o emissor tenha mais oportunidades de engajar o seu público de uma maneira mais pessoal e instantânea, com a resposta do receptor em maior velocidade, muitas vezes em tempo real.

---

<sup>18</sup> Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/analise-times-de-sp-falham-ao-nao-vender-redes-sociais-patrocinadores\\_29845.html#ixzz48xmc7m7k](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/analise-times-de-sp-falham-ao-nao-vender-redes-sociais-patrocinadores_29845.html#ixzz48xmc7m7k)>

## 6.5. A QUEDA DA QUALIDADE TÉCNICA DO FUTEBOL BRASILEIRO

Nos últimos anos, muito se discute entre os comentaristas do esporte que o futebol brasileiro como um todo está decaindo, desde a sua qualidade técnica, até a sua organização, com os escândalos que envolvem a CBF, entidade máxima do futebol nacional e principalmente, a queda da seleção brasileira em grandes competições, como a Copa do Mundo de 2014, sediada no Brasil.

O show, o espetáculo de futebol no qual o Brasil ficou reconhecido mundialmente está longe do atual cenário do esporte no país, vide o 7x1 que a seleção brasileira levou da Alemanha na Copa do Mundo de 2014. Sedar pela segunda vez uma Copa do Mundo FIFA, maior evento mundial do futebol e ser eliminado por uma goleada histórica como essa afetou tanto jogadores, dirigentes e clubes como os próprios torcedores. Segundo a 5ª edição da Pesquisa Lance!/Ibope, que ouviu 7.005 pessoas, 23,4% dos entrevistados não torcem por nenhum clube brasileiro.

O baixo rendimento do futebol brasileiro na maior competição nacional começou a preocupar a própria Rede Globo, a detentora dos direitos de imagem.

A qualidade das partidas passou a ser alvo de muitas críticas principalmente depois da Copa do Mundo. Em dez anos, o futebol perdeu quase dez pontos no Ibope (cada ponto representa 65mil domicílios na Grande São Paulo). Se em 2004 uma partida atingia 25 pontos, agora a média está em 16. (ALVES; RAMOS, 2014)<sup>19</sup>

De acordo com a análise do treinador, comentarista de TV e ex-jogador Paulo Roberto Falcão (2014) “É uma crise técnica o que nós estamos vivendo.” Segundo Falcão (2014), as principais causas dessa crise são a falta de trabalho e investimento da nossa base e a situação da arbitragem: “O fato de os jogos no Brasil serem muito parados, muito truncados, também é consequência de uma crise na arbitragem brasileira.”.

---

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,baixo-nivel-dos-jogos-do-brasileiro-preocupa-a-tv-globo,1548220>>

A falta da revelação de novos craques e de dinheiro para contratar jogadores de ponta, a maioria em times da Europa, acaba prejudicando o desempenho dos times no nacional e conseqüentemente, fazendo com que grande parte dos telespectadores diminua ou percam totalmente o interesse em assistir aos jogos nas tardes de domingo ou nas noites de quarta-feira.

Todos estão notando agora que não somos mais os melhores do mundo, e isso já há algum tempo. Somos um povo maravilhoso em diversos aspectos, mas a verdade é que no futebol nós somos muito arrogantes. Quando tomamos de sete, caiu a ficha. (FALCÃO, 2014)<sup>20</sup>

Nos estádios de futebol, a baixa presença dos torcedores muito se dá pela baixa qualidade de muitos jogos ao longo do campeonato, assim como os preços altos dos ingressos. Como já foi relatado, os horários dos jogos também atrapalham a ida do torcedor ao estádio, em especial os do meio de semana, em que as partidas das 21 horas e 45 minutos acabam muito tarde, o que dificulta a volta para casa por meio de transportes públicos, principalmente nas grandes capitais, como São Paulo.

Toda essa situação na qual se encontra o futebol brasileiro contribui pela queda da popularidade do maior campeonato nacional, principalmente em partidas no começo e meio do campeonato, que não são vistas como decisivas, com exceção dos grandes clássicos estaduais e alguns clássicos nacionais, como Corinthians contra o Flamengo. A audiência comum, ou seja, os que não são aficionados pelo futebol, que assistem aos jogos em busca de entretenimento, de um verdadeiro show, com lances eletrizantes, acabam mudando de canal ou até mesmo desligando a televisão com os jogos mornos do Brasileirão.

## 6.6. HORÁRIO DOS JOGOS

---

<sup>20</sup> Análise de Paulo Roberto Falcão divulgada no jornal Estadão. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,baixo-nivel-dos-jogos-do-brasileiro-preocupa-a-tv-globo,1548220>>

Os dias e horários de jogos são variados, tanto no meio da semana quanto no fim de semana. Aos poucos, a CBF tem agendado partidas em horários alternativos como testes para analisar as preferências dos torcedores, com intuito de melhorar o público presente nos estádios brasileiros. Isso porque a torcida faz parte do espetáculo como um todo e é claro, há toda a questão financeira da venda de ingressos, pois a baixa presença do público vem preocupando os clubes e organizadores do Brasileirão.

A novidade da Série A do Campeonato Brasileiro de 2016 são os jogos nas segundas-feiras, às 20 horas. A justificativa dada pela CBF para este novo horário é que em campeonatos internacionais, como a Premier League, liga profissional de futebol da Inglaterra, os jogos já acontecem neste período, com alto nível de audiência na televisão. Em contrapartida, na Europa, este horário não agradou ao público que acompanha os jogos nos estádios.

