

**INFORMAMOS QUE ESTA É UMA PRIMEIRA VERSÃO DO TEXTO APROVADO PARA PUBLICAÇÃO. ESTE ARTIGO AINDA PASSARÁ PELA FASE DE REVISÃO E DIAGRAMAÇÃO.**

**ID: 3359**

**DOI: <https://doi.org/10.30962/ecomps.3359>**

**Recebido em: 19/03/2026**

**Aceito em: 07/06/2026**

## **Metrificação, percepção e enquadramento: cobertura jornalística no Brasil sobre a transmissão das Olimpíadas de Paris-2024**

**Frederico Reis Pacheco**

Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil

**Resumo:** Este estudo examina a metacobertura da disputa TV Globo versus CazéTV nas Olimpíadas de Paris-2024, problematizando a conversão de métricas incomensuráveis em narrativas de concorrência. A hipótese é que a visibilidade digital favorece enquadramentos espetaculares. Por meio de análise de conteúdo e do discurso de 23 matérias analisadas integralmente, constatou-se léxico agonístico nas manchetes e um viés de equivalência métrica no corpo textual. A omissão metodológica compromete a interpretação do fenômeno. Conclui-se que, na economia da atenção, a narrativa de disrupção midiática frequentemente sobrepõe-se ao rigor da aferição estatística sobre o consumo audiovisual.

**Palavras-chave:** Metacobertura. Audiência. Plataformização. Enquadramento. Jogos Olímpicos.

## **Metrics, perception, and framing: Brazilian media coverage of the Paris 2024 Olympic broadcasts**

**Abstract:** This study examines the metacoverage of the dispute between TV Globo and CazéTV during the Paris 2024 Olympics, problematizing the conversion of incommensurable metrics into narratives of competition. It hypothesizes that digital visibility favors spectacular framings. Through content and discourse analysis of 23 articles analyzed in full, an agonistic lexicon was found in headlines and a metric equivalence bias in the text body. Methodological omission generates fragile interpretations of the phenomenon. The study concludes that, in the attention economy, the narrative of media disruption frequently supersedes the rigor of statistical measurement regarding audiovisual consumption.

**Keywords:** Metacoverage. Audience. Platformization. Framing. Olympic Games.

## **Metrificación, percepción y encuadre: cobertura periodística brasileña sobre las transmisiones de Juegos Olímpicos de 2024**

**Resumen:** Este estudio examina la metacobertura de la disputa TV Globo vs. CazéTV en los Juegos Olímpicos de París-2024, problematizando la conversión de métricas incommensurables en narrativas de competencia. Se hipotetiza que la visibilidad digital favorece encuadres espectaculares. Mediante análisis de contenido y discurso de 23 textos analizados integralmente, se constató un léxico agonístico en titulares y un sesgo de equivalencia métrica en el cuerpo textual. La omisión metodológica genera interpretaciones frágiles. Se concluye que, en la economía de la atención, la narrativa de disrupción mediática suele superponerse al rigor de la medición estadística sobre el consumo audiovisual.

**Palabras clave:** Metacobertura. Audiencia. Plataformización. Encuadre. Juegos Olímpicos.

### **Introdução**

A cobertura midiática de grandes eventos esportivos constitui um caso relevante para examinar as disputas de legitimidade entre diferentes regimes de mediação na sociedade contemporânea. Em contextos de intensa convergência tecnológica, os eventos ao vivo condensam dimensões históricas da radiodifusão tradicional (*broadcasting*), lógicas de circulação ancoradas em plataformas digitais, reconfigurações dos hábitos de consumo audiovisual e disputas simbólicas entre marcas, formatos e gramáticas narrativas. Neste cenário dinâmico, não apenas o evento esportivo se torna objeto de cobertura, mas a própria estrutura da cobertura passa a ser tematizada, comparada, comentada e convertida em acontecimento noticioso. Trata-se, desse modo, da emergência de uma “metacobertura”, usada como categoria analítica operatória para designar a cobertura cujo foco se desloca do acontecimento esportivo para os modos de transmissão, seus agentes, suas métricas e sua disputa por legitimidade.

Os Jogos Olímpicos de Paris-2024 ofereceram, no contexto específico brasileiro, um caso analiticamente fértil para este tipo de análise crítica. A coexistência entre a cobertura multiplataforma do Grupo Globo<sup>1</sup> e a transmissão da CazéTV<sup>2</sup> no YouTube<sup>3</sup>, articulada à empresa LiveMode<sup>4</sup> e a diversos perfis nas redes sociais, foi rapidamente convertida numa narrativa de concorrência exemplar entre os meios tradicionais e os novos meios digitais. Em

---

<sup>1</sup> Maior grupo de mídia e conteúdo do Brasil, incluindo concessões televisivas e radiofônicas, além de canais de TV paga, portais online, canais online e assinatura de *streaming*.

<sup>2</sup> A CazéTV é uma marca de canal esportivo em *streaming* digital vinculada ao grupo LiveMode.

<sup>3</sup> Plataforma de hospedagem de *streaming* de vídeos da Alphabet Inc. (*holding* controladora também do Google).

<sup>4</sup> LiveMode é uma empresa brasileira de mídia e de negociação de direitos esportivos.

textos jornalísticos, vídeos de comentário, carrosséis informativos, publicações e debates em plataformas digitais, disseminou-se amplamente a hipótese de que a performance digital da CazéTV representaria uma inflexão histórica capaz de tensionar a hegemonia da televisão aberta no Brasil. A heterogeneidade de gêneros presentes no *corpus* – incluindo notícia, reportagem, opinião, análise especializada, comentário em vídeo e divulgação de pesquisa – não foi tratada como ruído metodológico, mas como parte constitutiva da metacobertura ampliada do caso.

O problema de investigação consistiu em compreender como a metacobertura da disputa entre Globo e CazéTV construiu discursivamente a relação entre televisão aberta e plataformas digitais, e em que medida essa construção se sustentou diante de indicadores empíricos de natureza distinta. Essa questão se torna relevante, uma vez que os debates contemporâneos sobre a comunicação deslizam frequentemente de constatações válidas sobre a inovação, o engajamento e a circulação em plataformas para diagnósticos apressados de substituição sistêmica. Em rigor, a complexidade do problema não reside no reconhecimento da transformação em curso no ecossistema midiático, mas na tendência analiticamente problemática de converter a justaposição acrítica entre indicadores de naturezas distintas em evidência de uma reordenação total do campo da comunicação.

A relevância e a justificativa deste estudo decorrem de três aspectos teóricos e práticos complementares que estruturam a análise. Em primeiro lugar, os Jogos Olímpicos constituem um evento de elevada centralidade midiática global, no qual diferentes regimes de distribuição, consumo e mensuração se tornam especialmente visíveis e passíveis de escrutínio. Em segundo lugar, a disputa narrada entre a TV Globo e a CazéTV oferece um caso relevante para observar de que forma a plataformização reconfigura não apenas as práticas técnicas de transmissão, mas também os próprios critérios epistêmicos e culturais pelos quais o sucesso comunicacional passa a ser interpretado e validado publicamente. Em terceiro lugar, o caso expõe um problema metodológico recorrente no campo da Comunicação: a conversão de métricas heterogêneas, como alcance, visualizações, simultaneidade e audiência média, em evidências diretamente comparáveis. A contribuição do artigo está em demonstrar como a circulação pública do caso converteu diferentes métricas em narrativa plausível de disrupção.

