

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**PEDRO HENRIQUE MARQUES DE OLIVEIRA**

**TRANSMISSÕES ESPORTIVAS NO *STREAMING*:  
TÉCNICAS UTILIZADAS POR CASIMIRO NA TWITCH TV PARA  
ATRAIR O PÚBLICO**

**VOLTA REDONDA  
2022**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**TRANSMISSÕES ESPORTIVAS NO *STREAMING*:  
TÉCNICAS UTILIZADAS POR CASIMIRO NA TWITCH TV PARA  
ATRAIR O PÚBLICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo do UniFOA como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluno: Pedro Henrique Marques de Oliveira

Prof. Ms.: Edilberto Venturelli

**VOLTA REDONDA  
2022**



Dedico este trabalho a todos que acreditaram no meu potencial e me apoiaram desde o começo do curso. Especialmente a um amigo da vida toda, um irmão, Carlos Felipe, falecido neste ano de 2022.

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer primeiramente a minha mãe que sempre esteve do meu lado em tudo na minha vida e sempre foi a principal apoiadora e a pessoa que me incentivou nos estudos. Também agradeço aos meus amigos de turma que sempre estiveram comigo durante essa caminhada. Aos amigos pessoais e família também, por todo incentivo e por acreditarem que eu era capaz, quando eu mesmo não acreditava. Agradeço também ao meu orientador Edilberto por toda paciência desde que começamos a estruturar esse trabalho, no começo do ano, por não desacreditar em mim e ter me ajudado muito nessa caminhada.

## RESUMO

Com a popularização dos serviços de *streaming* e da *internet*, o jornalismo esportivo precisou se adaptar a esse novo formato, o jornalismo *online*, para conseguir produzir conteúdos que chegassem para o maior número de pessoas. E com as transmissões esportivas não foram diferentes, emissoras esportivas começaram a adotar o *streaming* como opção de assistir os jogos de forma *online*. Essa adaptação é chamada de convergência midiática, e este trabalho tem como objetivo trazer a sua compreensão, analisando quais técnicas e métodos, de comentaristas esportivos, Casimiro Miguel utiliza na sua transmissão de jogos de futebol na Twitch TV. Se elas assemelham ou se diferem das transmissões “tradicionais”. Também foram analisadas e comparadas as partidas disputadas entre os clubes de futebol Atlético-PR e Flamengo, pelo campeonato brasileiro no primeiro (transmitido por Casimiro) e segundo turno (transmitido pela emissora TV Globo). Com isso, a convergência midiática para o *streaming* entrega um produto de maneira mais “livre” para quem o consome. A internet potencializa a produção de conteúdo, e as técnicas de comentaristas utilizadas pelo *streamer* são uma forma de atender seu público, e trazer novos espectadores, com novidades para transmissão esportiva, que desde a chegada da televisão mantém o mesmo formato. Tornando o ambiente mais leve e descontraído com seu tom humorístico e a transmissão mais interativa do que as tradicionais.

**Palavras-chaves:** *Streaming*; Transmissões; Casimiro; jornalismo esportivo; Twitch TV.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	07
2 A IMPORTÂNCIA SOCIAL DO JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL.....	11
3. ESPORTES NOS JORNAIS BRASILEIROS .....	13
3.1 O jornalismo esportivo na rádio	
3.2 Jornalismo esportivo na televisão	
3.3 Popularização dos serviços de <i>streaming</i>	
3.4 Um exemplo de <i>streaming</i> : conheça a Twitch TV	
3.5 Jornalismo esportivo nas plataformas de <i>streaming</i>	
4 CASIMIRO MIGUEL E SUA TRAJETÓRIA ATÉ GANHAR RECONHECIMENTO NA TWITCH TV.....	32
4.1 Transmissões na Twitch TV e vídeos no Youtube. O que deu visibilidade para Casimiro dentro e fora do jornalismo esportivo?	
4.2 ‘Cazé’ e seus direitos de transmissões esportivas	
5 TRADICIONAL X ALTERNATIVA: QUAL A NOVA TENDÊNCIA DA MÍDIA?.....	40
5.1 Como ‘Cazé’ se conecta com a sua audiência?	
5.2 Casimiro e suas técnicas de comentários durante as transmissões.	
5.3 Análise do jogo entre Atlético Paranaense e Flamengo	
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
7 REFERÊNCIAS.....	54

## LISTA DE ANEXOS:

**FIGURA 1:** Capa do jornal Italiano Fanfulla de 1893.

**FIGURA 2:** Capa do Jornal dos Sports edição do dia 13 de agosto de 1990.

**FIGURA 3:** Imagem de Osmar Santos em uma narração na Jovem Pan.

**FIGURA 4:** Imagem colorida da seleção brasileira na copa do mundo de 1970.

**FIGURA 5:** Captura de tela da pesquisa disponibilizada pelo Instituto Qualibest sobre quem foi entrevistado.

**FIGURA 6:** Captura de tela da pesquisa onde mostra a popularização dos serviços de streaming, disponibilizada pelo Instituto Qualibest.

**FIGURA 7:** Vantagens do streaming para o usuário disponibilizada pelo Instituto Qualibest.

**FIGURA 8:** Preferência do streaming sobre a TV fechada, segundo a Qualibest.

**FIGURA 9:** Imagem da página inicial da Twitch TV.

**FIGURA 10:** Captura de tela da página inicial do serviço de streaming Star+.

**FIGURA 11:** Captura de tela da programação do dia 27 de junho de 2022 da ESPN Brasil no Instagram.

**FIGURA 12:** Imagem de Casimiro com o prêmio eSports Brasil - Personalidade do Ano de 2021.

**FIGURA 13:** Santos FC anunciando a transmissão de uma partida contra Atlético Paranaense.

**FIGURA 14:** Captura de tela de um tweet de Casimiro anunciando sua parceria com a LiveMode.

**FIGURA 15:** Vídeo no Youtube de um recorte da live de 'Cazé', na Twitch, fazendo um anúncio do Mercado Livre, como forma de conteúdo.

**FIGURA 16:** Captura de tela do vídeo dos melhores momentos da partida entre Atlético-PR e Flamengo na live do Cazé.

**FIGURA 17:** Transmissão do jogo Atlético-PR x Coritiba no canal de Casimiro na Twitch TV.

**FIGURA 18:** Imagem dos melhores momentos da partida entre Flamengo x Atlético-PR transmitido pela TV Globo.

**FIGURA 19:** Captura de imagem de uma transmissão onde o jogador Sidão do Vasco recebe o troféu de craque do jogo.

## INTRODUÇÃO

As transmissões de esportes passam por uma nova adaptação às mídias digitais, estão sendo transmitidas em plataformas de *streaming* como a Twitch TV.<sup>1</sup> As plataformas de *streaming*, têm crescido e se tornado preferência no consumo das pessoas, devido ao crescimento da internet e as inovações tecnológicas. Diversos tipos de conteúdos têm migrado para as plataformas digitais, que garantem uma liberdade de entretenimento maior ao seu público, principalmente sem a grade de programas. Essas plataformas mudaram a maneira de se assistir conteúdos televisivos, dando força para o formato de *download* e *streaming*. (MARIANO, 2015)

Isso porque são produtos que trazem inovação de conteúdos, além de ser possível serem transmitidos em qualquer eletrônico como, televisão, smartphone, tablet e computador. Portanto, Carreira, Ribeiro e Paiáguas (2011), afirmam que o serviço de *Streaming* vem ganhando espaço na preferência do consumidor nos últimos anos. Mesmo as plataformas pagas, custam um valor inferior ao cobrado pelo cinema ou pelas operadoras de TV por assinatura.

Por isso, foi escolhido como objeto deste trabalho, o jornalista e *streamer* Casimiro Miguel, que transmite partidas de futebol em sua *live*, em uma plataforma de *streaming* chamada Twitch TV.

No começo de 2022, o ex comentarista esportivo do Esporte Interativo (hoje TNT Sports), e da SBT, fez transmissões de alguns jogos do campeonato carioca, inclusive a final. Casimiro soma mais de 2,4 milhões de seguidores<sup>2</sup> em seu canal na

---

<sup>1</sup> Twitch Tv – O **Twitch** é um streaming com foco na transmissão de partidas de videogames, desde campeonatos de *e-sports* até *playthroughs*. Através dele, os usuários transmitem os vídeos do seu próprio *gameplay* ou, na maioria das vezes, assistem partidas de *gamers* profissionais. Fonte: <https://www.remissaonline.com.br/blog/twitch-como-funcional/#:~:text=O%20Twitch%20%C3%A9%20um%20streaming%20com%20foco%20na%20transmiss%C3%A3o%20de,assistem%20partidas%20de%20gamers%20profissionais>.

<sup>2</sup> Todas as informações de seguidores foram tiradas das próprias redes sociais de Casimiro e da Twitch TV, link com o print de seus perfis disponíveis em: [https://www.canva.com/design/DAFFeEKPqXM/Z-B1B6qDIX4bV14\\_\\_\\_Egyg/view?utm\\_content=DAFFeEKPqXM&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=publishsharelink&mode=preview](https://www.canva.com/design/DAFFeEKPqXM/Z-B1B6qDIX4bV14___Egyg/view?utm_content=DAFFeEKPqXM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink&mode=preview)

Twitch TV, onde faz suas *lives*<sup>3</sup>, 2,7 milhões de seguidores em seu perfil no Instagram e pouco mais de 3 milhões de inscritos em seus dois canais no YouTube (Cortes do Casimito [OFICIAL] e Casimiro).

Esse trabalho mostra que, em uma transmissão de partidas de futebol há muito mais do que apenas “passar o jogo na televisão”. Existem formas de conduzir uma transmissão, de comentar e interagir com a audiência que vão além de só mostrar os jogadores em campo. Para isso, este trabalho analisa:

Quais técnicas e métodos de comentaristas esportivos Casimiro utiliza na sua transmissão de jogos de futebol na Twitch TV? Elas se assemelham ou se diferem das transmissões “tradicionais”?

Portanto, é analisado que em suas transmissões, Cazé conta com a narração de Luiz Filipe Freitas (narrador da TNT Sports), ou de Raony Pacheco (narrador do NSports, onde transmite jogos das ligas de futsal masculino e feminino), e a participação um segundo convidado jornalista para auxiliar nos comentários durante o jogo. Assim como em coberturas tradicionais, o *streamer* carioca faz um pré e um pós-jogo, com comentários e discussões com o público presente na transmissão, e seus colegas de trabalho.

A narração traz dados e estatísticas dos clubes e jogadores em campo, além de levar a emoção do jogo ao público nos momentos chaves, como o objetivo principal, que é o gol, como é feito na TV e na rádio.

O estilo das transmissões de Casimiro se diferencia das transmissões tradicionais também pelo seu contato com a audiência. É através das redes sociais e do *chat* de sua plataforma de *streaming*, a partir disso, ele gera conteúdo e interação com os espectadores, na hora da transmissão, mantendo de uma forma cômica com seus bordões e maneira de conduzir, fugindo do tradicionalismo.

