

## **As transmissões de futebol no TikTok: estudo de caso de Ceará x CSA na Copa do Nordeste 2021<sup>1</sup>**

Eduardo Costa ANDRADE<sup>2</sup>

Emerson Maciel ESTEVES<sup>3</sup>

Lucas Rodrigues FÉLIX<sup>4</sup>

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### **RESUMO**

A transmissão da partida entre Ceará e CSA, válida pela Copa do Nordeste de 2021, foi realizada de forma pioneira pela plataforma de vídeos curtos TikTok. A pesquisa busca contextualizar os acontecimentos para a percepção sobre os diferenciais dessa cobertura antes e depois da sua concretização em campo. Para tal, são apresentadas a historicização da competição dos conceitos de pré e pós-jogo, das transmissões esportivas no Brasil, da realização da Copa do Nordeste e da ascensão do TikTok. Dessa forma, torna-se possível compreender de forma ampla as características aplicadas para atrair o público ao aplicativo e os seus diferenciais em relação a uma transmissão convencional.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Audiovisual; Copa do Nordeste; Futebol; TikTok; Transmissões Esportivas

### **METODOLOGIA**

A análise em questão será feita por meio de um estudo de caso. Tal metodologia é “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 04 – Comunicação Audiovisual, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduado em Jornalismo e mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe (UFS), e-mail: eduardocostaandrade98@gmail.com

<sup>3</sup> Graduado em Jornalismo e mestrando em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe (UFS), e-mail: emersonmesteves@gmail.com

<sup>4</sup> Graduando em Comunicação Social – Audiovisual, graduado em Comunicação Social – Jornalismo e mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e-mail: falecomlucasfelix@gmail.com

estão claramente definidos” (YIN, 2001, p. 32). Segundo o autor, o estudo de caso aplica uma abordagem mais exploratória aos objetos que são estudados. Ele tem cinco situações de usos diferentes: pode explicar os vínculos causais em intervenções complexas da vida real; descrever uma intervenção e seu contexto real; ilustrar tópicos dentro de uma avaliação; explorar situações em que a intervenção avaliada não apresenta resultados; ou uma “metaavaliação” (idem, 2001).

Esta análise fará uso de um registro em arquivo – transmissão no TikTok do jogo entre Ceará e CSA, em 31 de março de 2021, pela sexta rodada da Copa do Nordeste. Falando no jogo, ele é o único conteúdo utilizado no *corpus* da análise. Isso se dá pelo fato de ter sido disponibilizada de forma pública a exibição dos pré e pós-jogos completos, além da partida apenas com o áudio da narração. O arquivo está no canal oficial da Copa do Nordeste no YouTube. Outras transmissões pelo TikTok foram feitas na mesma competição, mas no próprio aplicativo, sem que fossem salvas no *feed* para futuro acompanhamento.

## **CARACTERÍSTICAS DA TRANSMISSÃO DE FUTEBOL**

Na transmissão esportiva de um evento ao vivo, como a cobertura de uma partida de futebol, três momentos se destacam. O pré-jogo, a narração e o pós-jogo são elementos fundamentais que ajudam a contar a história da partida para o público, seja numa mídia exclusivamente sonora (rádio), audiovisual (televisão) ou na web. Cabe à transmissão esportiva criar expectativas, fantasias, informar e opinar, com o intuito de envolver o público. “Em última instância, implica pensar que a performance dos jogadores não faz sentido separada do contexto do jogo, o que implica pensar no encontro não apenas de duas equipes, mas de comunidades de sentimento pontualmente representadas” (DAMO, 2011, p.79). A transmissão dentro da mídia audiovisual como a televisão ou no YouTube, por exemplo, dispõe do recurso de utilizar a imagem para auxiliar a criação de ambiente de emoção e espetáculo.

A transmissão, para além da própria narração dos 90 minutos, é marcada por dois momentos importantes: o pré e o pós-jogo. O pré-jogo acontece obrigatoriamente antes do início da partida. Neste momento a equipe da transmissão traz informações, dados, entrevistas, histórico de confronto entre as equipes, desfalques e reforços dos times,

curiosidades, entre outros pontos. É o momento de contextualização, como as duas equipes se prepararam para a partida, e é comum a utilização de entrevistas com atores importantes do evento. “[...] Acrescenta ao jogo, em termos de expectativas, comentários, fantasias e assim por diante; e a partir daquilo que o público aficionado fez, ao longo de décadas, para tornar os jogos tão absorventes, repletos de virtuosismos, enfim, espetaculares” (DAMO, 2011, p.79).