A hipótese central sustenta que a cobertura favoreceu enquadramentos espetaculares, operando o que denominamos nesta pesquisa como 'viés de equivalência métrica': a

justaposição acrítica e a comparação direta entre indicadores metodologicamente não-comparáveis. Consequentemente, dados numéricos de origens e metodologias díspares foram frequentemente justapostos sem a devida explicitação e contextualização metodológica, produzindo uma percepção de concorrência mais intensa do que os dados disponíveis autorizavam. O objetivo geral da investigação consiste em examinar criticamente estes enquadramentos, articulando análise de conteúdo, análise do discurso e cotejamento com dados secundários de audiência e alcance. De forma específica, o estudo propõe-se a: a) mapear as regularidades discursivas na macroestrutura das manchetes; b) examinar a materialidade discursiva e a argumentação no corpo integral dos textos para identificar o modo como as categorias operativas foram mobilizadas; c) discutir a validade da comparabilidade das métricas acionadas pelos veículos; e d) refletir sobre as implicações teórico-metodológicas deste caso para a consolidação dos estudos de audiência, convergência e plataformização. O interesse analítico do artigo é examinar como a economia da visibilidade das plataformas favorece enquadramentos espetaculares e comparações pouco cautelosas.

O estudo não pretende, portanto, medir a representatividade estatística da metacobertura no conjunto total da cobertura olímpica brasileira, mas examinar sua forma discursiva em um *corpus* intencional e denso, selecionado por pertinência temática, circulação expressiva e capacidade de evidenciar os enquadramentos por meio dos quais a própria transmissão esportiva foi convertida em objeto de disputa jornalística. Ao tomar as Olimpíadas como objeto empírico, o artigo também se insere no subcampo dos estudos de Comunicação e Esporte, especialmente nas discussões sobre jornalismo esportivo, cobertura de megaeventos e reconfiguração das transmissões esportivas em ambientes digitais. Essa inserção não é apenas temática, mas analítica: em megaeventos esportivos, a transmissão não funciona somente como mediação técnica do acontecimento, mas como parte da própria disputa por visibilidade, legitimidade e valor simbólico. Assim, o caso analisado permite aproximar debates sobre enquadramento, plataformização e métricas de circulação das pesquisas específicas sobre mediação esportiva, transmissão online e novas gramáticas de cobertura esportiva em plataformas digitais.

### **Referencial teórico**

A cobertura de megaeventos esportivos ocupa posição singular no subcampo de

Comunicação e Esporte porque combina espetáculo, identidade coletiva, mercado audiovisual, disputa tecnológica e narrativas de pertencimento. Como observa Tavares (2011), a própria categoria “megaevento” tornou-se objeto de debate acadêmico no Brasil em razão da centralidade assumida por Copas do Mundo e Jogos Olímpicos, especialmente por sua capacidade de mobilizar legados, expectativas sociais, infraestrutura, mercado e visibilidade pública. Essa perspectiva é aprofundada por Campos (2014), para quem os megaeventos esportivos operam como ambientes privilegiados da economia das imagens do esporte, nos quais a imagem esportiva não apenas representa a competição, mas participa de processos de produção, reprodução e valorização simbólica e econômica. Desse modo, as Olimpíadas de Paris-2024 não constituem, neste artigo, apenas o pano de fundo factual da disputa entre Globo e CazéTV, mas um acontecimento midiático de alta densidade, no qual o próprio valor das transmissões passa a ser narrado, mensurado e disputado publicamente.

Esse deslocamento também permite compreender a relevância dos periódicos especializados do subcampo. A FuLiA/UFMG tem reunido pesquisas voltadas às mediações culturais, discursivas e midiáticas do esporte, incluindo estudos recentes sobre a CazéTV. Januário e Knijnik (2026), ao analisarem a cobertura da Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2023 pela CazéTV no Instagram, indicam que o canal deve ser compreendido não apenas como agente técnico de transmissão, mas como produtor de visibilidades, enquadramentos e sentidos sociais sobre o esporte. Embora voltado a outro evento e a outro problema – a representação de gênero no futebol de mulheres –, esse estudo é relevante para o presente artigo porque mostra que a CazéTV opera em uma zona híbrida entre transmissão, rede social, linguagem de plataforma e produção de valor simbólico. Já a *Recorde: Revista de História do Esporte*, ao reunir debates sobre mídia, esporte e tecnologia, contribui para historicizar esse processo, evitando que a emergência de novos atores digitais seja lida apenas como ruptura instantânea, sem continuidade com transformações mais longas das mediações esportivas (Gomes; Moraes; Marchi Júnior, 2021; Telles; D’Andréa; Stauff, 2024).

Nesse contexto, Santos (2025) oferece um antecedente particularmente relevante ao analisar a transmissão dos Jogos Pan-Americanos de 2023 pela CazéTV como estudo exploratório sobre megaeventos esportivos na internet. Ao mobilizar a Economia Política da Comunicação e a noção de padrão tecnoestético, o autor sugere que a atuação da CazéTV não deve ser compreendida apenas como inovação de linguagem, mas também como reposicionamento no mercado audiovisual esportivo, com implicações para barreiras de

entrada, formas de acesso e organização das transmissões em plataformas digitais. Essa leitura é importante para o presente artigo porque permite tensionar a narrativa de “revolução” digital: a emergência da CazéTV pode ser inovadora em termos de linguagem e distribuição, mas permanece atravessada por disputas econômicas, estratégias de mercado e regimes de legitimação próprios da indústria esportiva audiovisual. Em direção próxima, Frange e Spinelli (2025) observam, na cobertura da CazéTV durante os Jogos Olímpicos de Paris-2024, a apropriação de lógicas do entretenimento nas transmissões esportivas em streaming, com ênfase na dramatização, na espetacularização e nas consequências éticas de uma cobertura orientada pela performance em plataformas digitais. O presente artigo dialoga com esses estudos, mas desloca o foco da transmissão em si para sua metacobertura jornalística, isto é, para o modo como a própria disputa entre agentes midiáticos, métricas e modelos de distribuição se converteu em acontecimento noticioso.

