

Segunda-Feira, 07 de Setembro de 2026

Amazon Prime Video enfrenta crise estrutural ao negligenciar decisões estratégicas baseadas no mercado brasileiro

Plataforma comete erros operacionais ao dispensar narradores renomados e depender de profissionais de concorrentes

A Amazon, por intermédio do Prime Video, segue em busca de ampliar seu portfólio de direitos esportivos no Brasil. Entretanto, sua atuação revela uma lacuna crítica: a empresa concentra-se exclusivamente na distribuição de conteúdo, ignorando a necessidade de construir uma estrutura técnica robusta e competente para suas transmissões.

Ao prescindir dos serviços de consagrados narradores como Cléber Machado e Galvão Bueno, a plataforma cometeu um equívoco estratégico. A decisão diminuiu substancialmente a relevância e o prestígio de suas produções audiovisuais, impactando diretamente a percepção do público e a qualidade geral das transmissões.

Este cenário negativo intensificou-se quando a Amazon recorreu a emprestar Fernando Nardini da CazéTV – uma medida que evidencia desespero operacional e representa, para muitos observadores do mercado, um episódio constrangedor que só se concretizou por absoluta falta de alternativas.

Para consolidar sua presença no audiovisual brasileiro, a Amazon necessita compreender uma verdade fundamental: decisões cruciais devem ser formuladas por profissionais que vivenciam e entendem profundamente a dinâmica do mercado doméstico. As deliberações frias e desconectadas que trafegam desde fora da região geram apenas equívocos e desperdício de recursos.

YouTube como termômetro do mercado audiovisual

Conforme dados compilados pela Mídia do Esporte, a CazéTV consolidou-se como o canal esportivo mais visualizado na plataforma YouTube durante agosto, superando a marca de 368 milhões de visualizações. A sequência dos maiores canais inclui GE TV, ESPN, TNT e Jovem Pan.

Um fenômeno digno de atenção refere-se ao desempenho extraordinário do YouTube institucional do SBT. O programa