Após o término da narração do jogo, o locutor inicia a transmissão do pós-jogo. A terceira fase da transmissão esportiva da cobertura de um jogo de futebol é marcada pela repercussão do resultado da partida. A entrevista com jogadores e treinadores volta a se tornar um elemento importante para contar a história ao público. Além dela, outros agentes podem estar presentes nessa fase, como comentaristas, que também podem ser ex-jogadores, e personagens importantes para o esporte e para a história do jogo (SILVEIRA, 2009). No ambiente audiovisual, é comum utilizar elementos visuais para informar a tabela de classificação, os próximos confrontos da equipe além de imagens do estádio após o término da partida.

Como a televisão transmite a imagem, apenas narrar o que o telespectador está vendo é pouco, é preciso buscar algo mais. Entrevistas pré e pós-jogo, trazer informações históricas ± dados, perspectivas, preparação dos times durante os dias anteriores, história do confronto. [...] (SILVEIRA, 2009 p. 74-75)

## **HISTÓRICO DA TRANSMISSÃO DE FUTEBOL NO BRASIL**

Ao longo do século XX, o futebol se transformou em um símbolo nacional para além do seu aspecto competitivo, com a Seleção Brasileira e os principais clubes do país por muitas vezes caracterizando a essência da população e despertando sensações superlativas nas pessoas, numa relação de interdependência com a imprensa que acompanhou a evolução das transmissões dos jogos no rádio, na televisão e na internet.

No início do referido século, a modalidade passou a dividir as páginas dos jornais impressos com o turfe e o remo, que eram mais populares para a mídia até o final dos anos 1890 (FÉLIX, 2017, p. 27). A ascensão ocorreu em um contexto do início da disputa de torneios profissionais entre os clubes e da formação de uma Seleção Brasileira, que ocorreu pela primeira vez em 1914. Em 1919, o país sediou e conquistou o Campeonato

---

Sul-Americano, predecessor da atual Copa América. No mesmo período, o futebol se consolidou como uma das maiores atrações dos Jogos Olímpicos, chegando a responder por cerca de 30% de toda a receita da edição realizada em Paris, no ano de 1924. O êxito motivou que a Fifa decidisse realizar uma competição global entre países. A primeira Copa do Mundo, realizada em 1930, foi sediada no Uruguai. O Brasil, que até hoje segue como único time nacional presente em todas as edições já realizadas do Mundial, ficou em sexto lugar.

Essa Copa, contudo, ainda não foi ouvida no rádio, que havia iniciado suas transmissões no país somente oito anos antes. Uma partida de futebol foi contada ao vivo aos brasileiros para além dos presentes no estádio somente em 1931, quando o narrador Nicolau Tuma conduziu a transmissão de um duelo entre as seleções estaduais de São Paulo e do Paraná. Embora alguns lances de outros jogos já houvessem sido acompanhados ao vivo dentro de programas, foi a primeira vez em que uma partida foi narrada de forma completa, lance a lance. Dessa forma, o feito diferenciou-se completamente das reportagens para inaugurar um novo gênero, que segue como base de rádios por todo o país até a atualidade. Assim, o jogo vencido pelos paulistas por 6 a 4 assim marcou também o início da simbiose entre audiovisual e mídia no país.

Foi uma vitória para ambos. Se o futebol ainda não era tão popular, o rádio tampouco. A união, contudo, fez com que o veículo e o esporte se popularizassem unidos, com as transmissões sendo ouvidas em ambientes públicos, como cafeterias. Foi a oportunidade para que a modalidade alcançasse a expressiva porcentagem da população que ainda era analfabeta nos anos 1930 e assim, evidentemente, não consumia jornais e revistas impressos.