O presente artigo dialoga com esse conjunto de pesquisas, deslocando o foco para a metacobertura jornalística da transmissão, isto é, para o modo como a própria disputa entre agentes midiáticos, métricas e modelos de distribuição se converteu em acontecimento noticioso. A compreensão ampla do caso exige, portanto, a articulação deste arcabouço também frente às teorias do enquadramento (*framing*), da plataformização e da midiatização. No *corpus* analisado, os Jogos Olímpicos foram recodificados como pano de fundo de um embate entre modelos midiáticos distintos. Para Entman (1993), enquadrar significa selecionar aspectos específicos de uma realidade percebida e torná-los salientes num texto comunicativo, promovendo assim definições precisas de problemas, diagnósticos causais, avaliações morais e recomendações de tratamento. No conjunto de textos analisados, a saliência sistemática de verbos como “ameaçar”, “desbancar”, “bater” ou “mudar o jogo” atua não como um mero ornamento retórico, mas como um mecanismo que estrutura uma definição de problema baseada na suposta obsolescência da televisão aberta, favorecendo a leitura da ascensão do meio digital como processo naturalizado e narrado como inevitável.

A noção de plataformização permite aprofundar esse diagnóstico ao argumentar, com base em Nieborg e Poell (2018), que as plataformas não operam como canais neutros de distribuição, mas reorganizam ativamente a produção cultural por meio de infraestruturas técnicas modulares, modelos de negócio orientados para a extração de dados e métricas performativas específicas. A teoria da midiatização fornece o quadro macrosociológico necessário para compreender esse deslocamento em escala estrutural: os meios de

comunicação deixam de atuar apenas como instituições separadas que interagem com a sociedade, passando a constituir parte intrínseca do próprio funcionamento social e impondo as suas lógicas particulares às restantes esferas da atividade humana. Hepp (2013; 2020), ao desenvolver e densificar a noção de midiaticização profunda, enfatiza que os processos ininterruptos de digitalização e conectividade intensificam a infiltração capilar das lógicas midiáticas nas práticas cotidianas, nas formas de experiência fenomenológica e nos regimes de validação epistêmica. Aplicado ao caso em análise, este quadro conceitual clarifica que a interpretação social da disputa entre a Globo e a CazéTV não se organizou unicamente através de critérios objetivos de aferição de audiência sociodemográfica, mas operou guiada por critérios fluidos de visibilidade instantânea, potencial de compartilhamento e capital de reconhecimento cultural. A força disruptiva do formato digital foi narrada pelos atores midiáticos como evidência suficiente, persistindo a narrativa de superação mesmo diante da assimetria e da baixa comparabilidade entre os dados mobilizados.

A articulação dessas teorias permite analisar a espetacularização contemporânea da informação, para a qual o pensamento de Debord (1997) permanece metodologicamente útil; não por pressupor que o espetáculo se reproduz hoje com a mesma morfologia da sua formulação original, mas por fornecer as ferramentas para pensar a autonomização acelerada das imagens e das performances midiáticas perante a densidade e a complexidade dos processos sociais e econômicos que as sustentam. No campo específico da Comunicação Esportiva, esse tensionamento pode ser aprofundado pela noção de esporte-espetáculo. Proni (1998) demonstra que a transformação contemporânea do esporte de alto rendimento envolve não apenas mudanças na organização das competições, mas também sua crescente adequação às lógicas de veiculação midiática, entretenimento, marketing e valorização comercial. Nessa direção, o espetáculo esportivo não corresponde apenas à exibição pública de uma performance atlética, mas à produção integrada de imagens, narrativas, formatos de transmissão e estratégias de consumo. Marin (2008), ao situar o espetáculo esportivo televisivo no contexto da mundialização do entretenimento midiático, reforça que a centralidade da mídia na experiência esportiva reorganiza usos sociais do tempo, formas de percepção e modos de produção de sentido.

Em chave próxima, Campos (2014) compreende Copas do Mundo e Olimpíadas como ambientes privilegiados da economia da imagem do esporte, nos quais a imagem esportiva se converte em vetor de circulação midiática, valoração econômica e disputa simbólica. Assim,

em megaeventos como os Jogos Olímpicos, o espetáculo não se limita à performance atlética, mas envolve a conversão de transmissões, imagens, métricas e narrativas em mercadorias simbólicas de alta circulação (Proni, 1998; Marin, 2008; Campos, 2014). Essa formulação é decisiva para a presente análise porque desloca a métrica do lugar de simples instrumento técnico de aferição para o campo mais amplo da produção simbólica do esporte-espetáculo. Quando visualizações, picos de simultaneidade, alcance e audiência média passam a circular como signos de vitória, modernidade ou obsolescência, eles deixam de operar apenas como dados descritivos e passam a integrar a própria dramaturgia pública da competição entre modelos midiáticos.

Uma de suas consequências é que, dentro da arquitetura de plataformas, a espetacularização se reconfigura como economia da atenção, na qual estratégias como o *clickbait*<sup>5</sup> operam por meio de uma contínua promessa antecipatória de revelação e clímax. No contexto da metacobertura, a promessa reiterada incidia na ocorrência de uma virada histórica, não se tratando de uma falsificação empírica no sentido estrito, mas de uma intensificação seletiva de signos capazes de gerar interesse e adesão interpretativa imediata.

A contribuição de Braga (2006; 2017) ajuda a compreender a eficácia expansiva destes enquadramentos, pois ao conceituar a midiatização como processo interacional de referência e os circuitos comunicacionais como matrizes ativas de circulação, o foco analítico desloca-se do conteúdo isolado para a recursividade contínua das interações sociais. Um enquadramento noticioso que se ajusta perfeitamente ao senso comum tecnofílico e ao desejo latente de ruptura tende a circular com maior fluidez e alcance, acumulando legitimidade pública precisamente devido à baixa resistência cognitiva que encontra ao ser reinscrito, validado e compartilhado nos múltiplos nós que compõem a rede. Sob a perspectiva da análise material do discurso, proposta por Fairclough (1995) e van Dijk (1993), isso contribui para consolidar uma realidade socialmente construída pelas escolhas lexicais e omissões estratégicas da própria cobertura jornalística.

---

<sup>5</sup> O termo *clickbait* (em tradução livre, ‘isca de cliques’) designa uma estratégia de formatação de títulos e chamadas em ambientes digitais caracterizada pelo uso de sensacionalismo, omissão estratégica de informações ou exagero semântico, para explorar a lacuna de curiosidade e maximizar a taxa de cliques e geração de tráfego (Blom; Hansen, 2015).

## **Procedimentos metodológicos**

Esta investigação foi concebida como estudo de caso qualitativo, de acordo com as premissas metodológicas de Yin (2010), orientado para a análise da metacobertura da concorrência entre a TV Globo e a CazéTV durante as transmissões dos Jogos Olímpicos de Paris-2024, delimitada ao contexto geográfico e sociocultural brasileiro. A seleção deste caso justifica-se não apenas pela elevada centralidade global do evento esportivo, mas fundamentalmente pela visibilidade pública da disputa narrativa entre um grupo hegemônico de radiodifusão e um ator nativo das infraestruturas de plataforma digital. Esse cenário viabilizou a observação, em situação concentrada no tempo e de elevada intensidade midiática, do modo como métricas de desempenho distintas e não comparáveis são articuladas e mobilizadas na produção de narrativas públicas sobre a transformação sistêmica do ambiente midiático.