No Brasil, a CBF ainda não anunciou a estreia dos jogos às segundas e os torcedores ainda não se manifestaram contra ou a favor deste novo horário. Assim como os jogos de domingo às 11 horas, essas partidas em horários alternativos, inicialmente, só serão transmitidas pela TV fechada e o pay-per-view. Entre o público no estádio, os jogos realizados às 11 da manhã são um sucesso e na televisão, as partidas nesse horário só podem ser acompanhadas pelo Pay-Per-view.

Apesar dessas mudanças, as partidas televisionadas na TV aberta ainda são os mesmos. Globo transmite os jogos de quarta-feira, que ocorrem entre 21h45min e 22h, no horário nobre, depois da sua novela principal e aos domingos, às 16 horas. Os jogos com mais audiências são os das quartas-feiras, que ocorrem no horário nobre da TV aberta. Apenas 15% dos jogos do Brasileirão acontecem neste horário.

O futebol ocupa a faixa de 22h da quarta-feira porque esse é o horário preferido pelas pessoas que veem o jogo na TV. Além disso, o futebol não entra no lugar da novela ou do

telejornal porque a novela e o telejornal dão mais resultado no Ibope. Simples assim. (COSTA, 2014)<sup>21</sup>

Como se pôde ver na análise da audiência do Brasileirão, as transmissões nas quartas-feiras conquistam maiores médias no Ibope do que as dos fins de semana. Segundo o Diretor de direitos esportivos do Grupo Globo, Pedro Garcia (2016), “o horário da quarta à noite para o futebol na TV aberta é definido em conjunto com as confederações e os clubes, e é muito valorizado exatamente porque garante ampla visibilidade aos clubes e a seus patrocinadores em horário nobre.”<sup>22</sup>

## 6.7. MATA-MATA X PONTOS CORRIDOS

Como já foi citado neste trabalho, o sistema e o formato do Campeonato Brasileiro mudou diversas vezes. Desde 2003, foi implantado o sistema de pontos corridos, em que não há mais jogos finais, como no mata-mata. Toda essa questão entrou na discussão sobre a queda da audiência do brasileirão tanto nos estádios quanto das transmissões televisivas.

Há os que critiquem o novo formato, de pontos corridos, afirmando que ele não tem tanta emoção quanto o mata-mata e as suas decisões. Outros campeonatos como os estaduais, a Taça Libertadores da América e até a mesmo o outro nacional, a Copa do Brasil são organizados em sistema eliminatório<sup>23</sup>.

Comentaristas da própria Rede Globo já expressaram a sua opinião, alegando o insucesso dos pontos corridos e é claro aclamando o mata-mata.

Muitos acreditam que a transmissão dos jogos decisivos chamam mais atenção e audiência, principalmente porque são mais eletrizantes e que mexem

---

<sup>21</sup> Disponível em: <<http://universidadedofutebol.com.br/a-tv-aberta-e-a-necessidade-de-desenvolver-o-jogo/>>

<sup>22</sup> Trecho da entrevista de Pedro Garcia para o jornal Folha de S Paulo. Disponível em: <[http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2016/06/1776784-alguns-clubes-nem-ouviram-oferta-diz-diretor-da-globo-sobre-direitos-de-tv.shtml#\\_=\\_](http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2016/06/1776784-alguns-clubes-nem-ouviram-oferta-diz-diretor-da-globo-sobre-direitos-de-tv.shtml#_=_)>

<sup>23</sup> Conhecido popularmente como mata-mata, as competições eliminatórias são organizadas da seguinte maneira: depois de uma fase inicial de pontos em que os clubes se enfrentam, são decididas as decisões, nas oitavas de final, quartas de final e semifinais. Os vencedores das semifinais disputam a grande final do campeonato para então conhecer o campeão.

ainda mais com emocional do torcedor. O jornalista João Rabay (2014) “Há, em uma final, algo que simplesmente não existe nos 380 jogos das 38 rodadas de um campeonato de pontos corridos como o Brasileirão. É difícil descrever com palavras. A melhor que ocorre é clima. ‘Clima de final.’”<sup>24</sup>

Os defensores do mata-mata também apontam que um campeonato de pontos corridos favorece clubes com altos orçamentos e conseqüentemente reduzindo as chances de times de médio e pequeno orçamento saíam campeões da série de elite do Brasileirão, já que estes não têm dinheiro para investir em um bom elenco para jogar ao longo da competição, o que diminui a competição do torneio.