O rádio esportivo teve grande influência no desenvolvimento da mídia radiofônica. Como um dos primeiros gêneros a se firmar no meio, o radiojornalismo esportivo foi obrigado a improvisar equipamentos e descobrir técnicas novas para colocar no ar suas irradiações. A necessidade de acompanhar excursões de clubes e da seleção brasileira ao exterior fez com que os profissionais da área explorassem as potencialidades tecnológicas que surgiam na radiodifusão mundial.

A descoberta de uma linguagem adequada para o rádio, a implantação do departamento estruturado, o âncora e o sistema de gravação, são alguns dos exemplos das novidades lançadas pelo segmento e que mais tarde foram levadas para o radiojornalismo e outros departamentos do meio.

---

Em grande parte, o rádio esportivo evoluiu mais rapidamente que outros segmentos por causa do futebol, modalidade que sempre foi o carro-chefe da sua programação. O gênero acompanhou o progresso desse esporte no país e foi muito importante na transformação do futebol em um produto de massa. (SOARES, 1994, P. 51)

Essa conjunção favorável, contudo, não diminuiu os desafios envolvidos para a continuidade das transmissões. Nos estádios ainda sem estrutura, as equipes de rádio muitas vezes necessitavam pegar linhas telefônicas emprestadas de estabelecimentos dos arredores. Em um tempo das camisas ainda sem os números de identificação, os jogadores eram realçados aos ouvintes pelas suas características físicas. E muitos dirigentes temiam ainda que o público preferisse ouvir os jogos a os acompanhar presencialmente, reduzindo o faturamento com a venda de ingressos. O temor, que não se confirmou, foi repetido durante a expansão das exibições televisivas.

Em 1938, as transmissões radiofônicas de futebol finalmente ganharam caráter nacional, graças a formação de um *pool* de emissoras que compartilhou os direitos da Copa do Mundo realizada na França. Foram transmitidos os 5 jogos da Seleção Brasileira, que terminou o torneio na terceira colocação, e a final entre a campeã Itália e a Hungria. Em São Paulo, alto-falantes foram instalados em praças públicas para que a população acompanhasse as narrações, que eram audíveis mesmo que com eventuais interferências.

Já em 1962, quando o Brasil conquistou o bicampeonato no Chile ao vencer a Tchecoslováquia por 3 a 1, a população contava com aparelhos mais portáteis, que garantiam o acompanhamento dos jogos mesmo durante os deslocamentos no transporte. Esse também foi o primeiro Mundial exibido pela televisão, porém apenas em videoteipes levados ao ar dois dias após os confrontos. Dois anos antes, a Olimpíada de Roma já havia sido exibida utilizando expediente similar (LÉO, 2017), num período em que o Brasil acumulou conquistas também no basquete masculino, no boxe (Éder Jofre) e no tênis (Maria Esther Bueno).

Um pouco antes na linha do tempo, a primeira transmissão televisiva de futebol no Brasil havia ocorrido em 1955, celebrando os cinco anos da TV no país. Com as imagens ainda em preto e branco, a exibição manteve diversas características do modelo radiofônico, acentuando o modelo brasileiro de maior emoção que se consolidou durante o período da II Guerra Mundial, quando basicamente apenas as competições internas

---

seguiram normalmente. Nas décadas após o conflito, o mundo globalizado alterou esse cenário, mas não o gosto nacional pela utilização de vinhetas e apelidos, por exemplo.

Em 1970, a Copa do Mundo do México foi a primeira transmitida ao vivo e em cores para o país via televisão, sendo igualmente a pioneira em fazer com que a exibição por imagens efetivamente atingisse mais milhões de indivíduos do que o rádio. A cobertura via satélite contou com uma equipe de quarenta integrantes da Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações) para a sua realização<sup>5</sup>. A aquisição dos direitos recorreu novamente ao formato de *pool*, unindo a Tupi, a Rede de Emissoras Independentes – que incluía a TV Record de São Paulo, a TV Rio e outros canais regionais - e a Globo, que transmite todas as edições do torneio desde então. A decisão, que teve vitória da Seleção Brasileira por 4 a 1 contra a Itália para a conquista do tricampeonato, foi sintonizada em 100% dos televisores ligados na época.