Para fins operacionais, a metacobertura foi definida como o subconjunto da cobertura olímpica cujo foco se deslocava do desempenho esportivo propriamente dito para os modos de transmissão, os agentes mediadores, a disputa de audiência, a comparação entre modelos de distribuição e a interpretação pública das métricas de alcance, visualização, simultaneidade e consumo audiovisual. Assim, foram considerados pertinentes ao universo inicial de rastreamento os materiais que tematizavam a transmissão dos Jogos Olímpicos como acontecimento midiático em si, especialmente quando articulavam a comparação entre televisão aberta, TV por assinatura, streaming e plataformas digitais, ou quando atribuíam valor simbólico, econômico ou geracional aos resultados obtidos por Globo, SporTV, Globoplay, YouTube e CazéTV.

A delimitação da amostra restringiu-se a publicações em língua portuguesa e ao ecossistema brasileiro de transmissão dos Jogos, com coleta realizada entre 26 de julho e 15 de agosto de 2024, recorte definido para abarcar a cobertura produzida durante os Jogos Olímpicos e na semana subsequente, quando passaram a circular os números oficiais de audiência e desempenho. O Google foi adotado como motor primário de busca, a partir do qual se procedeu a uma amostragem intencional e teoricamente orientada, voltada à identificação de materiais diretamente pertinentes ao problema de pesquisa.

A composição do material analisado apoiou-se em um procedimento de busca narrativa e teoricamente orientada (Grant; Booth, 2009). No contexto deste estudo, o termo

não remete à lógica de revisão narrativa da literatura, mas a uma estratégia iterativa de rastreamento e seleção de materiais jornalísticos, conduzida a partir de descritores previamente definidos, da observação de recorrências temáticas, do encadeamento entre publicações e da aderência analítica dos conteúdos ao problema investigado. A composição final do *corpus* (n=23) resultou da triagem de conteúdos inéditos, não republicados, com circulação expressiva e pertinência temática para o debate sobre audiência, transmissão e disputa narrativa entre Globo e CazéTV. A coleta de dados partiu de combinações booleanas de descritores, tais como “Globo”, “CazéTV”, “Olimpíadas”, “audiência”, “Ibope”, “YouTube”, “streaming” e “transmissão”, bem como de suas variações ortográficas e combinações correlatas.

O levantamento retrospectivo do universo inicialmente rastreado identificou 39 ocorrências candidatas publicadas entre 26 de julho e 15 de agosto de 2024, relacionadas à cobertura brasileira sobre as transmissões olímpicas, à disputa entre Globo e CazéTV e à circulação pública de métricas de audiência, alcance, visualizações e desempenho em plataformas. O encerramento do rastreamento ocorreu por saturação operacional dos resultados, quando as buscas passaram a retornar predominantemente materiais já identificados, republicações, conteúdos promocionais ou ocorrências sem foco efetivo de metacobertura

Desse universo rastreável reconstituído, 5 ocorrências foram excluídas por republicação integral ou duplicidade de conteúdo; 4 por mencionarem CazéTV, Globo ou Olimpíadas sem desenvolverem foco efetivo de metacobertura; 2 por se limitarem à divulgação informativa ou promocional das transmissões; e 5 por apresentarem baixa densidade argumentativa, sem comparação substantiva entre agentes, métricas ou modelos de distribuição. O corpus final analisado foi composto por 23 conteúdos únicos<sup>6</sup>, somando 14.168 palavras e 369 parágrafos. Esse conjunto corresponde a 59% das ocorrências candidatas identificadas e foi selecionado como amostra intencional e teoricamente orientada, sem pretensão de representatividade estatística.

Como indicador complementar de circulação mediada, registraram-se também métricas públicas de postagens relacionadas ao caso em plataformas sociais – Instagram, X e TikTok –, considerando publicações veiculadas entre 26 de julho e 15 de agosto de 2024. Esses dados totalizaram mais de 8,6 milhões de visualizações e 253,5 mil interações orgânicas

---

<sup>6</sup> No corpus de matérias analisadas, foram incluídas publicações textuais em sites, portais e blogs, além de transcrições automáticas de vídeos publicados no YouTube.

visíveis, calculadas por soma simples dos indicadores visíveis de visualização e interação exibidos em cada publicação no momento da coleta<sup>7</sup>. Tais métricas foram empregadas exclusivamente como indicador complementar de circulação social do caso, e não como medida de usuários, cobertura ou consumo audiovisual equivalente, uma vez que os usuários podem ter se repetido em uma mesma plataforma ou em plataformas distintas. O objetivo desse levantamento, portanto, não foi equiparar essas métricas à audiência, mas apenas dimensionar a capilaridade observável da circulação digital associada ao debate analisado e observar o efeito circulatório associado às escolhas discursivas adotadas.

A estratégia analítica empregada caracterizou-se pela triangulação entre a análise de conteúdo e a análise do discurso. A análise de conteúdo foi mobilizada para mapear regularidades temáticas, recorrências lexicais e categorias operativas, categorizar os tipos de comparação quantitativa utilizados e identificar a predominância dos eixos narrativos editoriais, em estrita consonância com os pressupostos metodológicos de Krippendorff (2004) e Neuendorf (2016). De modo complementar, a análise do discurso foi aplicada para examinar os processos de construção e fixação de sentido, com atenção especial às escolhas lexicais, à formulação de construções metafóricas, à identificação de pressupostos subentendidos, às oposições semânticas polarizadas e aos regimes de legitimação acionados pelos autores, ancorando-se nos referenciais conceituais de Fairclough (1995) e van Dijk (1993).

A codificação do *corpus* foi realizada em duas instâncias complementares, com o objetivo de conferir maior consistência, transparência e verificabilidade ao procedimento classificatório. Em uma primeira instância, a leitura analítica e a codificação inicial foram conduzidas pelo pesquisador, com base nos critérios teórico-metodológicos definidos para a identificação de temas recorrentes, enquadramentos predominantes, operadores comparativos e regimes de legitimação. Em uma segunda instância, a classificação foi assistida por rotinas desenvolvidas em Python, empregadas para apoiar o rastreamento de recorrências lexicais, coocorrências semânticas e padrões de associação entre categorias analíticas. Os resultados das duas etapas foram então submetidos a uma rodada de ajuste e consolidação, na qual divergências classificatórias foram revistas à luz dos conteúdos integrais e dos objetivos da pesquisa. Adotou-se como critério de estabilidade um índice satisfatório de concordância,

---

<sup>7</sup> Esse levantamento, sobre conteúdos postados no Instagram, no X e/ou no TikTok, foi realizado de forma manual durante a etapa de coleta, com registro das métricas visíveis de cada postagem no momento da observação, em 16 de agosto de 2024. Esses dados não foram tratados como base principal da análise, mas como indicadores descritivos da capilaridade da circulação social do caso.

aferido pelo Kappa de Cohen ( $\kappa = 0,64$ ), após o qual a decisão final sobre o enquadramento predominante de cada peça foi validada pelo autor, preservando-se, assim, o caráter interpretativo da análise sem renunciar a um protocolo metodológico verificável.