Quando esportes como futebol e basquete, têm suas transmissões feitas em plataformas *streaming*, que dá a opção de assistir em aparelhos como televisões, computadores e celulares, se tem um alcance maior de espectadores. As diversas

---

<sup>3</sup> Live é uma transmissão ao vivo de áudio e vídeo na Internet, geralmente feita por meio das redes sociais, fonte: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/03/o-que-e-uma-live-saiba-tudo-sobre-as-transmissoes-ao-vivo-na-internet.ghtml>

opções de assistir uma transmissão pelo *streaming* faz com que mais pessoas sejam capazes de consumir esse tipo de conteúdo. Atualmente, uma única transmissão pode atrair dezenas de milhões de usuários em um curto período (JÚNIOR, 2015).

Junto com a praticidade da plataforma, a forma descontraída de conduzir a transmissão e técnicas de narração como improviso, o conhecimento da pauta e o contato com o público, que Casimiro ganhou notoriedade, e possui os direitos de transmissões de clubes grandes como o Atlético Paranaense.

Devido a isso, esse trabalho foi feito com os objetivos de demonstrar a adaptação das transmissões esportivas nas plataformas de *streaming*, evidenciando o crescimento da Twitch TV.

Também visa mostrar a ascensão e a trajetória do jornalista Casimiro Miguel até conseguir os direitos de transmissões de partidas de futebol. Compreender a preferência dos telespectadores por canais de *streaming*, ao invés dos canais de TV fechada. E identificar e analisar técnicas de comentaristas utilizadas por Casimiro em suas transmissões, para atrair o público.

Entende-se que, utilizando a metodologia descritiva, o trabalho aborda as transmissões esportivas nas plataformas de *streaming*, que em 2022 tem sido o palco do entretenimento com empresas como Amazon, Netflix, HBO Max e YouTube. É como Júnior (2015) cita, “[...] atualmente, uma única transmissão pode atrair dezenas de milhões de usuários em um curto período de tempo”, e como o *streaming* ganhou força no mercado, a união entre o esporte e a mídia pode levar uma transmissão a bater recordes de audiência, e consegue atingir um maior e variado público. Então a análise será feita em cima de um comunicador que utiliza o *streaming* para realizar transmissões de futebol e uma plataforma de *lives* vinda dos esportes eletrônicos.

A pesquisa pretende mostrar o crescimento da Twitch Tv e a sua relação com transmissões esportivas, trazendo dados, estatísticas e citações que comprovam o assunto tratado. Essas transmissões são feitas na plataforma onde seus usuários podem criar conteúdos fazendo *lives* (jogando *online*, narrando algum campeonato e até reagindo algum tipo de vídeo). O site surgiu em 2011 e teve uma rápida popularização, devido a isso, em 2014 foi comprada pela Amazon por cerca de US\$ 970 milhões de dólares. Em 2019, segundo ao site StreamElements, a plataforma chegou a 948 milhões de horas assistidas.

A partir de um estudo baseado nas mídias sociais do *streamer*, em matérias e artigos, será apontado a trajetória de Casimiro (antes de se popularizar na Twitch) como jornalista em uma emissora de jornalismo esportivo presente nas redes sociais e que já migrou para o *streaming*, a TNT Sports (antigo Esporte Interativo). A emissora transmite seus jogos em seu canal na televisão “fechada”, e na plataforma de *streaming* da HBO Max.

Além da trajetória do jornalista carioca, o projeto irá trazer dados como os recordes e marcas atingidas em suas transmissões na Twitch TV, análises dessas transmissões, utilizando como exemplo a partida entre Athletico Paranaense contra o Flamengo pelo campeonato brasileiro no dia 24 de abril de 2022, e a forma de como viralizou na internet compartilhando seu conteúdo de vídeos curtos de suas *lives*, chamados “cortes”, principalmente no YouTube e nas redes sociais.

No capítulo 1 será abordado o jornalismo esportivo no Brasil, a sua importância social, sua trajetória nos principais meios de comunicação como a mídia impressa, rádio, televisão e internet, até chegar nas mídias de *streaming*, assunto abordado e debatido nesta pesquisa.

O capítulo 2 do trabalho irá contar a trajetória do *streamer* carioca, desde quando era um jornalista do Esporte Interativo até chegar nas suas conquistas como *streamer*, também vai citar o seu programa em seu canal na Twitch e seus quadros de entretenimento que repercutem e trazem notoriedade para si mesmo, dentro e fora do jornalismo esportivo.

Por fim, no capítulo 3 será discutido sobre as técnicas jornalísticas utilizadas em suas transmissões esportivas em seu canal na Twitch Tv, e a forma que “Cazé” se comunica. Também serão analisadas as partidas entre Atlético Paranaense e Flamengo no primeiro e segundo turno do campeonato brasileiro de 2022. A primeira partida tendo o Atlético como mandante, ou seja, transmissão feita no canal da Twitch TV de Casimiro, e a segunda partida teve como mandante o Flamengo, sendo assim a transmissão feita pela Rede Globo na mídia tradicional.

## 2. A IMPORTÂNCIA SOCIAL DO JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL

O esporte movimenta um grande mercado e isso é fomentado pela forma com que atrela entretenimento à paixão. Segundo o professor da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP, Luciano Maluly (2017), o jornalismo especializado é a principal ponte, entre os clubes e atletas com a população. O esporte tem uma função importante de levar entretenimento aos torcedores brasileiros, e foi se tornando com o passar dos anos, uma das principais formas de entretenimento no Brasil. Finais de campeonatos como a Libertadores, Liga dos Campeões e Copa do Mundo, são grandes eventos que mobilizam o mundo todo para desfrutarem das competições, e do momento em que esporte o esporte vive, principalmente o futebol.

O esporte abre portas para as pessoas, para aquela criança que às vezes não tem uma hora de lazer. O esporte pode ser considerado um lazer na hora que ela vai poder brincar um pouco, que ela pode ter esta forma lúdica de ver a vida, que a vida dela não é só tristeza, não é só trabalho, que a vida dela não é só pobreza que ela pode encontrar amigos. Acho que tudo isto o esporte traz: o prazer interno para a pessoa ficar de bem consigo mesma. Ela pode até não ser um grande atleta, mas o prazer que o esporte traz é incomparável é maravilhoso, salva e resgata vidas. (SANTOS, p. 13, 2006)

O futebol se tornou parte da vida do povo brasileiro, uma paixão que começou pelas classes desfavorecidas, como palco para lutas por questões sociais e raciais, e se tornou um amor que mexe com cada indivíduo da sociedade brasileira, sem distinção de classes (SILVA, 2005). O esporte é a cultura de quem é adepto, é um modo de viver. Como diz Orlando Duarte (2004) em seu livro “História dos esportes”:

O esporte é o grande desafio do ser humano. O esporte ajuda a moldar a personalidade e o caráter, dando-lhe mais força. O esporte ensina que não existem super-homens, mas apenas humanos. O esporte é recuperação. O esporte é cultura. (DUARTE, 2004, p.26.)

Para Duarte, o esporte ensina que todos são iguais, dentro das 4 linhas não importa quem você, e sim o que joga. É cultura, uma forma de viver. O jornalista mencionado anteriormente, cobriu nove olimpíadas, treze mundiais de futebol e outras diversas competições esportivas, e mesmo após toda a sua trajetória, ele afirma que:

As melhores horas que vivi e vivo foram proporcionadas pelo esporte. Continuo a fazer esporte, escrever sobre esporte, comentar sobre esporte e

estimular, em todos, de todas as idades, o interesse em praticar esporte. (DUARTE, 2004, p10)

Com tudo isso, o jornalismo esportivo e o esporte nem sempre foram umas das principais pautas da imprensa brasileira, pelo contrário, demorou até ter espaço na mídia, como mostra no item a seguir sobre o começo dos esportes nos jornais brasileiros.

## 2.1 Esporte nos jornais brasileiros

Para um melhor entendimento do assunto abordado nesta pesquisa, será feita uma contextualização do jornalismo esportivo no Brasil. Nem sempre foi uma editoria digna de capa nos jornais do país. De acordo com Bahia (1990), o jornalismo esportivo se iniciou no Brasil em 1856 com o jornal “O Atleta”, que ensinava aprimoramentos físicos para os cidadãos do Rio de Janeiro. Para Paulo Vinícius Coelho (2004), o jornalismo esportivo foi pauta nos jornais pela primeira vez em 1910, quando o jornal *Fanfulla* trazia os resultados e relatos de partidas de futebol amador italiano.

**FIGURA 1:** Capa do jornal Italiano Fanfulla de 1893:



Fonte: [www.cedem.unesp.br/microfilmes-do-periodico-fanfulla-foram-digitalizados-pelo-cedem/](http://www.cedem.unesp.br/microfilmes-do-periodico-fanfulla-foram-digitalizados-pelo-cedem/)

Não era um jornal de elite, mas a pauta agradava a grande quantidade de italianos presentes na cidade de São Paulo. Onde mais para frente ganharam força e fundaram um clube de futebol chamado Palestra Itália, que anos depois virou o conhecido Palmeiras.

Por mais que houvesse este caso, o jornalismo esportivo estava longe de ser reconhecido como é no século XXI, nem o remo, esporte mais praticado na época, tinha o reconhecimento da imprensa brasileira, principalmente para virar matéria de capa dos jornais. Inclusive, foi do remo que nasceram grandes clubes como o Clube de Regatas do Flamengo, Clube de Regatas Vasco da Gama e o Botafogo de Futebol e Regatas.

Seguindo de acordo com Paulo Vinícius Coelho (2004), os esportes só foram ganhar popularidade nos jornais do Brasil a partir de 1928, quando a Gazeta começou a fazer sucesso com sua página de esportes publicada nas segundas-feiras. Com isso, em 1931 o *Jornal dos Sports* lança pela primeira vez uma edição diária exclusivamente para o mundo esportivo no país, o assunto ganhou relevância na época por conta da profissionalização do futebol no governo Vargas, a partir deste ano, jogador de futebol foi oficializado como profissão.

**FIGURA 2:** Capa do Jornal dos Sports edição do dia 13 de agosto de 1990



**Consul**  
A marca da gente

# Jornal dos Sports

Diretor-Presidente: Vanílco Pereira Velloso Filho    Diretores-Executivos: Carlos Alberto Jahel e Sérgio Gomes Velloso  
 ANO LIX - Nº 19.123    Rio de Janeiro, segunda-feira, 13 de agosto de 1990    Preço: C\$ 80,00



**Consul**  
A marca da gente

## Caneco do Tio Sam é do Mengo: 1 a 0

No RJ  
**20,00**  
CRUZEIROS

**Bismarck ganha vaga no treino**

Bismarck treinou com raiva, fez gols e garantiu sua escalação no jogo de quarta-feira contra o Colo Colo. Aicir quer que o time irrite a equipe adversária.