A conquista dos atletas comandados pelo técnico Mário Jorge Lobo Zagallo consolidou a imagem do “país do futebol” também entre as suas prioridades midiáticas, com os anos seguintes promovendo a expansão do número de campeonatos transmitidos, passando a incluir os torneios de clubes europeus, que a partir dos anos 1980 conseguiram consolidar o cenário financeiro de aquisição dos principais jogadores sul-americanos. Nos anos 1990, a novidade foi a chegada dos canais por assinatura, incluindo redes dedicadas ao esporte em sua totalidade.

Os avanços tecnológicos seguiram aliados ao futebol no século XXI. A final da Copa do Mundo de 2002, em que o Brasil superou a Alemanha por 2 a 0 para se tornar pentacampeão, foi o primeiro jogo exibido em alta definição para o país. A novidade foi exclusiva para salas de cinema situadas em São Paulo e no Rio de Janeiro<sup>6</sup>. Em 2016, a Olimpíada do Rio de Janeiro contou com transmissões experimentais em 8k, uma

---

<sup>5</sup> As imagens eram distribuídas para o Nordeste e o Centro-Oeste por uma antena localizada em Itaboraí, no interior do Rio de Janeiro. De São Paulo, a transmissão era irradiada para o Sul e parte do Centro-Oeste. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/copa-na-tv/copa-de-1970-foi-em-cores-mas-maioria-tinha-tv-preta-e-branca-3722>. Acesso em: 15 ago. 2023.

<sup>6</sup> A partida foi realizada no estádio de Yokohama, no Japão. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/copa-do-mundo-da-coreia-e-japao/noticia/copa-do-mundo-da-coreia-e-japao.ghtml>. Acesso em: 15 ago. 2023.

---

resolução dezesseis vezes superior ao sinal digital comum<sup>7</sup>. O futebol, que teve o Brasil como campeão do torneio olímpico pela primeira vez na história ao bater também a Alemanha por 5 a 4 nos pênaltis, esteve incluído entre as modalidades que testaram a tecnologia.

## A COPA DO NORDESTE

A Copa do Nordeste, realizada novamente de forma ininterrupta desde 2013, é atualmente um exemplo de gestão de sucesso no esporte nacional. Ela possui uma edição anual, se consolidando como a principal competição regional do futebol brasileiro.

O torneio surgiu oficialmente em 1994, após décadas de tentativas pontuais de organização de campeonatos que contemplassem a disputa entre as equipes de vários estados nordestinos. No modelo adotado desde 2013, a CBF e a Liga do Nordeste passaram a dividir atribuições para a organização do campeonato, que ganhou elementos de referências regionais (OLIVEIRA, 2016). Em 2019, último ano com presença integral de público na competição antes do confronto analisado na pesquisa, a Copa do Nordeste teve uma média de 7.738 torcedores por jogo, sendo o sétimo torneio de clubes mais prestigiado pelos brasileiros por esse critério<sup>8</sup>. No total, houve a venda de mais de meio milhão de ingressos para os jogos da edição.

Para Vasconcelos e Abreu (2015, p. 22), “o futebol nordestino seria rico em um elemento fundamental: a torcida. O torcedor nordestino (...) é descrito como o mais apaixonado” durante o processo de volta do campeonato. Segundo a Kantar Ibope, a derradeira partida decisiva da Copa do Nordeste de 2021 atingiu médias de 22 pontos em Fortaleza e 17 em Salvador. Em ambas as cidades, o SBT atingiu a liderança isolada<sup>9</sup>. Os direitos comerciais da Copa do Nordeste eram geridos pela LiveMode, que apontou

---

<sup>7</sup> As sessões utilizando a tecnologia foram realizadas no Museu do Amanhã, na Zona Portuária da capital fluminense. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/07/10/de-estudio-olimpico-a-time-de-ouro-globo-promete-maior-cobertura-da-historia-100441.php>. Acesso em: 15 ago. 2023.

<sup>8</sup> O torneio ficou atrás apenas, respectivamente, da Taça Libertadores da América, da Copa SulAmericana, da primeira divisão do Campeonato Brasileiro, da Copa do Brasil e dos torneios estaduais de São Paulo e do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-nobrasil/2019/index.html>. Acesso em: 04 jul. 2023.