O protocolo de análise estruturou-se em duas etapas complementares. A primeira etapa, de caráter exploratório, concentrou-se na macroestrutura semântica do corpus, assumindo as 23 manchetes como unidade inicial de observação para mapear léxico dominante, oposições semânticas e enquadramentos condensados. A segunda etapa consistiu na análise da microestrutura textual, processando a totalidade dos 369 parágrafos para rastrear o viés argumentativo, a justaposição de métricas de natureza distinta e a construção de causalidades no desenvolvimento das reportagens. Essa etapa também permitiu comparar o teor de cada matéria com sua respectiva manchete, a fim de identificar possíveis estratégias de indução ao clique. O aprofundamento no conteúdo integral permitiu observar não apenas o enquadramento condensado nas manchetes, mas também a argumentação, as fontes mobilizadas, os critérios de comparação métrica, as operações de legitimação e os pares semânticos acionados ao longo dos textos.

**Quadro 1:** Classificação do *corpus* por orientação predominante ( $n=23$ )

Veículo / Autor	Gênero	Orientação Primária
Agência Estado / GMC Online	Reportagem	Estético-geracional
Diário Carioca (Ecglobal)	Divulgação de pesquisa	Estético-geracional
Entretê (Mateus Mider)	Reportagem	Pedagógico-corretivo
Estadão Conteúdo	Reportagem	Estético-geracional
F5 / Folha de S.Paulo	Notícia	Econômico-estratégico
F5 / Folha de S.Paulo	Notícia	Econômico-estratégico
F5 / Folha de S.Paulo	Notícia	Econômico-estratégico
Jornal Correio (Entrevista)	Análise especializada	Estético-geracional
Jornal de Brasília	Artigo de opinião	Agonístico-disruptivo
Mais Goiás (Raphael Bezerra)	Perfil	Agonístico-disruptivo
Máquina do Esporte (E. Beting)	Análise especializada	Pedagógico-corretivo
Meio & Mensagem (V. Contado)	Notícia	Econômico-estratégico
Notícias da TV (Daniel Castro)	Análise especializada	Pedagógico-corretivo
Portal Terra	Notícia	Agonístico-disruptivo

Purepeople	Notícia	Agonístico-disruptivo
RD1 (Paulo Carvalho)	Reportagem	Pedagógico-corretivo
Splash Show / UOL	Comentário em Vídeo	Agonístico-disruptivo
Splash UOL (Fefito)	Coluna	Estético-geracional
Torcedores.com (Erick Matias)	Artigo de opinião	Agonístico-disruptivo
UOL (Allan Simon)	Notícia	Agonístico-disruptivo
Veja	Reportagem	Agonístico-disruptivo
Veja (R. Carneiro / A. Capuano)	Reportagem	Estético-geracional
YouTube (Blog do Allan Simon)	Comentário em vídeo	Agonístico-disruptivo

**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa.

O quadro 1 apresenta a classificação do *corpus* analisado, correspondendo à orientação predominante de cada peça, identificada a partir do enquadramento mais recorrente em sua organização argumentativa, sem pressupor exclusividade categorial, uma vez que um mesmo texto pode mobilizar mais de um regime discursivo. O *corpus* final foi tratado como amostra intencional e teoricamente orientada, adequada à análise discursiva da metacobertura, sem pretensão de inferência estatística sobre a totalidade da cobertura olímpica brasileira.

### **Análise e discussão**

A opção metodológica por iniciar a observação analítica pelas manchetes fundamenta-se na premissa de que os títulos jornalísticos condensam a macroestrutura semântica da notícia e antecipam ao leitor um horizonte interpretativo. Em diálogo com van Dijk (1993), compreende-se que as manchetes orientam esquemas de leitura antes mesmo do contato com o corpo da matéria. Sob a ótica da Análise Crítica do Discurso (Fairclough, 1995), o título também atua como dispositivo privilegiado de representação, no qual escolhas lexicais materializam estratégias de nomeação, dramatização e hierarquização editorial. A análise lexical exploratória das manchetes evidencia, como primeira regularidade estrutural do *corpus*, a conversão da concorrência de mercado em narrativa de confronto histórico.

**Tabela 1:** Regularidades lexicais e enquadramentos nas manchetes do *corpus*

Indicador / Contagem	Ocorrência <sup>8</sup>
Total de manchetes analisadas	23
Manchetes com “CazéTV”	18
Manchetes com “Globo”	14
Manchetes com “Olimpíada(s)” ou “Jogos Olímpicos”	15
Manchetes com “audiência”	7
Manchetes com enquadramento agonístico	8
Manchetes com enquadramento transformacional	9

**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa.

A tabela 1 mostra que o termo ‘CazéTV’ ocupa posição central em 18 dos 23 títulos analisados, enquanto ‘Globo’ marca presença em 14, indicando que o acontecimento noticioso foi estruturado primordialmente como uma contenda corporativa. Simultaneamente, oito títulos ancoram-se num léxico acentuadamente agonístico (com expressões como “deixa Globo no chinelo”, “engoliu a concorrência” ou “ameaça a soberania”), enquanto nove inserem a narrativa numa perspectiva de transformação sistêmica (“mudaram o paradigma”, “o que mudou de vez”). Esta mobilização sistemática de formulações verbais de ação funcionou como operador de dramatização editorial e espetacularização (Debord, 1997), condensando a complexidade da disputa num conjunto de imagens semânticas otimizadas para circulação acelerada nas redes sociais. Essa análise lexical das manchetes constitui, assim, a porta de entrada para a classificação dos regimes de enquadramento posteriormente observados no corpo integral do *corpus*.

A progressão analítica da macroestrutura das manchetes para o conteúdo integral dos 369 parágrafos de texto mostra, com clareza, a dinâmica discursiva pela qual a hipótese de reordenação midiática é sustentada e tensionada. A análise de conteúdo do texto completo indica que a estratégia de enquadramento se infiltra na própria arquitetura argumentativa das matérias (Debord, 1997), configurando o que se pode categorizar como o viés de equivalência métrica. Indicadores estatísticos de naturezas distintas foram frequentemente colocados lado a

<sup>8</sup> As categorias analíticas não são excludentes; uma mesma manchete pode integrar mais de um enquadramento.

lado na escrita jornalística, como se pertencessem à mesma escala matemática. A análise do *corpus* integral sugere que a cobertura não foi homogênea, mas se organizou em torno de uma tensão recorrente entre textos que dramatizaram a disputa em chave de ruptura e textos que procuraram corrigir a falsa equivalência entre métricas. Ainda assim, tenderam a ganhar maior visibilidade circulatória os enquadramentos de maior apelo agonístico, geracional e quantitativo, mais aderentes às lógicas de visibilidade digital.