Página 3

**Joel depende dos homens de ouro**

“Os homens de ouro” do Botafogo, os que têm contratos de maior valor, estão fazendo jogo duro e somente hoje é que Joel saberá o time que enfrentará o Cruzeiro.

Página 4

**Barca do Flu vai começar a apitar**

Elenco é muito grande e técnico Paulo Emilio vai ter que cortar 11 jogadores. Torres deve sair.

Página 4



Ailton vibra com a conquista da Marlboro Cup, mesma emoção de Joelmar que levanta o braço

Um gol de Gaúcho, logo a um minuto e meio de jogo, foi o bastante para que o Flamengo derrotasse o Alianza, de Lima, por 1 a 0 e colocasse na mala mais um caneco — a Marlboro Cup — que vai agora enriquecer ainda mais a sua galeria de troféus. O time começou fulminante, mas depois procurou tocar a bola e colocar os peruanos na roda. A delegação segue agora para dois jogos na Itália.

Página 14

**O vale-tudo da Segunda Divisão**



Foto: Roberto Santos

Quando não dá com o pé, vale com a mão

O Miguel Couto venceu o Olaria por 2 a 1 com muita violência.

Página 6

Fonte: <https://twitter.com/flamengo/status/1558183452180193281>

O criador desse jornal diário foi o jornalista esportivo Mário Filho, irmão mais velho de Nelson Rodrigues, que tem seu nome eternizado em um dos estádios mais emblemáticos do mundo, o Maracanã (Estádio Jornalista Mário Filho). O Jornal dos Sports teve fim em 2010, mas continuou na internet, principalmente nas redes sociais.

Em 2022, esse clássico jornal voltou à ativa no impresso e de diversas formas no *online*, tendo versão em *podcast*, canal no YouTube e nas redes sociais como Instagram, Twitter, Facebook e TikTok.

O jornal voltou de uma forma diferente e pouco utilizada no Brasil, o formato chamado *MatchDay*, que consiste em noticiar toda a renda gerada pelas atividades que envolvem uma partida. Entre elas estão a bilheteria dos estádios (público pagante e público presente), venda de camisetas, valores de transmissões etc.

De acordo com Moscovici (2012), em 1 de julho de 1938, criou-se o Conselho Nacional de Cultura, vinculado ao Ministério da Educação e da Saúde, onde o esporte foi oficializado por meio do Decreto-Lei n. 526. A partir daí, o futebol por exemplo, foi visto como uma representação social para a população, o que era visto como algo da

classe média passou a ser “uma ordem que possibilitará às pessoas orientar-se em seu mundo material e social e controlá-lo; e, em segundo lugar, possibilitar que a comunicação seja possível entre os membros de uma comunidade”. (MOSCOVICI, 2012, p. 21).

## **2.2 O jornalismo esportivo na rádio**

Já na rádio as transmissões foram se popularizar em meados da década de 1950, quando as narrações começaram a ser padronizadas e a passar mais emoção nos jogos para o ouvinte. Segundo Dalpiaz (2002), foi nesse período que começaram a valorizar os comentaristas, narradores, os repórteres e o jornalismo esportivo foi se consolidando. Isso principalmente a partir de 1958, ano em que o Brasil ganha a sua primeira Copa do Mundo e houve um “boom” de emoções e vibrações por todo território brasileiro, aumentando a popularidade do esporte e da seleção brasileira.

Mas foi em 1930, na primeira edição da Copa do Mundo, em que começaram as transmissões pela rádio, o meio de comunicação foi essencial para disseminar pelo mundo esse evento esportivo e torná-lo no evento mais importante do planeta. No Brasil, as primeiras copas (1930 e 1934) foram cobertas apenas pelo jornal impresso, a primeira transmissão via rádio foi em 1938, na Copa do Mundo na França, como é explicado em uma matéria no blog da EBC (Empresa Brasil de Comunicação).

Ainda de acordo com Dalpiaz (2002), no final da década de 1970 as transmissões de futebol nas rádios já ganham força e há uma disputa para atrair a audiência e obter lucros com patrocinadores. A rádio Excelsior, afiliada da Globo, transmitia um dos jogos mais importantes do campeonato, outras rádios como a Capital tentavam da tática de transmitir mais de um jogo ao mesmo tempo, em busca de atrair torcedores de diferentes clubes e aumentar a sua audiência. Foi nessa época, em 1977, que houve a famosa troca de locutores entre duas das maiores rádios brasileira, Osmar Santos deixa a Globo e vai ser o locutor mais bem pago do país na Jovem Pan. O que alavancou a audiência no mercado paulista.

**FIGURA 3:** Imagem de Osmar Santos em uma narração na Jovem Pan:



Fonte: <https://jovempan.com.br/esportes/com-o-santos-e-f-giglioti-memoria-do-plantao-homenageia-dia-do-radio.html>

De acordo com Dalpiaz (2002), houve uma inovação na rádio em 1999, quando a Rádio Pampa de Porto Alegre trouxe uma programação esportiva de 24 horas, isso é, uma cobertura exclusivamente esportiva. A Rádio Pampa tinha um *slogan* que se autodenominavam como “A número 1 no futebol”, o que na época fazia sentido, por terem sido a primeira rádio com programação exclusivamente esportiva, tendo como foco principal o futebol.

Outro fato que evidenciou o crescimento desse meio de comunicação, foi quando os repórteres, que cobriam algum certo time, começaram a viajar com o clube em jogos fora de casa, para realizar a cobertura de perto e fazer um trabalho mais preciso.

Apesar do rádio ter tomado conta das transmissões esportivas durante anos, a principal fonte de verbas obtidas no jornalismo esportivo estava na TV, com os patrocínios e direitos de transmissões dos times. Por isso, Milton Jung (2005) fala que a rádio buscou outras formas de transmitir os jogos, como a “narração *offtube*”, onde o jornalista narra o jogo dentro de campo, na maioria das vezes atrás do gol. Para Jung (2005) essa prática ganhou força, principalmente no Brasil, com “a intenção de reduzir o custo das transmissões radiofônicas.” (JUNG, p.130).

É importante ressaltar que, as rádios, não precisam pagar pelo direito de transmissão de uma partida, diferentemente da televisão, onde há cotas televisivas milionárias. Por exemplo, segundo o colunista da UOL, Allan Simon (2022), em 2022 os times da série A do campeonato brasileiro recebem de acordo com a quantidade de jogos exibidos pela Globo e SporTV. Com isso, cada equipe ganha R\$ 1 milhão por jogo transmitido na TV aberta e R\$ 1,9 milhão na TV fechada. Os clubes da Série B não entram nesse acordo.

Como explica o colunista da UOL, Allan Simon, sobre os direitos de transmissões dos clubes da série A, do campeonato brasileiro, em 2022:

Em termos proporcionais, a Globo pagaria, portanto, R\$ 475 milhões pelos 19 times que hoje estão na Série A e assinaram com o SporTV. Além disso, o grupo ainda possui contratos com os mesmos clubes pelos direitos de PPV, no qual existe o repasse de 38% da receita bruta nas vendas por operadoras de TV paga e 50% do total líquido arrecadado em vendas diretas no streaming. (SIMON, 2022)

O único clube da primeira divisão do campeonato que não fechou seus direitos televisivo com a TV Globo foi o Atlético Paranaense, suas partidas são transmitidas pelo jornalista e *streamer* Casimiro Miguel.

Então, essa não obrigação em ter que pagar cotas televisivas para transmissões de jogos permite que os ouvintes das rádios tenham diversas opções para acompanhar os jogos que tiverem interesse, o que não aconteceria caso a rádio também tivesse que pagar pelo direito de transmitir algum jogo. Para falar dessa potência midiática, no próximo item será analisado o jornalismo esportivo na televisão, como foi a vinda dessa tecnologia para o Brasil até chegar na predominância nas transmissões de partidas de futebol.

### **2.3 Jornalismo esportivo na televisão**

O futebol tem relação direta com a história da televisão no Brasil, foi uma das vertentes que impulsionou o meio de comunicação no país. Segundo Cardoso (1999), quando os primeiros canais de TV surgiram ainda era uma tecnologia que as pessoas não dominavam perfeitamente, ainda não estavam habituadas. Por exemplo, quando ele menciona a inauguração da TV Tupi em 1950, pioneira nos programas esportivos com o “Vídeo Esportivo”, programa comandado por Aurélio Campos.

Disseram que Chateaubriand havia arremessado uma garrafa de champanhe contra a câmera, quebrando-a. Não foi nada disso. Simplesmente, houve um defeito técnico e aqueles jovens ainda não sabiam como lidar com o novo e extravagante equipamento. Quando uma delas pifou, foi uma correria. Homero Silva, um dos mais importantes do rádio da época, precisou sair correndo de um estúdio para o outro. A câmera também. Inicia-se a improvisação brasileira. (CARDOSO, 1999, p. 40).

O esporte ganhou destaque na televisão quando um clássico paulista entre Palmeiras e São Paulo, no Pacaembu, foi transmitido ao vivo para 200 pessoas. Marca expressiva levando em conta a precariedade da tecnologia no país, na época. Conforme Ribas (2010) explica, com a chegada da TV os brasileiros criaram expectativas de conseguirem ver ao vivo a Copa do Mundo de 1954, porém de acordo com a precariedade dessa tecnologia no país, como já mencionado anteriormente por Cardoso (1999), ainda não tinha condições de uma transmissão desse nível e foi um privilégio para poucos no mundo todo.

Outra novidade era a transmissão dos jogos do Mundial. Obviamente, isto estava sujeito às tecnologias da época, de modo que apenas oito países – Alemanha, Bélgica, Dinamarca, França, Holanda, Inglaterra, Itália e Suíça – poderiam ver os jogos ao vivo. Os outros (Brasil, entre eles) tinham que se contentar com o rádio. E as imagens eram todas em preto e branco, uma vez que não havia TV a cores. Além disso, houve a preparação de um filme oficial da Copa, algo inédito até então - e igualmente em preto e branco, embora já existissem filmes coloridos nos anos 1950. (RIBAS, 2010, p. 69).

A televisão no Brasil só foi se desenvolver a partir de 1964, quando houve o golpe militar que tirou João Goulart da presidência. Para Mattos (2002), o golpe influenciou no começo da evolução deste meio de comunicação.

O golpe de 1964 afetou diretamente os meios de comunicação de massa porque o sistema político e a situação socioeconômica do país foram totalmente modificados pela definição e adoção de um modelo econômico para o desenvolvimento nacional. O crescimento foi centrado na rápida industrialização, com tecnologia e capital externos, e baseados no tripé formado pelas empresas estatais, empresas privadas nacionais e corporações multinacionais. Os veículos de comunicação de massa, principalmente a televisão, passaram a exercer o papel de difusores não apenas da ideologia do regime como também da produção de bens duráveis e não duráveis. (MATTOS, 2002, p. 89).