<sup>9</sup> Cada ponto representa mais de 36 mil telespectadores em cada município. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2021/05/sbt-lidera-audiencia-com-a-transmissao-da-final-da-copado-nordeste.shtml>. Acesso em: 04 jul. 2023.

---

recordes de patrocinadores<sup>10</sup> e ativações em 2021. O torneio também busca inovar com transmissões por diferentes sites e aplicativos. Incursões gratuitas, seja com a exibição de imagens ou apenas o áudio da narração, foram testadas em parcerias com o YouTube, o Facebook, a Twitch e o TikTok. A parceria com o aplicativo chinês de vídeos foi a primeira transmissão de futebol da história do app em nível mundial.

Desde o seu retorno, ela apresentou vários formatos diferentes de transmissão. Em 2021, ano estudado neste artigo, a transmissão ocorria no SBT na TV aberta, no Fox Sports na TV fechada, além de através de um canal exclusivo em *pay-per-view* nas operadoras Net/Claro e Sky, e no serviço de streaming Nordeste FC (FOLHA PE, 2021).

Mas uma novidade a nível mundial chamou a atenção. Pela primeira vez, a rede social de vídeos curtos TikTok, tendência em todo o mundo, transmitiu partidas de futebol. E o começo da experiência se deu justamente pela Copa do Nordeste, com a partida entre Ceará e CSA, em 31 de março de 2021 (TIKTOK, 2021).

## O TIKTOK

O TikTok, aplicativo voltado para a edição e o compartilhamento de vídeos curtos, foi lançado no mercado chinês em 2016 pela companhia ByteDance<sup>11</sup> com a marca Douyin, popularizando-se rapidamente no país. No ano seguinte, foi disponibilizado também internacionalmente, repetindo o êxito em outras nações asiáticas. O ingresso nos Estados Unidos foi baseado na compra ocorrida em 2017 do aplicativo Musical.ly<sup>12</sup>, que já possuía uma base relevante dentro do público adolescente. Entre os estadunidenses, o TikTok alcançou a sua maior repercussão inicial justamente através de lançamentos musicais que transpassaram o app.

---

<sup>10</sup> 15 marcas associaram suas imagens ao evento, mais do que o dobro no ano anterior. Disponível em: <https://propmark.com.br/mercado/copa-do-nordeste-2021-bate-recordes-de-patrocinadores-e-acoefs/>. Acesso em: 04 jul. 2023.

<sup>11</sup> O valor de mercado da *startup* sediada em Pequim é estimado em mais de 75 bilhões de dólares. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2020/07/quem-e-o-criador-do-tiktok-cinco-fatossobre-a-bytedance.ghtml>. Acesso em: 04 jul. 2023.

<sup>12</sup> O custo da operação é apontado como de cerca de 1 bilhão de dólares. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/tecnologia/2020-01-19/o-lado-escuro-do-tiktok-a-rede-social-chinesa-dosvideos-curtos.html>. Acesso em: 04 jul. 2023.

---

O alegado medo de que fosse utilizado para fins de espionagem pela China fez com que o então presidente Donald Trump bloqueasse o aplicativo em território estadunidense durante os meses finais de seu mandato. A ferramenta foi liberada somente quando anunciou um acordo para que a operação local fosse controlada por uma nova entidade, que teria a participação da Oracle e do Walmart<sup>13</sup>.

No Brasil, a instalação de uma subsidiária ocorreu em 2018. A partir de 2020, a busca pela massificação passou a contar com a presença de campanhas em televisão aberta, como com o apoio comercial ao *reality show* A Fazenda<sup>14</sup>. Em junho de 2021, ao assumir o patrocínio do *Jornal Nacional*, da TV Globo, o TikTok se transformou em um dos temas mais comentados também em outras redes<sup>15</sup> (FÉLIX, 2022, p. 60). Patrocinador da Eurocopa em nível global, o aplicativo vê o esporte como uma das suas principais ferramentas de ampliação no Brasil, e durante a pandemia, diversos clubes brasileiros popularizaram seus perfis, incluindo as equipes nordestinas.