Os clubes mais ricos ganham mais dinheiro porque brigam mais por títulos e aparecem mais na mídia. E eles brigam mais por títulos porque têm mais dinheiro. Ganhar na raça, mesmo com orçamento bem menor? Praticamente impossível nos pontos corridos. (RABAY, 2014)<sup>25</sup>

O assessor do presidente do Atlético-MG, Lucas Couto, também é um dos defensores do mata-mata e as emoções que o torneio neste formato proporciona. Segundo ele, "Tudo na vida precisa de vibração, e o Brasileiro pode até ser um dos mais importantes campeonatos de futebol do mundo, mas ainda falta emoção".<sup>26</sup>

## 7. O FUTURO DO FUTEBOL NA TV ABERTA

A imprensa nacional vem anunciando que o futuro das transmissões de futebol na TV aberta tende a mudar. Segundo o jornalista Gil Rocha<sup>27</sup>, assim como é feito na maior parte do mundo, o futebol brasileiro terá menos jogos em TV

---

<sup>24</sup> Disponível em: <<http://doentesporfutebol.com.br/2014/11/mata-mata-o-auge-do-futebol/>>

<sup>25</sup> Trecho retirado do artigo Mata-mata, o auge do futebol, escrito por João Rabay. Disponível em: <<http://doentesporfutebol.com.br/2014/11/mata-mata-o-auge-do-futebol/>>

<sup>26</sup> Disponível em: <[http://espn.uol.com.br/noticia/533303\\_com-aliados-na-cbf-volta-de-mata-mata-ao-brasileiro-sera-discutida-em-congresso](http://espn.uol.com.br/noticia/533303_com-aliados-na-cbf-volta-de-mata-mata-ao-brasileiro-sera-discutida-em-congresso)>

<sup>27</sup> Gil Rocha: Comentarista do Premiere Futebol Clube e ex Gerente de Esportes da RPC, filiada da TV Globo no Paraná.

aberta e mais transmissões na TV assinada. Esse processo já está acontecendo com a Fórmula 1, modalidade que antes era transmitida na íntegra pela Globo, mas que agora, com a falta de ídolos brasileiros no esporte e baixo interesse do telespectador, apenas algumas corridas são transmitidas ao vivo pela emissora carioca. A maioria dos treinos e das corridas são exibidas nos canais da TV fechada do Grupo Globo. Andrés Sanchez<sup>28</sup>, que também defende que a tendência, em um futuro não tão distante, o futebol seja transmitido apenas na TV fechada “O futebol de televisão é o Pay-Per-View, TV fechada. Na TV aberta só tem no Brasil.”<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Andrés Sanchez é um ex-dirigente de futebol que já ocupou cargos importantes, como a presidência do Corinthians DE 2007 A 2011 e diretor de Seleções da CBF de 2011 a 2012. Atualmente, ele é deputado federal pelo estado de São Paulo.

<sup>29</sup> Disponível em: <<http://torcedores.com/noticias/2016/03/andres-sanchez-acredita-que-tv-aberta-deixara-de-transmitir-o-futebol-so-tem-no-brasil>>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como principal objetivo, fazer um panorama da audiência do Campeonato Brasileiro na TV Globo e posteriormente analisar este cenário, em que as médias do Ibope estão caindo com o passar dos anos, preocupando a emissora carioca e até mesmo os clubes de elite do Brasil, já que o dinheiro pago pelos direitos de imagem tem grande participação na receita das equipes.

Esses números são expressivos, pois mostram como o futebol deixou de ser um programa com o sucesso na audiência garantido. Foi possível analisar que antes, no começo dos anos 2000, o Campeonato Brasileiro alcançava médias anuais de até 26 pontos no Ibope. No entanto, de 2011 até 2015, do Brasileirão amargam médias de 13 e 14 pontos e em que os maiores números no Ibope ficam na cada dos 20 pontos, clássicos regionais que envolvem o Corinthians, clube paulista com melhor desempenho de audiência na TV Globo na região da Grande São Paulo.

Os tempos mudaram e com eles, o comportamento do telespectador também sofreu mudanças. Ainda que os investimentos da Globo em tecnologias e pessoal continuem acontecendo, é quase que irreversível a queda da audiência do Campeonato Brasileiro na maneira em que ele é transmitido. O programa deixou de ser unanimidade, um sucesso de audiência garantido, o que faz com que o seu espaço na grade TV aberta corre riscos.

Como foi possível analisar, o futuro do futebol na TV aberta pode estar em jogo. O maior exemplo desse novo cenário é a desistência da Rede Bandeirantes na transmissão da Série A do Campeonato Brasileiro de 2016, assim como a redução do seu investimento em transmissões de outros campeonatos e até mesmo programas esportivos. A tendência é, como no resto do mundo, é que a maioria dos jogos dos campeonatos tenha o seu espaço diminuído na TV aberta, ganhando destaque ainda maior na TV fechada. A TV Globo deve, no futuro, fazer assim como fez com a Fórmula 1 e transmitir os jogos mais decisivos do Brasileirão, assim como clássicos regionais e torneios internacionais, como jogos

da Seleção Brasileira, a Libertadores da América, o Mundial de Clubes da FIFA, partidas decisivas da Champions League e é claro, a Copa do Mundo da FIFA, maior evento mundial do futebol.

Para muitos profissionais do jornalismo esportivo, a TV fechada, ao lado do Pay-Per-View é o futuro da transmissão do futebol brasileiro na televisão, principalmente os jogos do meio do campeonato, sem maior expressividade e apelo para o telespectador.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARMONA, L; POLI, G. **Almanaque do futebol SPORTV**. Casa da Palavra: COB Cultural, 2009.

LOREDO J. **Era uma vez...a televisão**. São Paulo: Alegro, 2000.

BUCCI, Eugênio. O. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2000.

HELAL, R; GORDON, C. **A crise do futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI**.