A indústria se desenvolveu e o governo utilizava da tecnologia para propagar o regime militar, a produção de aparelhos televisores foi em maior escala e as pessoas passaram a poder financiar o produto, assim, facilitou o acesso a esse bem de consumo.

O aparelho tecnológico ficou mais acessível, mas em contrapartida para o jornalismo foi um período conturbado levando em contato a censura, a repressão sofrida por jornalistas contrários ao governo e jornais fechados. Ainda segundo Mattos (2020), o jornalismo esportivo foi uma das editorias que sofreu com essa censura do regime militar.

Contudo, foi nessa época da Ditadura Militar que houve a primeira transmissão de Copa do Mundo no Brasil, em 1970 no governo do presidente Emílio Garrastazu Médici. Como Ribas (2010) menciona, foi um marco histórico nas transmissões esportivas no país, pela qualidade da imagem e o número de pessoas assistindo pelo mundo todo.

A Copa do México inaugurou a transmissão via satélite, em cores para todo o planeta. No Brasil, muitos dizem ter visto a Copa em cores, mas provavelmente é para contar vantagem, já que o sinal captado e os aparelhos de TV do país eram em preto e branco – as cores eram privilégio de alguns poucos. A primeira transmissão de um jogo em cores só ocorreu em 1972 e envolvia a Seleção de Caxias do Sul (RS) contra o Grêmio. Outra novidade seria o replay instantâneo dos principais lances, poucos instantes depois após eles acontecerem. (RIBAS, 2010, p. 159).

Foi a partir daí que as transmissões esportivas se alavancaram e criou-se um panorama. As emissoras com mais recursos passaram a fechar contratos milionários com os campeonatos a serem transmitidos e obtinham os direitos exclusivos dos mesmos.

**FIGURA 4:** Imagem colorida da seleção brasileira na copa do mundo de 1970.



Fonte: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/copa-na-tv/copa-de-1970-foi-em-cores-mas-maioria-tinha-tv-preta-e-branca-3722>

A TV Globo por muitos anos centralizou essas transmissões das principais competições esportivas, principalmente do futebol brasileiro. E isso se manteve por décadas até a pandemia do Covid-19 em 2020, quando o *streaming* ganhou força e muitos canais esportivos aderiram ao produto.

#### **2.4 Popularização dos serviços de *streaming*.**

De acordo como divulgou o colunista da Uol<sup>4</sup>, Ricardo Feltrin, em fevereiro de 2022 o público jovem, de 12 a 17 anos, tem sido o principal consumidor das plataformas de *streaming*, seguidos por adultos de 50 a 59 anos e por último, idosos acima dos 60 anos.

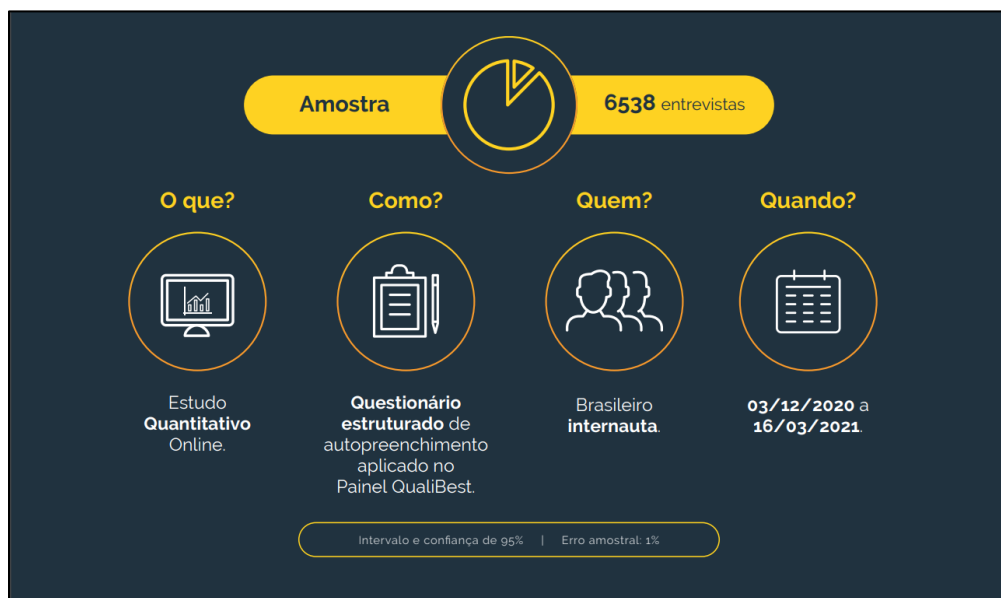
De acordo com a mesma pesquisa, os serviços de *streaming* quando combinados, só perdem em audiência para a TV Globo, que também já possui sua própria plataforma, a GloboPlay.

---

<sup>4</sup> <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2022/02/08/exclusivo-os-primeiros-dados-do-consumo-de-streaming-no-pais.htm>

Segundo uma pesquisa feita pela QualiBest (instituto de pesquisas *on-line* do Brasil) em 2021, a pandemia da Corona Vírus em 2020 foi um dos principais fatores da popularização dos serviços de *streaming* no Brasil. Com as pessoas dentro de casa o tempo todo devido ao *lockdown*, aumentou-se o tempo dispensado em frente à televisão e conseqüentemente a procura por plataformas de *streaming* e suas variedades de conteúdo.

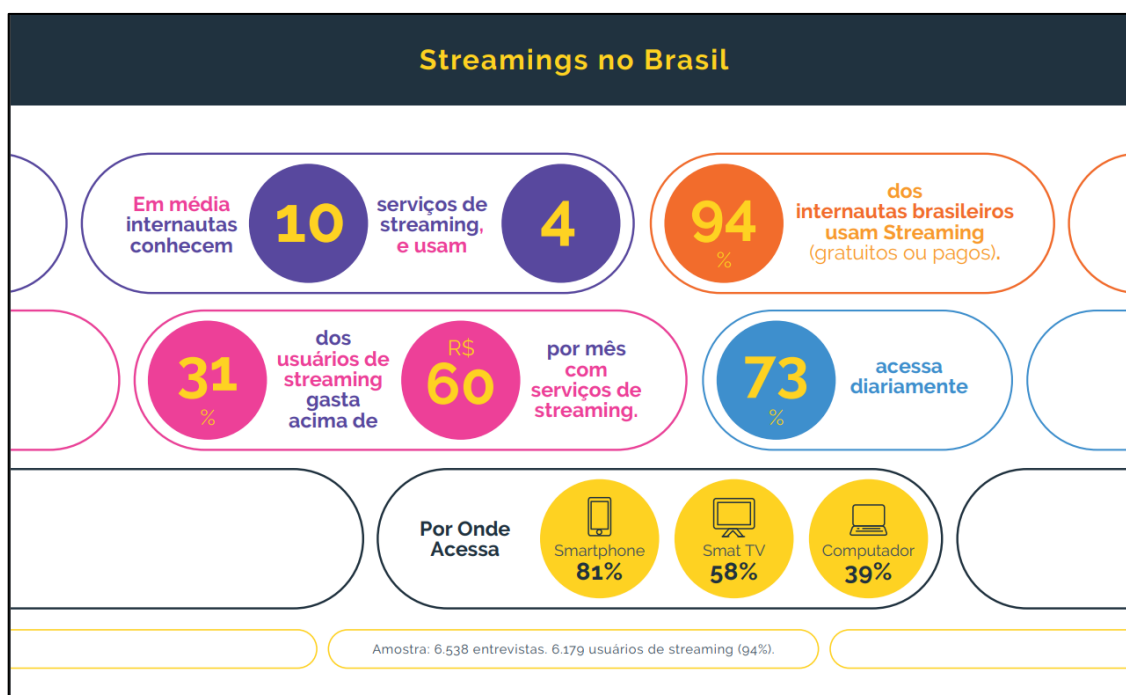
**FIGURA 5:** Captura de tela da pesquisa disponibilizada pelo Instituto Qualibest sobre quem foi entrevistado



Fonte: <https://www.institutoqualibest.com/blog/experiencia-e-satisfacao/servicos-de-streaming-tem-crescimento-durante-a-pandemia/>

Essa mesma pesquisa foi feita com 6.538 internautas, entre dezembro de 2020 e março de 2021, para entender o crescimento das plataformas de *streaming* e a preferência por este meio, ao invés da TV fechada. E 66% desses entrevistados pagam por serviços como a Netflix e Amazon Prime, como informado pela própria QualiBest (2021).

**FIGURA 6:** Captura de tela da pesquisa onde mostra a popularização dos serviços de *streaming*, disponibilizada pelo Instituto Qualibest



Fonte: <https://www.institutoqualibest.com/blog/experiencia-e-satisfacao/servicos-de-streaming-tem-crescimento-durante-a-pandemia/>

Dados que mostram que mais de 90% dos entrevistados usam serviços de *streaming*, e normalmente, mais de um. Grande parte acessa diariamente os conteúdos e nota-se a preferência pelo smartphone, mas o uso da televisão e computador não ficam para trás.

Abaixo, pode-se ver os motivos pelo qual as pessoas têm preferido essa nova mídia, muito pelo que foi comentado anteriormente, a possibilidade de acessar em vários dispositivos, preços em conta, diversos conteúdos e ser *on-demand*.

**FIGURA 7:** Vantagens do *streaming* para o usuário disponibilizada pelo Instituto Qualibest



Fonte: <https://www.institutoqualibest.com/blog/experiencia-e-satisfacao/servicos-de-streaming-tem-crescimento-durante-a-pandemia/>

Para a maior parte das pessoas, o diferencial do streaming é o *on demand*, isso é, poder assistir os conteúdos que quiserem, na hora que quiserem e no dispositivo que bem escolherem, como celular, televisão, notebook etc.

A funcionalidade de se conseguir acessar os conteúdos em diferentes aparelhos, como *notebooks* e celulares, tem sido um diferencial para os internautas. Como Daniela Malouf, diretora geral do instituto QualiBest, explica:

A pesquisa aponta para um fenômeno fundamental que estamos vivendo hoje, em que o consumidor está claramente mais disposto a pagar por um serviço de streaming do que por uma assinatura de TV – e por vários motivos: além de serem multiteelas, as plataformas oferecem uma flexibilidade de assistir filmes e séries muito maior do que a televisão. Essa é uma vantagem fundamental que elas possuem e que, por isso, devem mantê-las na frente da concorrência por muito tempo. (MALOUF, Daniela. Instituto QualiBest, 2021).

Como Malouf (2021) destaca, as pessoas têm preferido o *streaming* pago à TV fechada. Muito pela questão do multiteelas, onde o internauta pode, por exemplo, ouvir música no celular, ver uma série na televisão e ainda estar conectado pelo computador, são muitos meios que é possível acessar ao mesmo tempo. Como

explica na imagem abaixo, 37% dos entrevistados pelo instituto de pesquisas *on-line* já tiveram, mas não assinam mais pacotes da televisão à cabo.