Ao relatar, por exemplo, o pico de espectadores simultâneos ou o volume acumulado de visualizações da plataforma digital e contrastá-los, no mesmo parágrafo, com a audiência média ponderada da televisão linear, os textos jornalísticos induzem a uma aproximação indevida entre métricas de naturezas distintas. Um conteúdo audiovisual fragmentado por prova, que atingiu a marca de quase 4 milhões de pico de espectadores simultâneos (recorde do YouTube mundial até então), não pode ter o resultado de 14 milhões de visualizações acumuladas<sup>9</sup> diretamente comparado a uma transmissão linear de TV que capta a atenção simultânea (ao vivo) de 69,8 milhões de telespectadores na televisão aberta<sup>10</sup> – números observados durante as finais de ginástica olímpica. Essas métricas não representam a mesma dimensão analítica relativamente à temporalidade da jornada de consumo de mídia ou à sua abrangência demográfica. Ao deixar em segundo plano essas diferenças metodológicas críticas, a comparação veiculada passa a operar como construção narrativa que reforça a percepção de obsolescência do modelo tradicional.

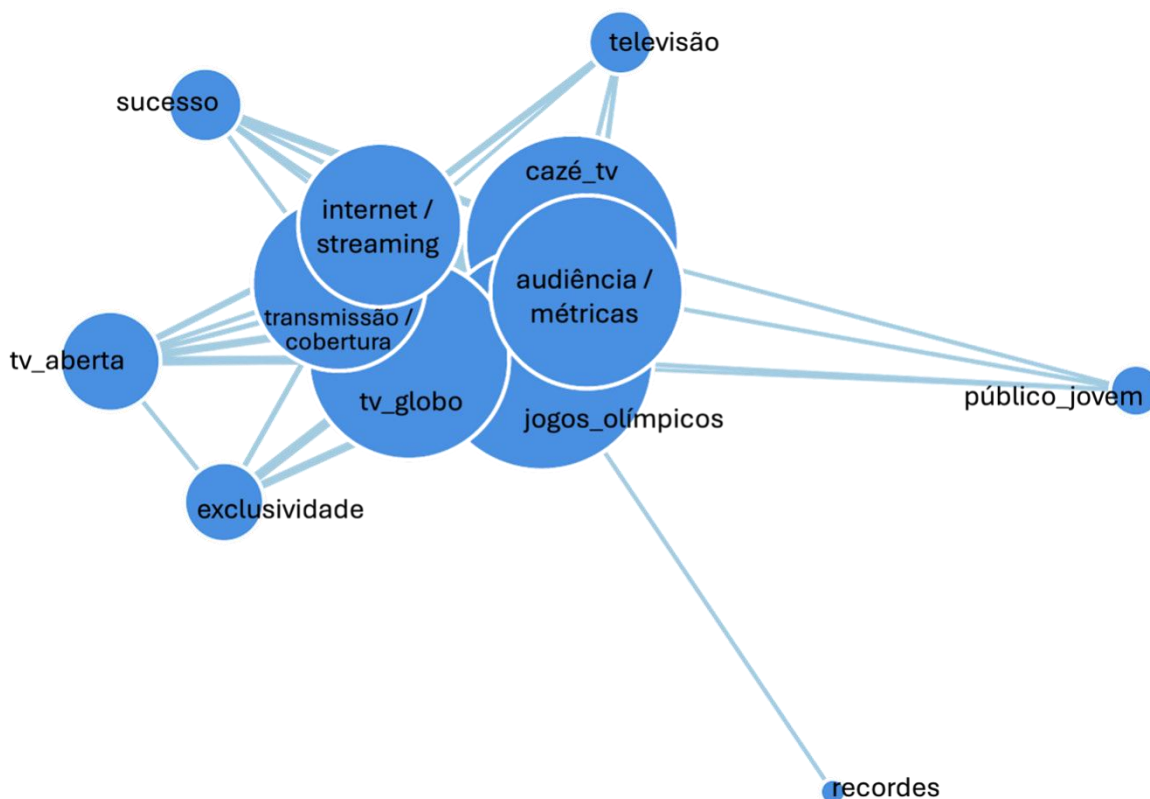
Essa premissa de obsolescência é reforçada no corpo das matérias através da construção de uma dicotomia léxica que associa o formato de radiodifusão a significantes de rigidez — com o uso recorrente de adjetivos como “engessado”, “formal” e “padrão” — enquanto associa o ambiente online à inovação, através de termos como “irreverência”, “conexão” e “juventude”. Veja o gráfico de correlação de pares semânticos por proximidade na Figura 1.

---

<sup>9</sup> Dados computados pelo Youtube, até o dia 15 de agosto de 2024.

<sup>10</sup> Dados provenientes do painel contínuo de audiência domiciliar, da Kantar IBOPE Media (2024), estruturado a partir de amostra estratificada em 11 praças representativas do mercado brasileiro. A mensuração combina aparelhos de aferição instalados nos domicílios (*Peoplemeter*) com registros complementares de amostra estendida em caderno de anotações. Os relatórios gerados por esse painel são distribuídos periodicamente aos assinantes do serviço, entre eles grandes agências, anunciantes e emissoras/grupos de mídia.

**Figura 1:** Mapa dos pares semânticos predominantes no *corpus* completo



**Fonte:** Dados da pesquisa, analisados com pacotes de Análise do Conteúdo em Python<sup>11</sup>.

A análise do corpus integral demonstrou que os artigos atribuíam, de forma recorrente, maior aderência presumida do canal digital entre públicos mais jovens, justificando essa percepção por meio da linguagem mais fluida e informal. Contudo, os dados de painel contínuo de audiência domiciliar da Kantar IBOPE Media (2024) indicam que a TV Globo registrou crescimento real de audiência da ordem de 9% especificamente na faixa etária entre 18 e 34 anos durante os Jogos Olímpicos, tensionando a polarização construída em boa parte da cobertura. Desse modo, a cobertura operacionalizou não uma descrição demográfica sustentada em dados consistentes, mas uma forte associação simbólica entre juventude, autenticidade e formato de plataforma, sugerindo, com baixo suporte empírico, que uma linguagem contemporânea seria indício de substituição do modelo televisivo clássico entre públicos jovens.

<sup>11</sup> A saber: PyPDF2; Expressões Regulares (*re*); Itertools e Collections (*counter*); NetworkX; Matplotlib.

Após o final do evento, ambos os canais divulgaram seus resultados oficiais<sup>12</sup>. A CazéTV divulgou que alcançou 41 milhões de espectadores<sup>13</sup>, somando os 18 dias de transmissões olímpicas. Já a Globo divulgou que, juntos, todos os seus veículos<sup>14</sup> chegaram a 140,4 milhões de brasileiros, durante a cobertura olímpica.

O exame do material permitiu identificar uma complexidade importante para a compreensão das lógicas de midiaticização profunda. O *corpus* analisado não é homogêneo no tratamento metodológico das métricas. Identificam-se nichos de resistência analítica, especialmente em textos assinados por jornalistas especializados em economia da mídia, que dedicam parágrafos a advertir expressamente sobre a incomensurabilidade das métricas, reconhecendo que o alcance de plataformas de vídeo não pode ser equiparado à audiência mensurada pelo *Peoplemeter*. Todavia, o aspecto mais revelador sob a ótica da plataformização (Nieborg; Poell, 2018) é constatar que esta ponderação técnica foi deslocada pela lógica da circulação algorítmica. As narrativas que ignoraram a assimetria metodológica para forjar um embate espetacular tenderam a aparecer associadas a mais compartilhamentos e maior reverberação nos circuitos interacionais (Braga, 2017), conforme levantamento secundário em redes sociais (vide nota de rodapé nº 7). O conjunto de conteúdos analisados sugere que a circulação pública do caso favoreceu formulações de maior apelo narrativo em detrimento das explicações metodológicas mais cautelosas. Nessa direção, os regimes apresentados sintetizam a orientação predominante de cada peça, sem excluir a presença de enquadramentos secundários que também atravessam o *corpus*.