HELAL, R. **Passes e Impasses** – futebol e cultura de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1997.

RIBEIRO, A; SACRAMENTO, I; ROXO, M. **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

CLARK, Walter. **O campeão de audiência: uma autobiografia**. São Paulo: Best Seller, 1991.

ALONSO, V. Bom, porém caro, negócio. TAM NAS NUVENS, ano 3, n. 29, 114-117, maio, 2010.

CLARK, Walter. “A força das redes”, em Veja, São Paulo: Edusp, 1994.

MICELI, Sergio. O papel político dos meios de comunicação de massa. São Paulo: Edusp, 1994, p.4

ABTA. **Historico**. Disponível em: <<http://www.abta.org.br/historico.asp>>. Acesso em: 26 fev. 2016.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **A distribuição dos milhões de reais da televisão nas séries a e b de 2016**. Disponível em:

<<http://blogs.diariodepernambuco.com.br/esportes/2015/12/06/a-distribuicao-dos-milhoes-de-reais-da-televisao-nas-series-a-e-b-de-2016>>. Acesso em: 06 mai. 2016.

ESTADÃO. **Baixo nível dos jogos do brasileiro preocupa a tv globo.**

Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,baixo-nivel-dos-jogos-do-brasileiro-preocupa-a-tv-globo,1548220>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

FOLHA DE S PAULO. **Com queda de ibope futebol pode perder espaço na globo.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/210510-com-queda-de-ibope-futebol-pode-perder-espaco-na-globo.shtml>>. Acesso em: 07 abr. 2016.

FUTPEDIA. **Campeonato brasileiro.** Disponível em:

<<http://futpedia.globo.com/campeonato/brasileiro>>. Acesso em: 17 fev. 2016.

GLOBOSAT PLAY. **Premiere conheça.** Disponível em:

<<http://globosatplay.globo.com/premierfc/conheca/>>. Acesso em: 17 fev. 2016.

GRPCOM. **Rpc.** Disponível em: <<http://www.grpcom.com.br/unidades/rpc.html>>. Acesso em: 22 out. 2015.

KANTAR IBOPE. **Para cada geração um interesse.** Disponível em:

<<https://www.kantaribopemedia.com/para-cada-geracao-um-interesse/>>. Acesso em: 08 mar. 2016.

KANTAR MEDIA. **Um país que respira esportes.** Disponível em:

<<https://www.kantaribopemedia.com/um-pais-que-respira-esportes/>>. Acesso em: 08 mar. 2016.

MAQUINA DO ESPORTE. **Corinthians obtém a sua pior audiência do mês.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-obtem-sua-pior-audiencia-do-mes\\_25162.html#ixzz49xuga6c6](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-obtem-sua-pior-audiencia-do-mes_25162.html#ixzz49xuga6c6)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MEMORIA GLOBO. **Vídeos copa do mundo.** Disponível em:

<<http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/eventos-e-coberturas/copas-do-mundo/copas-do-mundo-videos-copas-do-mundo.htm>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

MUNDO ESTRANHO. **Como e a medida de audiência da tv.** Disponível em:

<<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/como-e-medida-a-audiencia-de-tv>>. Acesso em: 03 mar. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Análise: times de sp falham ao nao vender redes sociais a patrocinadores.** Disponível em:

<[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/analise-times-de-sp-falham-ao-nao-vender-redes-sociais-patrocinadores\\_29845.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/analise-times-de-sp-falham-ao-nao-vender-redes-sociais-patrocinadores_29845.html)>. Acesso em: 05 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Audiência do são paulo na globo cai a cada jogo.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/audiencia-do-sao-paulo-na-globo-cai-a-cada-jogo\\_25137.html#ixzz49xul8y8e](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/audiencia-do-sao-paulo-na-globo-cai-a-cada-jogo_25137.html#ixzz49xul8y8e)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Brasileiro de 2012 inicia com ibope menor que 2011.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/brasileiro-de-2012-inicia-com-ibope-menor-que-2011\\_19524.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/brasileiro-de-2012-inicia-com-ibope-menor-que-2011_19524.html)>. Acesso em: 03 jul. 2015.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Brasileirão tem primeira queda de audiência no rio e em são paulo.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/brasileirao-tem-primeira-queda-de-audiencia-no-rio-e-em-sao-paulo\\_28342.html#ixzz49fy0ltqj](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/brasileirao-tem-primeira-queda-de-audiencia-no-rio-e-em-sao-paulo_28342.html#ixzz49fy0ltqj)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Clássico rende recorde de audiência a rede globo.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/classico-rende-recorde-de-audiencia-a-rede-globo\\_24810.html#ixzz49xphavi5](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/classico-rende-recorde-de-audiencia-a-rede-globo_24810.html#ixzz49xphavi5)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Clássicos batem recorde de audiência no rio e em são paulo.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/classicos-batem-recorde-de-audiencia-no-rio-e-em-sao-paulo\\_27158.html#ixzz49d9gmkvp](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/classicos-batem-recorde-de-audiencia-no-rio-e-em-sao-paulo_27158.html#ixzz49d9gmkvp)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Clássicos salvam audiência do santos em 2013.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/classicos-salvam-audiencia-do-santos-em-2013\\_25720.html#ixzz49xkffrca](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/classicos-salvam-audiencia-do-santos-em-2013_25720.html#ixzz49xkffrca)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Com jogo na segunda-feira cbf apresenta brasileiro 2016.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/com-jogo-na-segunda-feira-cbf-apresenta-brasileirao-2016\\_30363.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/com-jogo-na-segunda-feira-cbf-apresenta-brasileirao-2016_30363.html)>. Acesso em: 03 mai. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Com sequência corintiana globo perde audiência.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/com-sequencia-corintiana-globo-perde-audiencia\\_24776.html#ixzz49xrhgpe4](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/com-sequencia-corintiana-globo-perde-audiencia_24776.html#ixzz49xrhgpe4)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Corinthians detem cinco melhores medidas da globo.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-detem-cinco-melhores-medias-da-globo\\_25019.html#ixzz49xtxmbpk](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-detem-cinco-melhores-medias-da-globo_25019.html#ixzz49xtxmbpk)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Corinthians iguala seu pior ibope no brasileiro.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-igual-a-seu-pior-ibope-no-brasileiro\\_25402.html#ixzz49xdvywvg](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-igual-a-seu-pior-ibope-no-brasileiro_25402.html#ixzz49xdvywvg)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Corinthians inicia brasileiro com ibope abaixo da**