**FIGURA 8:** Preferência do streaming sobre a TV fechada, segundo a Qualibest.



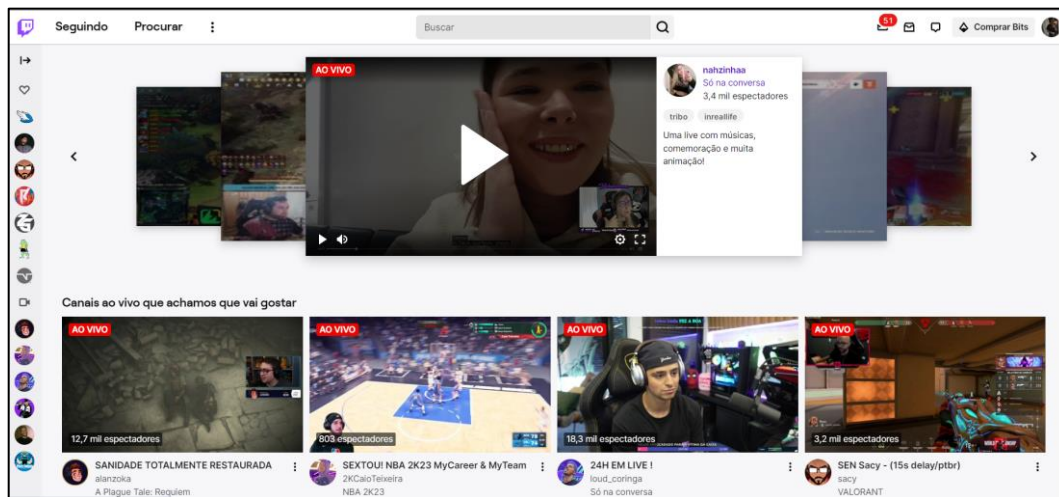
Fonte: <https://www.institutoqualibest.com/blog/experiencia-e-satisfacao/servicos-de-streaming-tem-crescimento-durante-a-pandemia/>

Esses dados trazem a compreensão dessa migração de conteúdos de entretenimento, o porquê da preferência do público, principalmente os mais jovens, por essas plataformas e uma nova forma de se fazer jornalismo esportivo e transmitir jogos, visto que, o *streaming* é a tendência e a TV fechada cada vez menos popular entre os internautas.

## 2.5 Um exemplo de *streaming*: conheça a Twitch TV

A Twitch TV (FIGURA 9), plataforma originalmente de jogos eletrônicos, foi criada em 2011 e veio de uma adaptação de um site chamado “Justin.TV”, para conquistar o público *gamer* e conseqüentemente atingir outros públicos, devido ao seu crescimento. O que não demorou para acontecer, segundo Voltolini (2014), a Amazon viu a proporção em que a Twitch crescia, logo enxergou potencial na plataforma e se tornou proprietária, comprando-a por cerca de US\$ 970 milhões de dólares.

**FIGURA 9:** Imagem da página inicial da Twitch TV



Fonte: <https://www.twitch.tv/>

De acordo com uma pesquisa da Betway Insider (2022), os dois primeiros meses de 2022, da Twitch TV, somaram mais de 230 milhões de visualizações na plataforma, quase 5% maior em relação a 2021. Isso mostra que a Amazon estava certa em investir nesse canal, que soma mais de 8.6 milhões de *streamers* criando conteúdos para o público da plataforma, ainda segundo a Betway Insider (2022).

Segundo autores como Cheung & Huang (2011), uma das vantagens de serviços de *live streaming*, como a Twitch, é a possibilidade de interação com quem está assistindo. Enquanto o usuário consome o conteúdo, ele tem a opção de interagir no *chat* ao vivo do canal, com outros usuários e com quem está fazendo a

transmissão. Os autores definem como “pessoas que seguem as experiências do jogo, mas que não participam diretamente”.

Ainda de acordo com Cheung & Huang (2011), há espectadores que sentem mais prazer ao assistir algum profissional jogando em suas *lives* do que propriamente jogar algum jogo. Para essas pessoas, é como ver um jogo de futebol, vôlei ou basquete na televisão, ainda têm a vantagem de poder ver em outros aparelhos eletrônicos além da TV.

Além da possibilidade de interação, os usuários da plataforma de *games* têm a opção de fazer doações em dinheiro para o *streamer*, ou se tornar um *subscriber* (nome para quem é assinante de algum canal da Twitch TV), essas pessoas possuem algumas vantagens *premium* por uma determinada quantia (cada canal tem o seu valor) durante 30 dias, que o usuário comum não tem.

Com intenções bem sucedidas de dominar o mundo *gamer*, em 2021 a Twitch quebra essa barreira com as transmissões de jogos da NBA através do canal do influenciador Alexandre “Gaules”, que detém o direito de transmitir as partidas. Como destaca o blog MKT Esportivo (2022): “Depois de uma temporada 2021/2022 com mais de 7 milhões de horas assistidas, inicia neste domingo (20/10) a transmissão dos jogos da NBA no canal do Gaules na Twitch”.

Logo em seguida, no primeiro trimestre de 2022, o serviço de streaming passa a transmitir jogos do campeonato carioca e partidas do clube de futebol Atlético Paranaense, através do canal de Casimiro Miguel, como já mencionado nessa pesquisa.

## **2.6 Jornalismo esportivo nas plataformas de *streaming***

A evolução da internet, junto com a ascensão das redes sociais se tornaram ferramentas essenciais para todo jornalista ou veículo jornalístico, passou de ser apenas um suporte e se tornou um item essencial, como Marques de Melo (2003) menciona:

Para tanto, é imprescindível recorrer à cooperação internacional, superando o isolamento que as universidades brasileiras têm mantido no âmbito midiológico. Apesar dos esforços realizados por indivíduos ou por instituições, trata-se de uma postura coletiva a ser adotada pela comunidade acadêmica do jornalismo. Tudo se torna mais fácil com o uso da internet e outros canais de comunicação a distância. (DE MELO, 2003, p.91)

Como também já abordado neste trabalho de conclusão de curso, não só a produção de conteúdo, mas também as transmissões têm migrado para o mundo digital. Os principais transmissores esportivos da televisão estão no *streaming*. Por exemplo, a ESPN com uma parceria com a Disney, tem suas transmissões de todos os esportes, programas esportivos, entre outros, na plataforma de *streaming* “STAR+”, onde a proprietária é a própria Disney.

O jornalismo esportivo tem importância social como qualquer outro jornalismo especializado, de informar e trazer notícias sobre determinado assunto para um determinado público. Não apenas isso, ele tem o papel além de entreter, mas também de entregar a paixão que é o esporte para o seu público. Assim como José Marques de Melo fala sobre o jornalismo opinativo no geral:

Entendemos que os meios de comunicação coletiva, através dos quais as mensagens jornalísticas penetram na sociedade, bem como os demais meios de reprodução simbólica, são ‘aparatos ideológicos’, funcionando, se não monoliticamente atrelados ao Estado, como dá a entender Althusser, pelo menos atuando como uma ‘indústria da consciência’, de acordo com a perspectiva que lhes atribui Enzensberger, influenciando pessoas, comovendo grupos, mobilizando comunidades, dentro das contradições que marcam as sociedades. (DE MELO, 2003, p.73)

Como Melo (2003) mesmo diz, “veículos que se movem na direção que lhes é dada pelas forças sociais que os controlam e que refletem também as contradições inerentes às estruturas societárias em que existem”. Ou seja, o jornalismo esportivo, por exemplo, leva o entretenimento e a paixão ao seu público, mas é quem consome que carrega a grandeza do segmento. Por isso, em países como o Brasil, esportes como o futebol são dignos de capas de jornais e mobilizam a sociedade com notícias que são de interesse de grande parte da população.

O jornalismo esportivo também aderiu ao formato online e está presente nas mídias sociais, formato que mais tem sido consumido pelo público. O próximo tópico

irá falar um pouco mais sobre as redes sociais e porque é o “novo” meio de comunicação.

Por mais que nem todas as pessoas do Brasil tenham acesso à internet e aparelhos eletrônicos, o baixo custo (ou zero custo como no caso da Twitch) para acessar tais plataformas tem sido um dos diferenciais para a população na hora de escolher o que e onde assistir. Através de uma taxa mensal relativamente pequena, os usuários têm acesso a diversas séries e filmes no conforto de seu lar (FERNANDES *et al*, 2012).

Como explicado e apresentado dados no tópico anterior, os serviços dessa “nova” mídia têm sido preferência na hora de buscar entretenimento para assistir, e com o jornalismo não foi diferente. O jornalismo esportivo se enquadra na “era *streaming*” também pelo fato de disseminar notícias ao vivo, estar presente diariamente na cobertura de equipes e atletas, com o acompanhamento de setoristas que presenciam viagens, treinos, competições etc. Os principais veículos jornalísticos, como também os diversos profissionais da área, estão presentes na internet, e redes sociais, facilitando a divulgação dos seus trabalhos. Como explica Roseli Fígaro, em sua revista:

Essas mudanças estão acelerando a transição da produção jornalística para as plataformas digitais e redes sociais que já conviviam com essa necessidade diante da ambiência digital e do ecossistema móvel de consumo de notícias, mas, em muitos casos, retardavam a assimilação de práticas como o *home office* e o uso de ferramentas como o *live streaming*. Naturalmente, a discussão sobre o trabalho também traz implicações para o fazer jornalístico como, inclusive, precarizações (FÍGARO, 2020, p. 30)

Essas “mudanças”, que Roseli se refere, são as formas que os veículos e jornalistas tiveram que adotar após a pandemia do COVID-19. Ela foi um fator que acelerou o processo de digitalização do jornalismo pós-industrial, as redes sociais, os *smartphones* e o *streaming* foram essenciais para esse processo. (ANDERSON. *et al.*, 2013).