**Tabela 2:** Regimes de enquadramento identificados na totalidade do *corpus* (n=23)

Regime de enquadramento	Caracterização discursiva	Peças com predominância
<b>Agonístico-disruptivo</b>	Foco na superação, derrota ou destronamento do modelo linear televisivo pelo advento digital. Utiliza verbos de ação extremados ("ameaçar", "engolir", "deixar no chinelo").	9 peças
<b>Estético-geracional</b>	Valoração estrutural da forma (a linguagem) como prova metodológica do sucesso. Associa	6 peças

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/olimpiadas/audiencia-olimpica-os-records-de-globo-e-cazetv>. Acesso em: 16 mar. 2026.

<sup>13</sup> Como uma estimativa a partir dos 41 milhões de dispositivos únicos alcançados –sabendo-se que pode haver mais de uma pessoa vendo no mesmo dispositivo e, por outro lado, a mesma pessoa pode ver em dispositivos diferentes, ao longo dos dias dos Jogos Olímpicos.

<sup>14</sup> A saber: a TV Globo (canal aberto), os canais SporTV (tv por assinatura), o app Globoplay (assinatura de *streaming*) e o canal GE tv no YouTube (cobertura esportiva gratuita).

	"irreverência" e "informalidade" automaticamente à preferência do público jovem.	
<b>Econômico-estratégico</b>	Direciona o foco para os negócios: perdas e quebras de exclusividade do Comitê Olímpico Internacional (COI), captação de novos patrocinadores e a monetização do faturamento algorítmico e multiplataforma.	4 peças
<b>Pedagógico-corretivo</b>	Constitui uma resistência na cobertura, onde jornalistas técnicos procuram balizar o debate esclarecendo que o alcance na internet e a audiência na TV operam em universos métricos distintos.	4 peças

**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa.

Por fim, a análise discursiva sugere uma omissão pragmática recorrente nas matérias publicadas: a temporalidade do consumo audiovisual diante do contexto laboral. Considerando a sobreposição dos horários das provas esportivas parisienses com a jornada comercial no território brasileiro, a conveniência do consumo por meio de dispositivos móveis<sup>15</sup> tornou-se fator relevante. É razoável entender que uma parte substancial do acompanhamento das competições via YouTube pode ter sido condicionada primordialmente pela conveniência situacional do espectador no local de trabalho ou em deslocamento. Essa adoção da plataforma representa uma solução utilitária de acesso, e não necessariamente uma escolha de consumo consciente que sinalize a ruptura com a televisão aberta no ambiente doméstico. A ausência desta ponderação logística no *corpus* analisado evidencia como o enquadramento dominante priorizou explicações enraizadas exclusivamente no suposto mérito intrínseco da linguagem digital. O caso reforça a necessidade metodológica de diferenciar a centralidade midiática de um fenômeno da sua verdadeira base sociomaterial de consumo, evitando distorções analíticas operadas pela economia da atenção.

### **Considerações finais**

Este estudo demonstrou que parte relevante da cobertura jornalística sobre a disputa entre a Globo e a CazéTV durante os Jogos Olímpicos de Paris 2024 converteu métricas de naturezas distintas em uma narrativa assimétrica de confronto. Mais do que descrever

---

<sup>15</sup> Dados da pesquisa TIC Domicílios, realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, apontam que o *smartphone* consolidou-se como o dispositivo hegemônico de acesso à rede, utilizado por 99% dos internautas brasileiros (CGI.br, 2023).

desempenhos reais, essa cobertura tendeu a enquadrar o episódio como disputa corporativa e sinal de transformação do ecossistema audiovisual. Como efeito, indicadores não comparáveis foram mobilizados como evidências de liderança, inovação e deslocamento de centralidade midiática.

Ao deslocar o foco da aferição empírica de desempenho para a construção midiática da percepção, o artigo contribui para os estudos de jornalismo, circulação e plataformização ao mostrar como indicadores quantitativos podem ser convertidos em operadores narrativos de legitimação. Ao articular metacobertura, métricas e enquadramentos em torno de um megaevento esportivo, o estudo também contribui para os estudos de Comunicação e Esporte ao evidenciar que as disputas contemporâneas pela transmissão esportiva não se limitam à posse de direitos, à inovação de linguagem ou ao desempenho técnico das plataformas. Elas envolvem a produção jornalística de sentidos sobre o próprio valor dessas transmissões, isto é, a forma como audiência, alcance, engajamento e visibilidade são narrados publicamente como indícios de relevância, ruptura ou permanência no ecossistema esportivo-midiático.

A análise realizada sugere que, nesse ambiente, explicações metodológicas mais cautelosas tendem a perder centralidade diante de enquadramentos de maior apelo circulatório. Essa constatação não desconsidera o desempenho alcançado pela CazéTV, nem a competência empresarial e comunicacional do canal nas plataformas digitais. O ponto central, contudo, é que sucesso localizado e engajamento elevado não podem ser sumariamente equiparados a uma condição de equivalência estrutural, nem tomados, sem mediações, como evidência de substituição da infraestrutura massiva de radiodifusão. Nesse ambiente de circulação intensiva, o desafio analítico consiste precisamente em evitar que indicadores quantitativos de alta visibilidade sejam convertidos em substitutos simplificados da análise, apagando distinções conceituais entre circulação digital, audiência e centralidade social do consumo audiovisual.

Cumprido reconhecer, contudo, algumas limitações deste estudo. Trata-se de um *corpus* intencional, analiticamente relevante para o problema investigado, mas que não pretende representar o conjunto da mídia jornalística em geral. Além disso, o foco recai sobre a construção midiática da percepção, e não sobre a recepção empírica dos públicos, ao mesmo tempo em que a análise mobiliza indicadores públicos e secundários de circulação, sem pressupor equivalência métrica entre plataformas distintas. Ao explicitar essas restrições, o artigo busca contribuir para uma leitura metodologicamente mais cautelosa das disputas

narrativas em torno da audiência, da visibilidade e da legitimidade no ambiente midiático contemporâneo.

Como agenda para estudos futuros, abre-se a possibilidade de investigar de que modo a automação algorítmica e a integração de sistemas de inteligência artificial na curadoria de conteúdo podem intensificar vieses interpretativos, como o viés de equivalência métrica, e favorecer a circulação de narrativas espetacularizadas em busca de maior visibilidade. A automatização da distribuição e a geração de metadados em plataformas digitais tendem a acelerar a circulação de enquadramentos espetaculares, exigindo da pesquisa em Comunicação atenção renovada às infraestruturas tecnológicas que mediam, validam e projetam narrativas de sucesso audiovisual no ambiente contemporâneo.