**media.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-inicia-brasileiro-com-ibope-abaixo-da-media\\_19618.html#ixzz49wzidl0](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-inicia-brasileiro-com-ibope-abaixo-da-media_19618.html#ixzz49wzidl0)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Corinthians torna-se o time do horário nobre.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-torna-se-o-time-do-horario-nobre\\_25684.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-torna-se-o-time-do-horario-nobre_25684.html)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Corinthians x flamengo tem metade das tvs ligadas em são paulo.** Disponível em:

<[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-x-flamengo-tem-metade-das-tvs-ligadas-em-sao-paulo\\_27116.html#ixzz49d9uvwjg](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/corinthians-x-flamengo-tem-metade-das-tvs-ligadas-em-sao-paulo_27116.html#ixzz49d9uvwjg)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Derrota corintiana rende maior ibope do brasileiro.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/derrota-corintiana-rende-maior-ibope-do-brasileiro\\_24162.html#ixzz49xbryxn](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/derrota-corintiana-rende-maior-ibope-do-brasileiro_24162.html#ixzz49xbryxn)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Deslocado, brasileirão dá audiência de copa sp.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/deslocado-brasileirao-da-audiencia-de-copa-sp\\_20055.html#ixzz49x8nmpch](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/deslocado-brasileirao-da-audiencia-de-copa-sp_20055.html#ixzz49x8nmpch)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Dono dos domingos, são paulo perde audiência.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/dono-dos-domingos-sao-paulo-perde-audiencia\\_25312.html#ixzz49xbrnlbv](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/dono-dos-domingos-sao-paulo-perde-audiencia_25312.html#ixzz49xbrnlbv)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Em 2013 corinthians ganha jogos e ibope.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/em-2013-corinthians-ganha-jogos-e-ibope\\_25738.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/em-2013-corinthians-ganha-jogos-e-ibope_25738.html)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Em são paulo emissoras perdem um ponto no ibope com brasileiro.** Disponível em:

<[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/em-sao-paulo-emissoras-perdem-um-ponto-no-ibope-com-brasileiro\\_27002.html#ixzz49d6004gs](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/em-sao-paulo-emissoras-perdem-um-ponto-no-ibope-com-brasileiro_27002.html#ixzz49d6004gs)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Estreia da arena corinthians registra audiência de**

**clássico.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/estreia-da-arena-corinthians-registra-audiencia-de-classico\\_26453.html#ixzz49cxdkubx](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/estreia-da-arena-corinthians-registra-audiencia-de-classico_26453.html#ixzz49cxdkubx)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Futebol encosta em recorde negativo no fim de semana.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/futebol-encosta-em-recorde-negativo-no-fim-de-semana\\_27077.html#ixzz49d8zgkxc](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/futebol-encosta-em-recorde-negativo-no-fim-de-semana_27077.html#ixzz49d8zgkxc)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Globo e band mantem audiência no brasileiro.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/globo-e-band-mantem-audiencia-no-brasileiro\\_24611.html#ixzz49xohnzci](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/globo-e-band-mantem-audiencia-no-brasileiro_24611.html#ixzz49xohnzci)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Globo e band vão mal na estreia do brasileiro.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/globo-e-band-vao-mal-na-estrela-do-brasileiro\\_24068.html#ixzz49xi0n4mw](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/globo-e-band-vao-mal-na-estrela-do-brasileiro_24068.html#ixzz49xi0n4mw)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Globo obtém melhor audiência de mês são paulino.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/globo-obtem-melhor-audiencia-de-mes-sao-paulino\\_25183.html#ixzz49xv7hh4b](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/globo-obtem-melhor-audiencia-de-mes-sao-paulino_25183.html#ixzz49xv7hh4b)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Goleada do corinthians iguala recordes de audiência do brasileiro.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/goleada-do-corinthians-igualarecordes-de-audiencia-do-brasileiro\\_26491.html#ixzz49cxbybg](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/goleada-do-corinthians-igualarecordes-de-audiencia-do-brasileiro_26491.html#ixzz49cxbybg)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Mesmo com santos x corinthians, dia dos pais prejudica ibope do futebol em sp.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/mesmo-com-santos-x-corinthians-dia-dos-pais-prejudica-ibope-do-futebol-em-sp\\_26941.html#ixzz49d3mmizq](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/mesmo-com-santos-x-corinthians-dia-dos-pais-prejudica-ibope-do-futebol-em-sp_26941.html#ixzz49d3mmizq)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Na audiência, são paulo repete corinthian com a globo.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/na-audiencia-sao-paulo-repete-corinthians-com-globo\\_27045.html#ixzz49d7q0dhw](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/na-audiencia-sao-paulo-repete-corinthians-com-globo_27045.html#ixzz49d7q0dhw)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **No ibope estrei do brasileirão tem alta em relação ao ano passado.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/no-ibope-estrela-do-brasileirao-tem-alta-em-relacao-ao-ano-passado\\_28297.html#ixzz49fxcjldk](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/no-ibope-estrela-do-brasileirao-tem-alta-em-relacao-ao-ano-passado_28297.html#ixzz49fxcjldk)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **No ibope estreia do brasileirão tem alta em relação ao ano passado.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/no-ibope-estrela-do-brasileirao-tem-alta-em-relacao-ao-ano-passado\\_28297.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/no-ibope-estrela-do-brasileirao-tem-alta-em-relacao-ao-ano-passado_28297.html)>. Acesso em: 02 mar. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Palmeiras perde para corinthians e são paulo na**