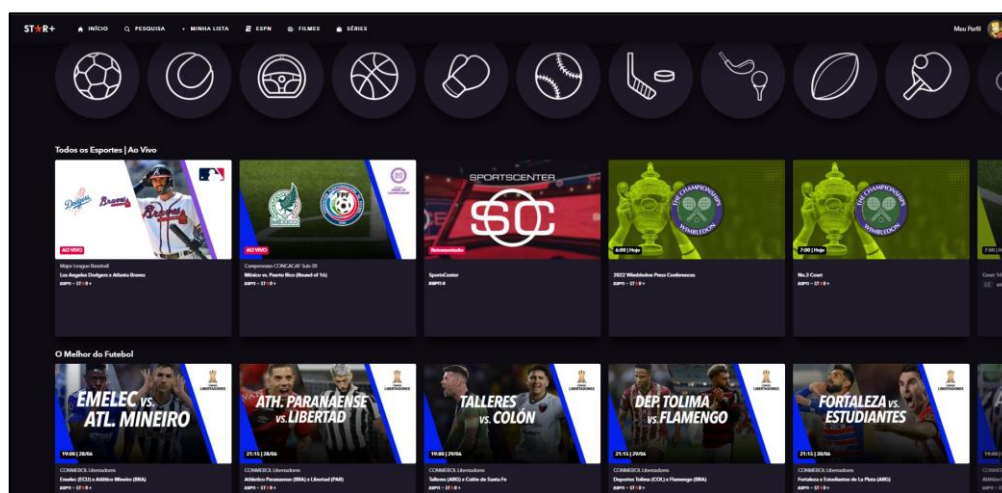
E no conceito de Henry Jenkins, por mais que haja essa mudança para o mundo digital, as mídias tradicionais são “imortais”. O jornal impresso, televisão e rádio não vão deixar de existir com a ida para o online, e sim vão se adaptar e aderir ao formato, mantendo o tradicional, mas também tendo sua versão disponível na internet.

O conteúdo de um meio pode mudar, como aconteceu quando a televisão substituiu o rádio como meio de contar histórias, deixando o rádio livre para se tornar a principal vitrine para o rock and roll. Seu público pode mudar e seu status social cair ou crescer. Mas uma vez que um meio se estabelecesse, ao satisfazer uma necessidade humana, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de opções de comunicação (JENKINS, 2008. p. 41).

Como estudo de caso, foi utilizado o exemplo da emissora esportiva ESPN, uma das emissoras que aderiram a migração para o *streaming* com o seu aplicativo WatchESPN, lançado em 2012. O serviço era disponibilizado para os assinantes da TV fechada onde tinha disponível o canal da ESPN, mas isso acabou em agosto de 2021, com o lançamento do Star+, serviço de *streaming* da Disney, que transmite os programas ao vivo da emissora, como transmissões esportivas, entrevistas e programas jornalístico como o “Sportcenter”.

Em seguida, uma captura de tela da página da ESPN no Star+ para ilustrar e demonstrar o que foi dito anteriormente:

**FIGURA 10:** Captura de tela da página inicial do serviço de *streaming* Star+



Fonte: <https://www.starplus.com/pt-br/espn>

O usuário tem acesso a toda a programação da ESPN, tanto o que está ao vivo, quanto o que está por vir, também possui a variedade de esportes que a emissora cobre. A divulgação dessas transmissões é feita principalmente pelas redes sociais

da empresa, divulgando agendas diárias ou semanais, trechos de transmissões e entrevistas, como completa a captura de tela abaixo:

**FIGURA 11:** Captura de tela da programação do dia 27 de junho de 2022 da ESPN Brasil no Instagram



Fonte: <https://www.instagram.com/espnbrasil/>

A imagem mostra a programação do dia 27 de junho de 2022 da ESPN Brasil, divulgada no Instagram da emissora

Grande parte das emissoras esportivas como o SporTV, TNT Sports, e a ESPN, como utilizada no estudo de caso, já migraram para as plataformas de *streaming*. Assim como Guilherme Ravache fala em uma matéria publicada pelo UOL:

A fuga da audiência e da publicidade da TV tradicional para o digital já acontecia há anos, mas foi acelerada pela pandemia. As grandes emissoras têm se esforçado para reduzir custos e acelerar a migração para o digital. [...] Outro problema para os grupos de mídia regional é a mudança de prioridade das TVs abertas para o streaming. As maiores empresas de entretenimento passaram os últimos meses se reorganizando para centralizar seus

investimentos no *streaming* tirando o foco da TV aberta e do cabo.  
(RAVACHE, 2021)

Até mesmo os clubes de futebol, quando não fazem contrato com nenhuma emissora pelos direitos de transmissão, transmitem as próprias partidas de forma *online* em alguma plataforma para que os torcedores assinem e consigam ver os jogos. Como é o exemplo do Athletico Paranaense, que transmite seus jogos como mandante para os assinantes do canal do jornalista e humorista, Casimiro Miguel, na Twitch TV. Assinantes da Amazon Prime conseguem ver essas transmissões de graça nessa plataforma, no canal do “Cazé”.

### 3 CASIMIRO MIGUEL E SUA TRAJETÓRIA ATÉ GANHAR RECONHECIMENTO NA TWITCH TV

Neste capítulo, será apresentado a trajetória de Casimiro Miguel desde quando era um jornalista do Esporte Interativo até chegar nas suas conquistas como *streamer*, também será comentado sobre o seu programa na Twitch TV e seus quadros que viralizaram e o deixaram conhecido no meio da internet, dentro e fora do jornalismo esportivo.

De acordo com Bruna Telles, do blog “TechTudo”, nascido em 21 de outubro em 1993, no Rio de Janeiro, Casimiro cursou graduação de Comunicação Social – Jornalismo, mas não concluiu para se dedicar a área do curso e acabou ganhando projeção nacional através de trabalhos como jornalista esportivo em emissoras como: Esporte Interativo (EI), TNT Sports e SBT Rio de Janeiro (afiliada local).

Além dos trabalhos como comentarista esportivo, ele também atua como *influencer*<sup>5</sup> de marcas nacionais. Já fez publicidades comerciais para diversas marcas como Brahma, Playstation e Fifa Soccer.

Cazé entrou no mundo do streaming em junho de 2020, quando entendeu que, era possível ter um retorno financeiro, que poderia fazer a diferença em sua vida, produzindo *live streaming* na internet.

---

<sup>5</sup> *Influencer*: pessoa capaz de influenciar e formar a opinião de outras pessoas, por meio de conteúdos que ela produz nas redes sociais. Esses conteúdos podem abordar qualquer tipo de assunto, de qualquer nicho

Como ele mesmo fala: “Quando vi que dava para ganhar dinheiro fazendo live, botei como meta tirar meu pai do trabalho”, contou Casimiro em entrevista para Folha de São Paulo.

Ele também já tinha um certo reconhecimento na internet, por conta de seus programas no Esporte Interativo (atual TNT Sports), como o De Sola e o De Placa. Os episódios eram lançados no canal do YouTube da emissora e tinha como parceiro o jornalista Pedro Certezas.

“Casimito”, como é chamado de forma descontraída por seus fãs, teve sua ascensão e seu reconhecimento na internet durante a pandemia do COVID-19. Com as pessoas em casa e o fácil acesso aos seus conteúdos, ele foi se consolidando cada vez mais entre as plataformas digitais.

Cazé (como também é conhecido por seus seguidores), produz um conteúdo menos extenso e de qualidade fazendo com que o público consumisse cada vez mais os seus vídeos, além do prático acesso através dos aplicativos de *streaming*, e de seu carisma, como é falado por Júlia Amorim (2022) no blog da UERJ<sup>6</sup>:

Seja na Twitch ou nas redes sociais, o fator carisma é fundamental quando se trata de popularidade — é preciso que os seguidores vejam o *streamer* como uma pessoa cativante, que valha a pena ser assistida. É nesse contexto que surge uma das maiores personalidades brasileiras da internet atualmente: Casimiro Miguel é um streamer carioca de 28 anos, que atua também como comentarista esportivo da TNT e do SBT. Começou a gravar lives em 2020, como uma atividade para se divertir na pandemia. (AMORIN, Julia, 2022).

Em 16 de dezembro de 2021, Cazé foi eleito a Personalidade do Ano no Prêmio eSports Brasil ('Twitcher do Ano'), com suas *lives* na Twitch TV. A notícia ganhou destaque nos telejornais esportivos do país, e em uma entrevista ao GE (Globo esporte, blog esportivo da Globo) Casimiro (2021) diz:

Eu atribuo o sucesso a ser autêntico, a ser você mesmo. Eu nunca escondi o que eu era, nunca faltei com a verdade com o meu público. Eu era o mesmo o tempo todo. Se eu estava em um dia bom, era uma *stream* boa. Se eu estava em um dia ruim, era uma *stream* um pouco pior, mas eu falava: 'galera, eu não estou bem hoje e, se você não estiver bem, fique não bem comigo aqui'. Fazer *live* é isso, é o dia a dia. Minha faixa de horário de *live* eu pegava

---

<sup>6</sup> <https://comunicauerj.wordpress.com/2022/02/15/streamers-em-ascensao-o-fenomeno-casimiro-e-a-twitch-tv-%EF%BF%BC/>

uma galera que precisa disso muitas vezes, mas eu também preciso deles. Foi uma troca muito bacana. (MIGUEL, CASIMIRO, 2021)

Ressaltando a conexão que tem com o seu público, sempre com a verdade, ele diz que é uma via de mão dupla, sua audiência faz bem para ele. Enquanto muitas vezes ele consegue ajudar alguém, levando entretenimento e humor para quem o assiste. Casimiro superou os *streamers* renomados como Gaules e Victor "Coringa", da LOUD. Ele também havia sido indicado a "Melhor Streamer", mas não levou.

**FIGURA 12:** Imagem de Casimiro com o prêmio eSports Brasil - Personalidade do Ano de 2021



Fonte: <https://www.terra.com.br/gameon/casimiro-e-personalidade-do-ano-no-premio-esports-brasil,b10d08308ab0a39292c8d951bbfea77f56ils9px.html>

Imagem que mostra o jornalista e o prêmio que conquistou. Nessa mesma entrevista ao GE (blog esportivo da TV Globo), publicada em 17 de dezembro de 2021 por Gabriel Oliveira, quando questionado seus planos para 2022, Casimiro respondeu:

Abrir a câmera e deixar rolar é a minha especialidade, então eu não vou deixar de fazer isso. Isso vai continuar rolando, mas eu queria dar um passo

além. Quero investir em eventos e buscar direitos de competições. Mas a galera vai seguir vendo o Casimiro ali sentado no seu velho quarto... Não tão velho, né, porque vou me casar e terei que sair do meu quarto... (MIGUEL, CASIMIRO, 2021)

Ele mesmo fala da sua facilidade em se comunicar em frente às câmeras, e não pretende deixar isso de lado. E com essa resposta do *streamer*, dizendo sobre planos futuros relacionados a eventos e direitos de competições, será abordado no próximo tópico seus feitos em 2022 e conquistas dentro e fora do futebol.

### **3.1 Lives na Twitch TV e vídeos no Youtube. O que deu visibilidade para Casimiro dentro e fora do jornalismo esportivo?**

Novamente de acordo com a matéria de Bruna Telles (2022), Casimiro criou o seu canal na Twitch TV em setembro de 2018, e costumava jogar alguns *games online* como League of Legends, Valorant, FIFA e Among US. Mas começou a crescer no período da pandemia do COVID-19 reagindo a outros vídeos, reality shows e todo tipo de programas, com seus bordões e a forma descontraída de se comunicar e contar histórias.