### 31 DE MARÇO DE 2021, CEARÁ x CSA

O dia 31 de março de 2021 marca uma transmissão histórica: pela primeira vez um jogo de futebol seria exibido ao vivo pelo TikTok em todo o mundo. Na ocasião, Ceará e CSA se enfrentaram na Arena Castelão, em Fortaleza, pela sexta rodada da fase de grupos da Copa do Nordeste. Vale lembrar que o Castelão estava sem público, ainda como medida de segurança por conta da pandemia de covid-19.

---

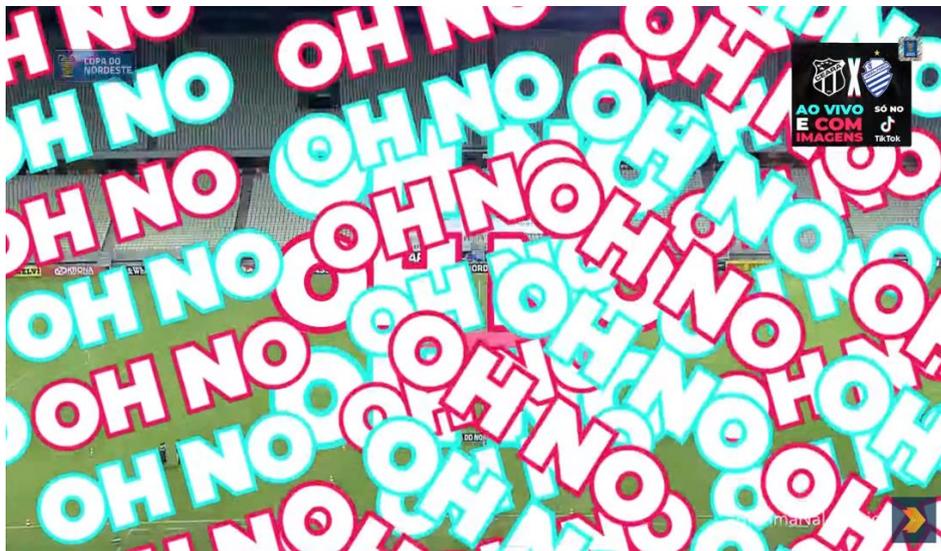
<sup>13</sup> O negócio foi paralisado durante a gestão de Joe Biden e o aplicativo, assim como o WeChat e outras ferramentas populares de origem chinesa, opera normalmente em território estadunidense durante o mandato democrata. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/02/10/vendado-tiktok-para-oracle-e-walmart-e-paralisada-enquanto-governo-biden-analisa-caso-diz-jornal.ghtml>. Acesso em: 04 jul. 2023.

<sup>14</sup> A atração rural se transformou na mais popular do planeta dentro do gênero no TikTok. Disponível em: <https://afazenda.r7.com/a-fazenda-12/a-fazenda-e-o-maior-reality-show-do-mundo-no-tiktok-06102020>. Acesso em: 04 jul. 2023.

<sup>15</sup> O acordo incluiu também as transmissões de partidas de futebol pelo Grupo Globo. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/tiktok-faz-investimento-milionario-em-um-doscomerciais-mais-caros-da-globo-59224>. Acesso em: 04 jul. 2023.

Importante mencionar que a transmissão ficou disponível no pré-jogo com áudio e imagens também no YouTube, enquanto o jogo em si teve apenas áudio liberado no YouTube, com as imagens exclusivas do TikTok. Ela faz questão de ressaltar a todo momento a importância da novidade, e também o peso que o TikTok possui. Logo no começo o narrador Henrique Pereira abre dizendo: “sejam bem vindos à Copa do Nordeste 2021, nesta inovação que a gente traz pra você [...] agora passa a integrar a rede social do momento”. Em seguida ele chama o comentarista Kelvin Maciel, classificando-o como um “especialista do Tik Tok”. O profissional reforça o título ao responder que “só nesta sua abertura já fiz quatro tiktok’s aqui”.

Também há vários convites ao público para participar pelo chat no TikTok, ou pelo Twitter com a #BrahmaNaLampions, em uma parceria com a cerveja Brahma. A transmissão também se utiliza de recursos do TikTok baseados nos conteúdos que mais viralizavam na época. É o caso de alguns efeitos sonoros, por exemplo, em que os textos apareciam na tela, como o “oh, no” (“oh, não” na tradução em inglês).