**audiência de estreia do brasileiro.** Disponível em:

<[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/palmeiras-perde-para-corinthians-e-sao-paulo-na-audiencia-de-estreia-do-brasileiro\\_26356.html#ixzz49cw8g3fg](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/palmeiras-perde-para-corinthians-e-sao-paulo-na-audiencia-de-estreia-do-brasileiro_26356.html#ixzz49cw8g3fg)>.

Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Pela segunda vez santos rende pior ibope da globo.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/pela-segunda-vez-santos-rende-pior-ibope-da-globo\\_24836.html#ixzz49xqf6bmf](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/pela-segunda-vez-santos-rende-pior-ibope-da-globo_24836.html#ixzz49xqf6bmf)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Rodada do campeonato brasileiro volta a ter alta no ibope.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/rodada-do-campeonato-brasileiro-volta-ter-alta-no-ibope\\_27178.html#ixzz49d72uvyc](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/rodada-do-campeonato-brasileiro-volta-ter-alta-no-ibope_27178.html#ixzz49d72uvyc)>.

Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Santos marca piores domingos do brasileirão 2012 na globo.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/santos-marca-piores-domingos-do-br-2012-na-globo\\_20173.html#ixzz49x9vhwou](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/santos-marca-piores-domingos-do-br-2012-na-globo_20173.html#ixzz49x9vhwou)>.

Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Santos reserva gera recorde negativo na globo.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/santos-reserva-gera-recorde-negativo-na-globo\\_19857.html#ixzz49x0mqffs](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/santos-reserva-gera-recorde-negativo-na-globo_19857.html#ixzz49x0mqffs)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Sábado derruba audiência do são paulo no campeonato brasileiro.**

Disponível em:

<[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/sabado-derruba-audiencia-do-sao-paulo-no-campeonato-brasileiro\\_27228.html#ixzz49daev3db](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/sabado-derruba-audiencia-do-sao-paulo-no-campeonato-brasileiro_27228.html#ixzz49daev3db)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **São paulo e corinthians registram pior audiência dos últimos oito clássicos.**

Disponível em:

<[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/sao-paulo-e-corinthians-registram-pior-audiencia-dos-ultimos-oito-classicos\\_26396.html#ixzz49cwgw200](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/sao-paulo-e-corinthians-registram-pior-audiencia-dos-ultimos-oito-classicos_26396.html#ixzz49cwgw200)>. Acesso em:

09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **São paulo e fluminense têm baixas na audiência em dia das crianças.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/sao-paulo-e-fluminense-tem-baixas-na-audiencia-em-dia-das-criancas\\_27272.html#ixzz49dbdgvnb](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/sao-paulo-e-fluminense-tem-baixas-na-audiencia-em-dia-das-criancas_27272.html#ixzz49dbdgvnb)>.

Acesso em: 10 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **São paulo recupera audiência na globo.**

Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/sao-paulo-recupera-audiencia-na-globo\\_25362.html#ixzz49xdcpdbh](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/sao-paulo-recupera-audiencia-na-globo_25362.html#ixzz49xdcpdbh)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

MÁQUINA DO ESPORTE. **Vitória do corinthians sobre cruzeiro bate recorde**

**de audiência.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/vitoria-do-corinthians-sobre-cruzeiro-bate-recorde-de-audiencia\\_27254.html#ixzz49dabpyhe](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/vitoria-do-corinthians-sobre-cruzeiro-bate-recorde-de-audiencia_27254.html#ixzz49dabpyhe)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

**MÁQUINA DO ESPORTE. Último jogo antes da parada decepciona no ibope.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/ultimo-jogo-antes-da-parada-decepciona-no-ibope\\_24245.html#ixzz49xjsfmjv](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/ultimo-jogo-antes-da-parada-decepciona-no-ibope_24245.html#ixzz49xjsfmjv)>. Acesso em: 09 abr. 2016.