Como explica Matheus Dezotti (2022) em uma matéria publicada pelo Gshow: “Mas quem acompanha Casimiro Miguel sabe que ele não fica apenas na jogatina. Com ‘reacts’, histórias da vida e muito Vasco, o comunicador encantou com seu jeito sincero e seus bordões que viralizaram Brasil afora.” (Dezotti, Matheus. 2022).

Casimiro viralizou <sup>7</sup>com cortes de dez minutos e até mesmo de uma hora da sua *live* na Twitch, mas publicados também no YouTube. Foram esses vídeos que começaram a repercutir, principalmente com a ajuda das redes sociais. Também foi reconhecido pelo seu papel importantes durante a pandemia (quando seus vídeos repercutiram e o *streaming* cresceu significativamente), por seu posicionamento e incentivo à vacinação. (Dezotti, Matheus. 2022).

---

<sup>7</sup> **Viralizou:** Tornar viral, muito visto ou compartilhado por muitas pessoas, especialmente em redes sociais ou aplicativos de compartilhamento de mensagens.

O *streamer* bateu o recorde de visualizações da Twitch TV brasileira ao transmitir o documentário de Neymar JR. Ele atingiu a incrível marca de 545 mil espectadores simultaneamente, quem obtinha esse feito era Gabriel “bak” (forma de como é chamado no mundo dos *games*), com uma transmissão do jogo *Free Fire*. Logo em seguida, a final do Campeonato Carioca transmitida por ele mesmo, também quebrou recordes e com 265 mil espectadores, se tornou a maior audiência no *streaming* para uma partida de futebol. (TELLES, B. 2022).

Por esses recordes atingidos, Casimiro adquiriu o reconhecimento e foi visto também como uma forma de atingir outros públicos. Até mesmo como uma forma de divulgação e engajamento nas mídias sociais, por exemplo quando o time paulista de futebol, Santos, divulgou em suas redes sociais um jogo contra o Atlético-PR, a mando de campo e transmissão do clube paranaense (transmitido por Casimiro), utilizando bordões e formas de Caze falar, como mostra a imagem abaixo:

**FIGURA 13:** Santos FC anunciando a transmissão de uma partida contra Atlético Paranaense.



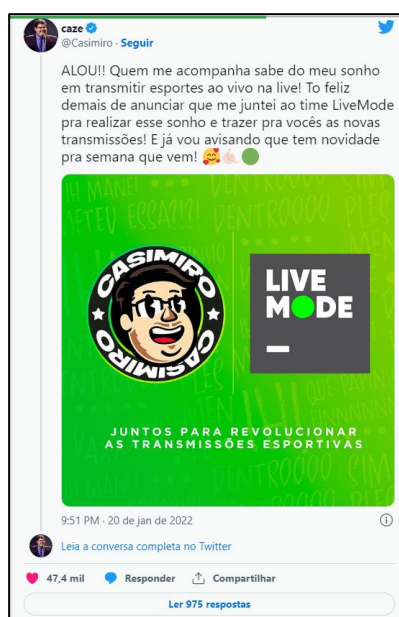
Fonte: Captura de tela de um *tweet* da conta oficial do Santos Futebol Clube

É incomum, principalmente no futebol brasileiro, ver um time divulgando algo de um rival. Porém, dessa vez o Santos FC viu uma oportunidade de interagir com o público nas redes sociais, por conta da influência de Casimiro. O clube santista divulgou a transmissão da partida em sua conta oficial do Twitter incentivando que os torcedores fossem na *live* de Casé assistir ao jogo contra o Atlético Paranaense (time mandante).

### 3.2 'Cazé' e seus direitos de transmissões esportivas

Em 2022, o jornalista conseguiu atingir algumas metas que mencionou em sua entrevista para o GE, no dia 20 de janeiro de 2022, em seu perfil oficial do Twitter, Casimiro anunciou sua parceira com a LiveMode, empresa responsável por transmissão de eventos esportivos, e representante da Federação Paulista de Futebol, da Copa Nordeste, do Atlético Paranaense e da FIFA para patrocínios regionais da copa do mundo. E foi a partir dessa parceria que o *streamer* deu início aos seus direitos de transmissões esportivas.

**FIGURA 14:** Captura de tela de um tweet de Casimiro anunciando sua parceria com a LiveMode



Fonte: <https://twitter.com/Casimiro>

Começou pela transmissão do campeonato carioca daquele ano, onde transmitiu 16 jogos, incluindo os 4 grandes (Flamengo, Vasco, Fluminense e Botafogo) em seu canal na Twitch TV, como divulgado em uma matéria do lance no dia 23 de janeiro de 2022.

No mês em que anuncia a parceria com a LiveMode e a transmissão do campeonato carioca, 'Cazé' também transmitiu o pré-lançamento do documentário "Neymar – O caos Perfeito", que fala sobre a vida do jogador de futebol. Essa transmissão bateu o recorde de audiência da Twitch TV com 540 mil espectadores simultaneamente.

Em abril de 2022, o jornalista fechou parceria com o clube Atlético Paranaense para transmitir em seu canal as partidas do campeonato brasileiro, nos jogos em que o time do paraná for mandante. E nesse mês, confirmou fazer parte da transmissão da Copa do Brasil, junto com o apresentador Tiago Leifert, no canal de *streaming* da Amazon, o Prime Vídeo, como é explicado nos blogs da TecMundo e Meio e Mensagem.

Devido a essas conquistas e tendo retorno com a audiência elevada, como no caso da pré-estreia do documentário de Neymar, empresas começaram a apoiar e investir nas transmissões de Casimiro Miguel. Um exemplo é a empresa de compra e venda online, o Mercado Livre.

A ideia é que esta parceria se estenda e não esteja apenas voltada para os fãs de futebol, mas para todo o público do Casimiro e também os clientes de Mercado Livre em datas em que todas as atenções estão voltadas às compras, como Black Friday e Natal. Nosso objetivo é realmente unir, nesta parceria, diversas paixões nacionais e estar presente em diferentes momentos de nosso consumidor de maneira genuína, oferecendo experiências e não interrupções (NICOLAU, THAÍS, 2022)

Explicou a diretora de *branding* do Mercado Livre, na América latina, em um depoimento para o blog MKT Esportivo. Casimiro passou a fazer, também, reações de produtos da empresa e divulgar ofertas exclusivas durante as partidas transmitidas.

**FIGURA 15:** Vídeo no Youtube de um recorte da *live* de 'Cazé', na Twitch, fazendo um anúncio do Mercado Livre, como forma de conteúdo:



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Rdy6mcsdTdQ>

Outras empresas como a Heinz, Betway e Rei do Pitaco também são apoiadoras de Casimiro e patrocinam a transmissão do brasileiro e seus 'reacts'. Este formato de cortes de suas *lives*, em seu canal na Twitch TV, e publicados no YouTube foi um dos principais formatos que contribuiu para o crescimento de 'Cazé' na Internet, como será abordado no próximo tópico deste trabalho.

#### 4. TRADICIONAL X ALTERNATIVA: QUAL A NOVA TENDÊNCIA DA MÍDIA?

A proposta desse trabalho de conclusão de curso é trazer discussões e evidenciar a migração das transmissões de esportes nas mídias tradicionais para as plataformas de *streaming*. Para isso, foi feita a análise nas transmissões esportivas feitas por Casimiro Miguel em suas *lives* na Twitch TV, e sua forma descontraída de comentar e conduzir a transmissão.

Segundo o pesquisador norte-americano dos meios de comunicação, Henry Jenkins (2008), apesar de distintas, e uma estar em ascensão, não é algo que vá prejudicar a outra, as mídias tradicionais não vão deixar de existir, elas apenas se adaptaram e se converteram ao meio digital, emergindo nesse novo mundo. "As mídias tradicionais são passivas. As mídias atuais são participativas e interativas. Elas

coexistem e estão em rota de colisão. Bem-vindo à cultura da convergência”. (JENKINS, 2008, p.44).

Em seu livro “Cultura de Convergência”, Henry diz que essas mídias vivem em harmonia, uma completa a outra, cada uma com o seu ponto positivo. Ele trata a mídia tradicional como ‘imortal’, não é porque há outro tipo de mídia, que vão migrar para o online e deixar de existir, é apenas um complemento.

No jornalismo moderno, deve-se entender a forma que o público está consumindo conteúdo e se adaptar a ela. As pessoas conseguem acessar diversas mídias simultaneamente, por isso, deve se produzir conteúdos a fim de atingir todas elas, para conseguir entregar para o maior número de internautas possível.

A convergência das mídias é mais que apenas uma mudança tecnológica. Altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. (...) A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação (JENKINS, 2008. p. 43-44).

De acordo com Jenkins, a convergência dos meios de comunicação não envolve apenas o jornalismo, mas também o mercado e a forma de consumir e produzir informações e produtos.

Para o jornalista Celso Unzelte (2000), na internet deve se manter um fluxo de produção de conteúdo em massa, utiliza até uma analogia de um foguista encarregado de manter uma locomotiva em movimento, não pode parar de jogar carvão. Associando a internet à locomotiva, os meios de comunicação devem produzir conteúdos como se fossem carvão para não deixar o veículo parar.

Ainda segundo Unzelte (2000), a internet dá a capacidade de o jornalismo informar mais rápido, por exemplo, notícias que aconteceram fora do horário de um jornal impresso, o veículo precisa esperar o dia seguinte para noticiar em seus jornais.

O diário “Lancel!” tem site, o Lance!net, para onde já remete muito conteúdo que não cabe nas páginas do jornal e antecipa muita coisa ao longo do dia que no jornal impresso só será publicado no dia seguinte. A revista “Placar” também tem o seu, para onde, a cada rodada, e já há algum tempo, encaminha as notas do tradicional troféu Bola de Prata, em tempo real. (UNZELTE, 2000, p.24).

Na internet é possível publicar a qualquer momento, sem limites de conteúdos por página e ainda é multimídia, podendo conter imagens, vídeos, áudios, gifs animados, no meio das matérias, agregando o conteúdo.

#### **4.1 Como ‘Cazé’ se conecta com a sua audiência?**

Feito o comparativo entre mídias tradicionais e alternativas ao decorrer do capítulo para compreender a migração dos meios de comunicação para o mundo online, a partir deste tópico será feita uma análise da forma em que Casimiro se comunica com a sua audiência, suas técnicas de comentários durante as transmissões, e jogos transmitidos em seu canal, na Twitch TV.

É de fator determinante para o entendimento desta pesquisa, a forma como o Casimiro divulga suas transmissões e se conecta com seu público fora de suas *lives*. Essa conexão e interação com a audiência é permitida graças ao ciberespaço, onde existe diversos tipos de comunidades.