Efeito sonoro com a expressão “OH NO” aparecendo na tela em simultâneo (Foto: Reprodução)

A transmissão com imagens recebia o sinal do Nordeste FC, streaming que exibiu de forma exclusiva os jogos do torneio que não iriam para a TV. Porém, ela não se aproveitou dos recursos da TV, buscando criar um exemplo próprio. Podemos destacar como exemplos: a repórter Ana Cláudia Andrade, que estava no campo da Arena Castelão, mas durante as suas entradas a transmissão seguia com o áudio da dupla do

TikTok (mesmo com ela na imagem); e as *Nordestips*, quadro de dicas de apostas em parceria com a empresa Sportingbet, com indicações de apostas para a partida.

São trazidas informações sobre os dois times, em algo mais próximo de uma transmissão tradicional. Porém, com algumas especificidades: há uma análise tática específica para o TikTok, feita por Bruno Ourique; além de uma câmera exclusiva com patrocínio da marca de cosméticos Nivea, com a chegada dos elencos à Arena Castelão.

Em determinado momento, a transmissão convencional do Nordeste FC também faz menções à novidade no TikTok. Dentro de campo, a equipe comandada pela repórter Ana Cláudia Andrade traz o mascote da Copa do Nordeste, Zeca Brito, entregando duas placas, sendo cada uma a um dirigente de Ceará e CSA, comemorando a primeira transmissão da história da rede social em uma partida de futebol.



Placas entregues aos dirigentes celebrando a transmissão (Foto: Reprodução)

O pré-jogo dura no total 1h42min. A partida começa em seguida, com o áudio da transmissão disponível no YouTube, e a exibição completa com imagens no TikTok. São vários os exemplos ao longo do jogo de usos de linguagens mais descontraídas, chamando o público para participar, e até mesmo com o uso de um palavrão. É o caso do intervalo do duelo, quando o canal do TikTok na Copa do Nordeste, que iniciou aquele dia com cerca de 10 mil seguidores, atingiu a marca dos 90 mil. Ao anunciar o feito, o narrador Henrique Pereira pediu permissão ao que ele chamou de “voz da consciência” (referindo-

---

se à voz do coordenador da transmissão em seu ponto eletrônico e disse: “Deixa eu dar uma olhada em como é que está no nosso canal... (risos) a torcida do Nordeste... eu posso falar o que vou falar, voz da consciência? É permitido para a plataforma e o horário? É aquela palavra com ‘F’. Pode? A torcida do Nordeste é f\*\*\*!”.

As exaltações à torcida dos times e à região Nordeste, uma marca característica do Nordeste, são muito fortes. Em outro momento, ao ler mensagens do público no chat, Henrique traz um recado de um seguidor torcedor do Ceará em Baturité, município do interior do estado, e destaca: “Aqui é raiz! Não tem negócio de ‘nhenhenhen’ não, aqui é nordestino raiz!”. O jogo termina com a vitória do Ceará por 2 a 0, e é feito um pequeno pós-jogo de aproximadamente meia hora. Ao final da transmissão, mais um recurso exclusivo: quando a equipe está prestes a encerrar, entra um efeito sonoro com a expressão “apaga luz, apaga tudo”, retirada da música homônima do cantor MC Topre.

Ao final, segundo a própria equipe de transmissão, são mais de 700 mil visualizações únicas, com o canal do Nordeste no TikTok atingindo 100 mil seguidores. Tais números mostram o êxito da iniciativa, que trouxe uma transmissão diferente com uma pegada exclusiva para a rede social em questão, mostrando um pioneirismo na forma de transmitir partidas de futebol, e que aos poucos começa a ser explorado por outros veículos e campeonatos.

## CONCLUSÃO

Assim como a primeira transmissão esportiva na TV aberta possuía elementos absorvidos do rádio, a primeira transmissão esportiva no Tiktok foi influenciada por sua mídia predecessora. No entanto, conforme analisado, a transmissão de Ceará x CSA na Copa do Nordeste 2021 pelo Tiktok trouxe elementos, funcionalidades e possibilidades narrativas específicas permitidas pela plataforma chinesa.

Além de ser considerada um marco nas transmissões esportivas em plataformas móveis, a transmissão da partida analisada possibilita análises relevantes sobre formato, linguagem e, porquê não, da forma de torcer e acompanhar o futebol.