**MÁQUINA DO ESPORTES. No domingo, estreia santista na tv mantém audiência em baixa.** Disponível em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/no-domingo-estreia-santista-na-tv-mantem-audiencia-em-baixa\\_26980.html#ixzz49d3idfuu](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/no-domingo-estreia-santista-na-tv-mantem-audiencia-em-baixa_26980.html#ixzz49d3idfuu)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

**OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. O que seria do futebol sem a televisão.** Disponível em: <[http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/\\_ed704\\_o\\_que\\_seria\\_do\\_futebol\\_sem\\_a\\_televisao/](http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/_ed704_o_que_seria_do_futebol_sem_a_televisao/)>. Acesso em: 04 fev. 2015.

**PORTAL BRASIL. Brasil registra 19,65 milhões de assinantes na tv paga.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2014/12/brasil-registra-19-65-milhoes-de-assinantes-de-tv-paga>>. Acesso em: 26 fev. 2016.

**REDE RECORD. História.** Disponível em: <<http://rederecord.r7.com/historia/>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

**SKY. Premiere fc conheça.** Disponível em: <<http://www.sky.com.br/site/compra-online/premiere-fc/conheca.aspx>>. Acesso em: 25 fev. 2016.

**TORCEDORES.COM. Brasileiro: saiba quanto seu clube ganha de dinheiro da tv globo.** Disponível em: <<http://torcedores.com/noticias/2015/09/brasileirao-saiba-quanto-seu-clube-ganha-de-dinheiro-da-tv-globo/5>>. Acesso em: 02 abr. 2015.

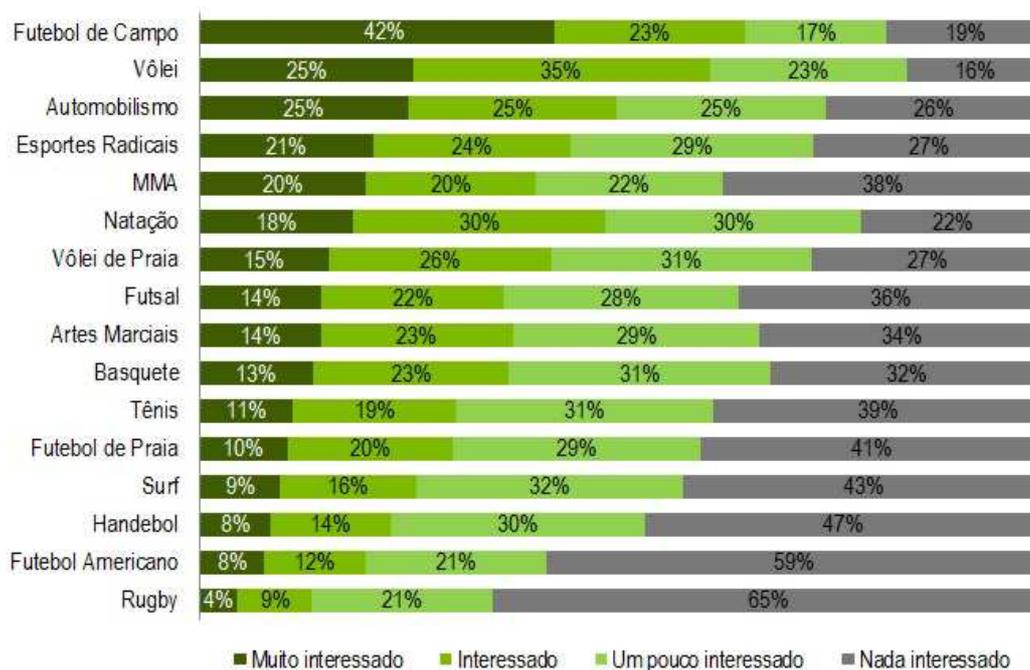
**ZERO HORA. Entenda como funciona a medição de audiência do ibope.** Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2015/04/entenda-como-funciona-a-medicao-de-audiencia-do-ibope-4739225.html>>. Acesso em: 03 mar. 2016.

## ANEXOS

### IMAGENS E REPRODUÇÕES

#### Grau de interesse pelo esporte (%)

Fonte: IBOPE Repucom, Sponsorlink Brasil – Onda 3 (Junho'2014)



#### Valores referentes ao rateio dos clubes pela venda dos pacotes pay per view em 2014.

Fonte: Ibope/Datafolha

## RATEIO MÍNIMO GARANTIDO - R\$ 300.000.000

	Flamengo	RJ	R\$	45.481.016		Internacional	RS	R\$	16.788.828
	Corinthians	SP	R\$	38.424.735		Botafogo	RJ	R\$	11.520.889
	Cruzeiro	MG	R\$	24.458.777		Bahia	BA	R\$	11.128.115
	Atletico Mineiro	MG	R\$	23.052.877		Santos	SP	R\$	10.468.180
	Grêmio	RS	R\$	21.547.828		Vitória	BA	R\$	6.874.848
	São Paulo	SP	R\$	20.142.655		Coritiba	PR	R\$	4.716.728
	Vasco	RJ	R\$	20.028.848		Sport	PE	R\$	4.433.381
	Palmeiras	SP	R\$	17.738.628		Atletico Paranaense	PR	R\$	3.772.830
	Fluminense	RJ	R\$	17.370.833		Goias	GO	R\$	2.036.394

Fonte: Ibope/Datafolha

**RANKING**
PREMIERE | GLOBOSAT

Ranking dos 18 clubes participantes do Premiere. Comparativo dos anos 2013/2014.