## Referências

BLOM, Jonas Nygaard; HANSEN, Kenneth Reinecke. Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. **Journal of Pragmatics**, v. 76, p. 87-100, 2015.

BRAGA, José Luiz. Mídiação como processo interacional de referência. **Animus**, Santa Maria, v. 5, n. 2, p. 9-35, 2006.

BRAGA, José Luiz. Circuitos de comunicação. In: BRAGA, José Luiz *et al.* **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: EDUEPB, 2017. p. 43-64.

CAMPOS, Anderson Gurgel. **A economia das imagens do esporte: produção, reprodução e valorização de bens imagéticos nos ambientes midiáticos dos megaeventos esportivos**. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

CGI.BR - COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2023**. São Paulo: CGI.br, 2023.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ENTMAN, Robert M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

FAIRCLOUGH, Norman. **Critical discourse analysis: the critical study of language**.

London: Longman, 1995.

FRANGE, Marcelo Bechara S. N.; SPINELLI, Egle Müller. A narrativa do entretenimento na CazéTV durante a cobertura dos Jogos Olímpicos de Paris 2024. **Revista Alterjor**, v. 32, n. 2, p. 59-77, 2025.

GRANT, Maria J.; BOOTH, Andrew. A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. **Health Information and Libraries Journal**, v. 26, n. 2, p. 91-108, 2009.

GOMES, Leonardo do Couto; MORAES, Letícia Cristina Lima; MARCHI JÚNIOR, Wanderley. Recorde: Revista de História do Esporte: um cenário dos seus 13 anos de publicações. **Recorde: Revista de História do Esporte**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 1-25, 2021.

HEPP, Andreas. **Cultures of mediatization**. Cambridge: Polity, 2013.

HEPP, Andreas. **Deep mediatization**. London: Routledge, 2020.

JANUÁRIO, Soraya Barreto; KNIJNIK, Jorge Dorfman. Copa do Mundo do futebol de mulheres: uma análise de gênero sobre a cobertura da Cazé TV. **FuLiA/UFMG**, Belo Horizonte/MG, Brasil, v. 11, n. 2, p. 78–107, 2026.

KANTAR IBOPE MEDIA. Painel nacional de audiência em TV. São Paulo: Kantar IBOPE Media, ago. 2024.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Content analysis: an introduction to its methodology**. Thousand Oaks: Sage, 2004.

MARIN, Elizara Carolina. O espetáculo esportivo no contexto da mundialização do entretenimento midiático. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 30, n. 1, p. 75-89, 2008.

NEUENDORF, Kimberly A. **The content analysis guidebook**. Thousand Oaks: Sage, 2016.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: theorizing the contingent cultural commodity. **New Media & Society**, v. 20, n. 11, p. 4275-4292, 2018.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. 1998. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. A transmissão de megaevento esportivo na internet: estudo exploratório da CazéTV nos Jogos Pan-Americanos 2023. **Revista Mediação**, Belo

Horizonte, v. 27, n. 38, 2025.

TAVARES, Otavio. Megaeventos esportivos. **Movimento**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 11-35, jul./set. 2011.

TELLES, Márcio; D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito; STAUFF, Markus. Editorial: Mídia, Esporte e Tecnologia. **Record**: Revista de História do Esporte, v. 17, n. 2, 2024.

VAN DIJK, Teun A. Principles of critical discourse analysis. **Discourse & Society**, v. 4, n. 2, p. 249-283, 1993.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

## **Dados de Autoria**

**Frederico Reis Pacheco**

**E-mail:** frpacheco@id.uff.br

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-0345-0854>

**Instituição:** Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil

**Minibiografia:** Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC-UFF). Professor em cursos livres e em módulos de cursos de MBA, em universidades privadas.

## **Dados do artigo**

**Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese:**

Não.

**Fontes de financiamento:**

Não se aplica.

**Apresentação anterior:**

Dados parciais apresentados em congressos (MEA/2025 e Mobilize-se/2025) e os feedbacks recebidos foram usados para escrever o texto deste artigo, que é 100% original.

**Agradecimentos/Contribuições adicionais:**

Especial agradecimento à Nadja Akemi, pela troca de ideias e revisão prévia do artigo.

## **Dados sobre Cuidados Éticos e Integridade Científica**

**A pesquisa que resultou neste artigo teve financiamento?**

Não.

**Financiadores influenciaram em alguma etapa ou resultado da pesquisa?**

Não se aplica.

**Liste os financiadores da pesquisa:**

Não se aplica.

**Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com os financiadores da pesquisa?**

Não se aplica.

**Descreva o vínculo apontado na questão anterior:**

Não se aplica.

**Autora, autor, autores têm algum tipo de vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização mencionada pelo artigo?**

Não.

**Descreva o vínculo apontado na questão anterior:**

Não se aplica.

**Autora, autor, autores têm algum vínculo ou proximidade com alguma pessoa ou organização que pode ser afetada direta ou indiretamente pelo artigo?**

Não.

**Descreva o vínculo apontado na questão anterior:**

Não se aplica.

**Interferências políticas ou econômicas produziram efeitos indesejados ou inesperados à pesquisa, alterando ou comprometendo os resultados do estudo?**

Não.

**Que interferências foram detectadas?**

Não se aplica.

**Mencione outros eventuais conflitos de interesse no desenvolvimento da pesquisa ou produção do artigo**

Não há conflitos de interesse.

**A pesquisa que originou este artigo foi realizada com seres humanos?**

Não.

**Entrevistas, grupos focais, aplicação de questionários e experimentações envolvendo seres humanos tiveram o conhecimento e a concordância dos participantes da pesquisa?**

Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

**Participantes da pesquisa assinaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido?**

Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

**A pesquisa tramitou em Comitê de Ética em Pesquisa?**

Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

**O Comitê de Ética em Pesquisa aprovou a coleta dos dados?**

Não se aplica porque a pesquisa não envolveu a participação de seres humanos.

**Mencione outros cuidados éticos adotados na realização da pesquisa e na produção do artigo:**

No presente estudo, não houve interação com seres humanos, apenas uso de dados públicos. Os cuidados éticos concentraram-se no uso responsável de dados e materiais de circulação

pública sobre a audiência dos Jogos Olímpicos de Paris 2024 no Brasil, incluindo reportagens, conteúdos publicados por veículos de comunicação e indicadores de audiência divulgados por fontes institucionais e de mercado. Como não houve interação direta com participantes nem coleta de depoimentos individuais, priorizou-se a fidelidade na descrição e interpretação do corpus, evitando descontextualizações, extrapolações indevidas e juízos não sustentados pelos dados analisados. Também foram adotados procedimentos de organização, registro e armazenamento seguro dos materiais coletados, de modo a garantir rastreabilidade, conferência posterior das fontes e integridade do processo analítico, além do devido reconhecimento autoral de todas as referências mobilizadas no artigo.