---

O uso de uma linguagem coloquial, que beira ao “vulgar” – com os xingamentos - os recursos visuais específicos da plataforma, como os *pop-us* com textos, e as possibilidades multi-telas, fato observado pela interação entre a transmissão no Tiktok, a retransmissão no Youtube e a exibição do jogo no Nordeste FC. Embora separados não sejam experiências novas ou exclusivas da partida, elas juntas apontam para uma nova forma de contar uma história audiovisual.

A descentralização das transmissões das partidas de futebol no Brasil dialoga diretamente com novas formas, linguagens e formatos de se produzir conteúdo. Não apenas o Tiktok tem olhado para o futebol enquanto produto, outras plataformas como Amazon, HBO Max, Twitch, entre outros, têm firmado parcerias com ligas ao redor do mundo para transmitir os campeonatos.

De estratégia comercial as linguagens e formatos observados, o fato é que o fenômeno está acontecendo. A tendência de substituição de formas de transmissão, por exemplo, Tiktok à televisão, não parece acontecer. A absorção de formatos pré-existentes, numa hibridização midiática, aliado à complementariedade de conteúdo possibilitado pelas multi-telas são hipóteses mais certas. Por fim, as possibilidades de se torcer e acompanhar uma partida de futebol são expandidos. Da tradicional e reconhecida transmissão televisiva, para uma transmissão dinâmica, rápida e horizontal proporcionada pelos aplicativos móveis, são outros aspectos que merecem atenção e observação da academia.

---

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Ana Flávia Nóbrega; SILVA, Luiz Custódio da. **Inovação Midiática e Tradição: (Re)Construção da Identidade Cultural Nordestina Através das Várias Telas do Esporte Interativo**. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste (Anais). Caruaru, 2016.

DAMO, A. S. **Produção e consumo de megaeventos esportivos: apontamentos de uma perspectiva antropológica**. In: Revista de Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, v.8, n.21, p. 67-92, 2011.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, p. 280-304, 2005.

FÉLIX, Lucas Rodrigues. **Futebol na Olimpíada Rio 2016: história e comunicabilidade no *Jornal Nacional***. Monografia (Comunicação Social – Jornalismo). Natal: UFRN, 2017.

FÉLIX, Lucas Rodrigues. **A crise ambiental na Amazônia em 2019: análise da cobertura do *Jornal Nacional***. Dissertação (Estudos da Mídia). Natal: UFRN, 2022.

LÉO, Alberto. **História do jornalismo esportivo na TV brasileira**. Rio de Janeiro: Maquinária, 2017.

MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. **TikTok como novo suporte midiático para aprendizagem criativa**. In: Revista Latino-Americana de Estudos Científicos, n. 02. Vitória: UFES, 2020.

**SAIBA ONDE assistir a Copa do Nordeste 2021**. Folha PE. Disponível em <https://www.folhape.com.br/esportes/saiba-onde-assistir-a-copa-do-nordeste-2021/174280/>. Acesso em 05 jul. 2023.

OLIVEIRA, Giordano Bruno Medeiros e. **Futebol na segunda tela: as estratégias de transmídiação do Esporte Interativo na Copa do Nordeste**. Dissertação (Estudos da Mídia). Natal: UFRN, 2016.

---

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo esportivo: conceitos e práticas**. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

SOARES, Edileuza. Influências do esporte no desenvolvimento do rádio. In: **Comunicação & Sociedade**, n. 22. São Paulo: Universidade Metodista, 1994.

**TIKTOK E COPA do Nordeste anunciam parceria e primeira transmissão ao vivo de um jogo futebol profissional na plataforma**. TikTok Newsroom. Disponível em <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/tiktok-e-copa-do-nordeste-anunciam-parceria>.

Acesso em 05 jul. 2023.

VASCONCELOS, Artur Alves de; ABREU, Domingos. **#ONordesteMerece um #NordesteLivre: Futebol e identidade regional na TV Esporte Interativo**. In: **Esporte e Sociedade**, n. 24. Niterói: UFF, 2015.

YIN, Robert. **Estudo de Caso: Planejamentos e Métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2. Ed., 2001.