Fonte: Ibope/Datafolha

## RANKING DOS 18 CLUBES CEDENTES

MÉDIA DATAFOLHA E IBOPE

Ranking	Clubes	UF	% Pesquisa		Dif (pp)	Ranking	Clubes	UF	% Pesquisa		Dif (pp)
			2014	2013					2014	2013	
0	1º Flamengo	RJ	15,2%	14,8%	0,42	0	10º Internacional	RS	5,8%	5,5%	0,35
0	2º Corinthians	SP	12,8%	12,7%	0,15	0	11º Botafogo	RJ	3,8%	3,8%	-0,04
3	3º Cruzeiro	MG	8,2%	7,3%	0,98	1	12º Bahia	BA	3,7%	3,8%	0,10
-1	4º Atlético Mineiro	MG	7,7%	8,4%	-0,73	-1	13º Santos	SP	3,5%	3,8%	-0,28
2	5º Grêmio	RS	7,2%	8,8%	-0,28	0	14º Vitória	BA	2,3%	2,8%	-0,28
-1	6º São Paulo	SP	6,7%	7,6%	-0,83	0	15º Coritiba	PR	1,8%	1,4%	0,14
-3	7º Vasco	RJ	6,7%	8,3%	-1,57	0	16º Sport	PE	1,5%	1,2%	0,32
1	8º Palmeiras	SP	5,8%	5,6%	0,25	0	17º Atlético Paranaense	PR	1,3%	1,1%	0,13
-1	9º Fluminense	RJ	5,8%	6,8%	-0,28	0	18º Goiás	GO	0,7%	0,5%	0,15

Fonte: Ibope/Datafolha

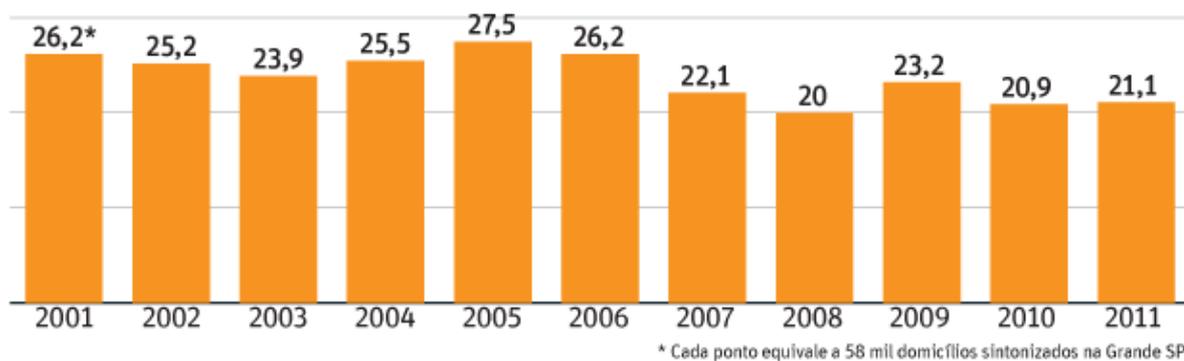
**RANKING**
PREMIERE | GLOBOSAT

## Audiência do futebol na Globo

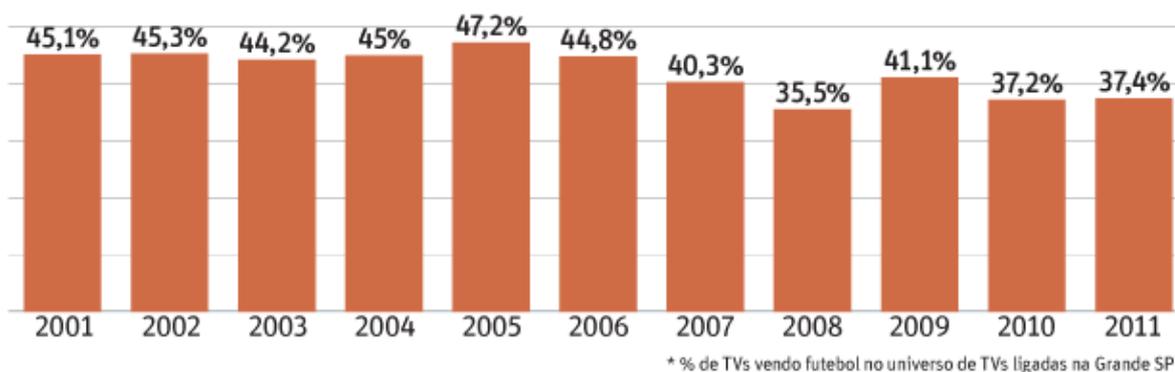
Fonte: Editoria de Arte/FolhaPress

### A AUDIÊNCIA DO FUTEBOL NA GLOBO

Ibope do Brasileirão na Grande SP caiu 20%



A participação do futebol na TV caiu 17%\*



Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/columnistas/ricardofeltrin/1017884-audiencia-do-futebol-na-globo-cai-mas-cota-de-patrocinio-aumenta-123.shtml>>