

Versões da Flamengo TV: um estudo da materialidade e experiência audiovisual no YouTube¹

Paula Leão Delgado²

Iluska Maria da Silva Coutinho³

Universidade Federal de Juiz de Fora

Resumo

A Flamengo TV, canal oficial do Clube Regatas do Flamengo no YouTube, passou por várias reformulações entre 2020 e 2025, marcadas pela busca por maior profissionalização e adoção de novos formatos em vídeo. O trabalho recorre à pesquisa documental e ao método da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018) para investigar essa transformação em curso. Os resultados iniciais indicam mudanças técnicas, crescimento do canal e narrativa alinhada ao entretenimento digital na oferta de conteúdo televisivo, preferencialmente pelo YouTube, mas que se propaga também em redes sociais digitais.

Palavra-chave: YouTube; Flamengo TV; Jornalismo Audiovisual; Futebol e mídia; Streaming esportivo.

A Flamengo TV⁴, anteriormente conhecida como FlaTV, é o canal oficial do Clube Regatas do Flamengo no YouTube. Neste artigo, propõe-se fazer uma análise da transformação dos modos de produção – vídeos, materiais, experiência – na Flamengo TV de 2020, quando o Flamengo, a partir de um impasse com a Rede Globo, realizou por conta própria as transmissões dos jogos do Campeonato Carioca, com base na MP 984⁵, até 2025 - momento atual.

Fundada em 2006 como FlaTV, o canal foi lançado oficialmente em 2008 (FILHO, 2013, p.23), como uma plataforma paga. O projeto foi descontinuado em 2010 pela baixa adesão. Em 2012, uma nova TV foi lançada com o nome TV Fla. Em parceria com o já descontinuado Esporte Interativo, o clube voltou a investir em mídia própria, mas mantendo padrões da televisão tradicional.

¹ Trabalho apresentado no GP 16 - Estudos de Televisão, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda bolsista em Comunicação e Jornalista pela UFJF e integrante do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA). Bolsista CAPES. E-mail: pldelgado12@gmail.com

³ Doutora em Comunicação e Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da Faculdade de Jornalismo da UFJF. Coordenadora do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual e da Rede Telejor. E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br

⁴ <https://www.youtube.com/user/flamengo> Acesso em: 19 de jun, 2025

⁵ https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/mpv/mpv984.htm Acesso em: 18 de jun, 2025

Em 2015 houve nova reformulação do canal, liderada por Antonio Tabet e Arnaldo Hase⁶. Com um olhar voltado para o YouTube, para a linguagem audiovisual e com a identidade visual repaginada, a nova FlaTV teve crescimento significativo, ganhando 30 mil inscritos e alcançando mais de 151 países (Delgado, 2020), em dois meses. Em julho de 2018, tornou-se o primeiro clube brasileiro a alcançar um milhão de inscritos no YouTube.

O canal teve outra virada estratégica em 2020, quando o Flamengo, em meio ao embate com a Rede Globo sobre direitos de transmissão, optou por transmitir os jogos do Campeonato Carioca pela FlaTV. O episódio marcou a nova fase do canal, que conseguiu 840 mil novos inscritos (DELGADO, 2020), e também os rumos da mediação do esporte.

Em 2025, com a mudança na presidência do clube e uma nova proposta midiática, o canal adotou o nome Flamengo TV⁷, marcando uma virada profissional na produção de conteúdo, com a chegada de reconhecidos nomes do jornalismo esportivo, como Daniela Boaventura e João Guilherme. A ex-apresentadora da ESPN, Daniela Boaventura, em entrevista ao Flow Podcast⁸ disse: “[...] Estão me oferecendo um negócio que pode ser um divisor de águas dentro da comunicação [...] e eu não tenho como dizer não pra isso” (3min48s - 4min).

Atualmente, a Flamengo TV tem 6,85 milhões de inscritos, sendo a maior TV de clubes do Brasil e a sexta no mundo. Este trabalho integra uma pesquisa de doutorado em andamento, que entende o futebol como prática social que ocupa lugar central na cultura e identidade nacional brasileira (HELAL, 1990; DAMATTA, 1982). A pesquisa parte do entendimento do futebol como elemento inserido na ecologia midiática contemporânea, mediado por lógicas comunicacionais digitais, personalizadas e não mais restritas aos meios de comunicação tradicionais (HJARVARD, 2014; McLUHAN, 1962).

A metodologia utilizada é a Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016; 2018), com foco no conteúdo da Flamengo TV entre 2020 e 2025.

⁶ <https://colunadofla.com/2015/12/sobre-a-nova-fla-tv-o-maior-desafio-de-antonio-tabet-no-flamengo/>
Acesso em: 18 de jun, 2025

⁷ <https://www.flamengo.com.br/noticias/institucional/flamengo-apresenta-para-imprensa-a-flamengotv>
Acesso em: 18 de jun, 2025

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=UXL4P21JdU8&t=228s> Acesso em: 19 de jun, 2025

Esse recorte temporal foi escolhido por representar o início de um padrão técnico consolidado e uma proposta de informar e entreter (DELGADO, 2020; 2024).

Os produtos midiáticos escolhidos são os programas de análise dos jogos da Libertadores, considerando que o Flamengo participou de todas as edições da competição nesse período. A AMA permite examinar os elementos textuais e paratextuais dos vídeos, promovendo uma análise do produto midiático em sua totalidade. Para Coutinho, trata-se de “um olhar sobre a busca por construção de parâmetros para observar e analisar o telejornalismo e sua experimentação em diferentes telas” (2018, p.175).

Os resultados iniciais apontam para aperfeiçoamento técnico e profissionalização, com a chegada de jornalistas e comunicadores reconhecidos. Os padrões narrativos se aproximam dos modelos televisivos, mas com narrativa ajustada às possibilidades digitais e ao entretenimento esportivo personalizado.

Referências

COUTINHO, I. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 2016. Anais [...]. p. 1–15.

COUTINHO, I. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. *In: EMERIM*, Cláudia; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristina (org.). **Epistemologia do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Editora Insular, 2018. p. 175–194.

DAMATTA, R. **Universo do futebol**. Rio de Janeiro: Edições Pinakothèque, 1982.

DELGADO, P. **TVs dos clubes no Brasil**: um olhar sobre a produção de informação audiovisual e sua linguagem. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2020.

DELGADO, P. **Heroísmo rubro-negro em telas**: a jornada do herói como estratégia de marca na FlaTv. 2024. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/17292>. Acesso em: 18 jun. 2025.

FILHO, M. **As TVs de clubes chegaram ao Brasil**: um estudo de caso da TV Fla. Rio de Janeiro, 2013.

FLAMENGO. Flamengo TV. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/flamengo>. Acesso em: 20 jun. 2025.

HELAL, R. **Futebol, cultura e cidade**. Logos, Rio de Janeiro, v. 5, p. 5–7, 1997. Disponível em: <https://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/13369>. Acesso em: 18 jun. 2025.

HJARVARD, S. **Midiatização da cultura e sociedade**. Tradução de André de Godoy Vieira. São Leopoldo: UNISINOS, 2014.

McLUHAN, M. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. Tradução de Anísio Teixeira e Leônidas Gontijo de Carvalho. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1962.