O Ciberespaço é um espaço virtual do mundo da comunicação onde não precisa de presença física para uma pessoa se relacionar com a outra, formarem grupos, propagar notícias e até mesmo ter relações amorosas. É um mundo “imaginário” criado pelos meios de comunicação da sociedade moderna por conta da evolução da Internet, como explica Lévy.

espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores, é uma plataforma de uma nova realidade humana, síntese das relações homem-máquina, homem-homem, cuja acronia e atopia ampliam os limites de possibilidades do homem, tanto às informações e comunicações quanto à sua criatividade. (LÉVY, 1999, p. 92)

É através dele que, esse ambiente que plataformas como a Twitch Tv conseguiram crescer e ganhar seu espaço na internet, ainda mais por ser um *site* onde reúne diversos usuários que podem tanto criar conteúdos para uma comunidade, quanto apenas assistir o que bem deseje, é uma plataforma que permite a criação e leva entretenimento para quem acessa.

Influenciadores como “Cazé” também só conseguem se destacar nas mídias digitais por conta do conceito de ciberespaço e aquilo que ele oferece, por exemplo, as redes sociais (onde ele divulga seu conteúdo e tem contato com seus fãs) e a Twitch (plataforma que usa como trabalho fazendo suas *lives*).

As mídias sociais são páginas na internet que permitem que as pessoas se relacionem por mensagens, áudios, videochamadas e até por publicações de fotos. Elas foram criadas para aumentar a interação e conexão das pessoas umas com as outras independente do lugar onde estejam. Para Musso (2006, p.34), as redes sociais são “uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos, interações profissionais dos seres humanos entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos.”

Nessas mídias sociais, foram se formando comunidades de usuários e assim começou a propagação e a divulgação de conteúdos, produtos pessoais, propaganda de grandes marcas etc. Por exemplo, no Facebook, as pessoas participavam de grupos, páginas e comunidades *online*, como diz Luciana Zenha (2017)

Os usuários têm, nessa rede social online, a possibilidade de participar do grupo de interesse comum de outros utilizadores, organizados por escola, trabalho, faculdade ou outras características, e categorizar seus amigos em listas como “as pessoas do trabalho” ou “amigos íntimos”, atrelando esses subgrupos ao seu perfil. É uma interface com código fonte fechado e interesses comerciais em publicidade e propaganda, gratuito para usuários em geral. (ZENHA, 2017, p.12)

Grande parte da população já está conectada nessas redes sociais *online*, principalmente adolescentes e adultos. O rápido avanço e a evolução constante das comunidades virtuais que se sabe hoje foram proporcionados pela adesão em massa de diversas camadas da população, especialmente, por adolescentes e jovens adultos (CASTELLS, 2011).

Redes sociais se tornaram a “nova” mídia, em cima da qual a informação circula, é filtrada e repassada; conectada à conversação, onde é debatida, discutida e, assim, gera a possibilidade de novas formas de organização social baseadas em interesses das coletividades. (ZENHA, 2017).

## 4.2 Casimiro e suas técnicas de comentários durante as transmissões.

Voltado para o lado humorístico, 'Cazé' teve que adaptar certas técnicas para suas transmissões, como diz Ana Carolina Oliveira, no blog OS PAPPARAZZI, "O sotaque é aquele carioca bem puxado. Carioquês no nível máximo. Casimiro reúne algumas gírias específicas e bordões clássicos." (Oliveira, Ana. 2021)

Quem está acostumado e prefere as transmissões tradicionais, pode não se agradar muito com os métodos de Casimiro, por ser uma transmissão mais descontraída e com piadas durante as partidas.

Vamos chegar na final da Copa do Brasil e as pessoas não vão perceber que tem duas opções de transmissão no Prime Video, uma "tradicional" e uma mais "solta". As pessoas preferem ver 90 minutos do que não gostam e reclamar do que procurar a opção que gostam. É uma doideira. (MIGUEL, CASIMIRO, 2022)

Comentou o jornalista, em seu Twitter oficial, sobre críticas que recebeu durante as transmissões da Copa do Brasil, junto com Tiago Leifert, pela Amazon Prime. A plataforma disponibiliza dois formatos de transmissões, com 'Cazé' com sua abordagem voltada para um tom humorístico, e com narradores que vieram das mídias tradicionais para atender o público que prefere e se identifica com esse formato.

Em uma entrevista para o blog Meio&Mensagem o CEO da Feel The Match (desenvolvedora de conteúdo esportivo), Bruno Maia, defende o *streamer*:

"Números recentes do Casimiro mostram alcances maiores que a de canais da TV por assinatura. Se você gosta de uma transmissão tradicional, não é para você. Se você gosta de algo com mais humor, já tem alternativa".

Com seu método fora do tradicional, e tendo em consideração que o seu público (jovem) gosta, as transmissões do jornalista carioca atingem números mais expressivos do que emissoras tradicionais.

Além do humor, 'Cazé' traz um diferencial para as transmissões esportivas, a interação simultânea com sua audiência através do chat da plataforma da Twitch. Lê comentários dos seus fãs e responde sempre que possível, gerando uma certa expectativa da audiência de ter o seu comentário lido pelo comentarista.

Se assemelha ao tradicional pelo fato de contar com um narrador e mais um amigo comentarista para formar o time de narração de suas *lives*. Nos jogos do Atlético-PR ele conta com a ajuda de dois jornalistas no estádio do clube do Paraná, Rafael Morientes e Jackson Pinheiro.

Com a ajuda dos correspondentes no estádio, o *streamer* trouxe uma novidade para sua transmissão, o “Voz do Nerdolas” onde dá um momento para os torcedores que estão no estádio aparecerem, antes e durante a partida, como conta Gabriel Vaquer, colunista da UOL.

Maior *streamer* do Brasil na atualidade, Casimiro Miguel vai trazer uma novidade para a transmissão exclusiva que faz do Campeonato Brasileiro. Em Athletico-PR x São Paulo, que será exibido em seu canal na Twitch, terá a chamada "Voz do Nerdolas", que colocará torcedores para desabafar antes e durante a partida. O jogo começa às 16h (horário de Brasília). (VAQUER, GABRIEL, 2022)

Uma maneira de se conectar com seu público que também está no estádio, vivendo aquele momento. A ideia é se aproximar com a audiência e trazer uma boa cobertura da partida, com entrevistas, interações com o público, comentários coerentes durante a partida, e sempre em um tom de humor.

Outra técnica utilizada por Casimiro, que pode se assemelhar às transmissões tradicionais são o improviso e o conhecimento da pauta. Carlos Fernando Schinner (2004), em seu livro ‘Manual dos Locutores Esportivos’, diz que o improviso para saber lidar com as diversas situações que podem surgir no meio de uma transmissão, como comentários indevidos, falhas ou quedas na conexão ou situações inesperadas no próprio jogo, é com o improviso que o comentarista contorna situações ou arruma ganchos para outros assuntos, sempre dando retorno e entretendo sua audiência.

Também é fundamental entender e conhecer sua pauta, ou seja, o jogo que está transmitindo. Precisa saber das últimas notícias dos clubes e de seus jogadores, posição na tabela, histórico, entre outras informações necessárias dentro de uma partida de futebol. (SCHINNER, 2004).

### 4.3 Análise do jogo entre Atlético Paranaense e Flamengo

Nesse tópico será feita uma análise de um jogo entre Atlético Paranaense e Flamengo, com o clube do sul como mandante, pelo primeiro turno do campeonato brasileiro de 2022 e transmitido por Casimiro no dia 23 de abril de 2022. E será comparado com a partida do segundo turno entre os mesmos clubes, mas com o time carioca como mandante, onde o jogo foi transmitido pela TV Globo no dia 14 de agosto de 2022.

Começando pela partida transmitida no canal de 'Cazé' na Twitch, na Arena da Baixada, caso do Atlético-PR.

**FIGURA 16:** Captura de tela do vídeo dos melhores momentos da partida entre Atlético-PR e Flamengo na *live* do Cazé



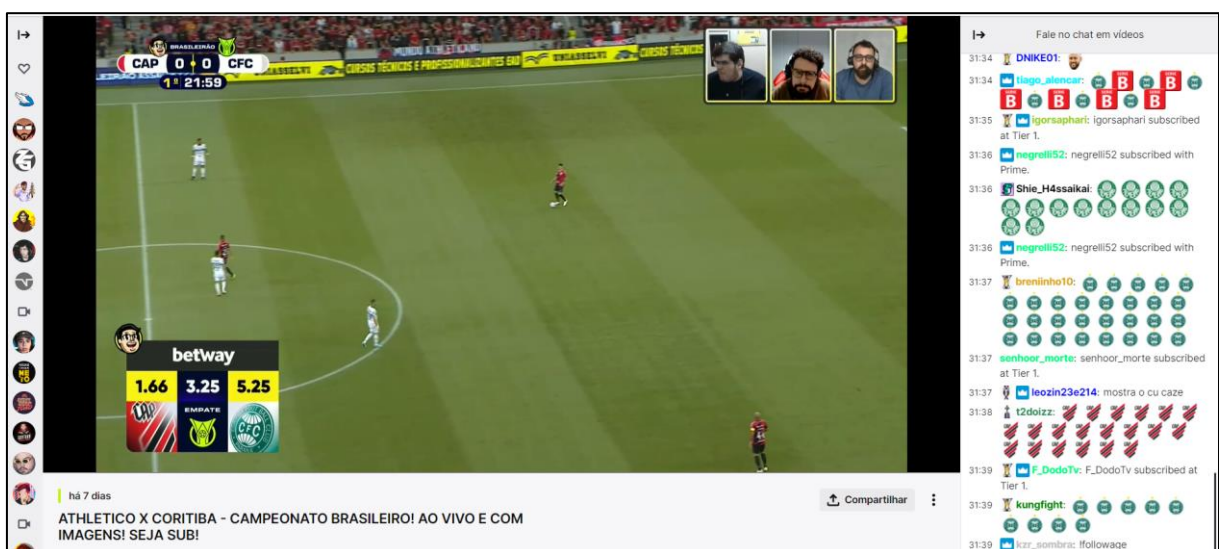
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=KARz6XGJEYY>

Como pode se ver pela imagem dos melhores momentos da partida, publicado em seu canal no YouTube, há alguns itens na transmissão que são de origem da televisão, como o placar da partida, o tempo de jogo e os participantes, um narrador e três comentaristas, uma delas nessa ocasião é o apresentador Tiago Leifert (dupla de Casimiro nas transmissões da Copa do Brasil pela Amazon Prime). Mas também tem um diferencial que veio como novidade para as transmissões de uma partida de

futebol, as câmeras dos participantes ligadas. Elas demonstram e passam ao telespectador a reação deles, levando mais emoção em determinados lances.

Outro aspecto que se diferencia, como já mencionado no tópico anterior deste trabalho, é a interação em tempo real com quem o assiste por meio do *chat* da plataforma Twitch TV, como mostra a imagem abaixo de uma transmissão de Casimiro:

**FIGURA 17:** Transmissão do jogo Atlético-PR x Coritiba no canal de Casimiro na Twitch TV



Fonte: <https://www.twitch.tv/videos/1626271123>

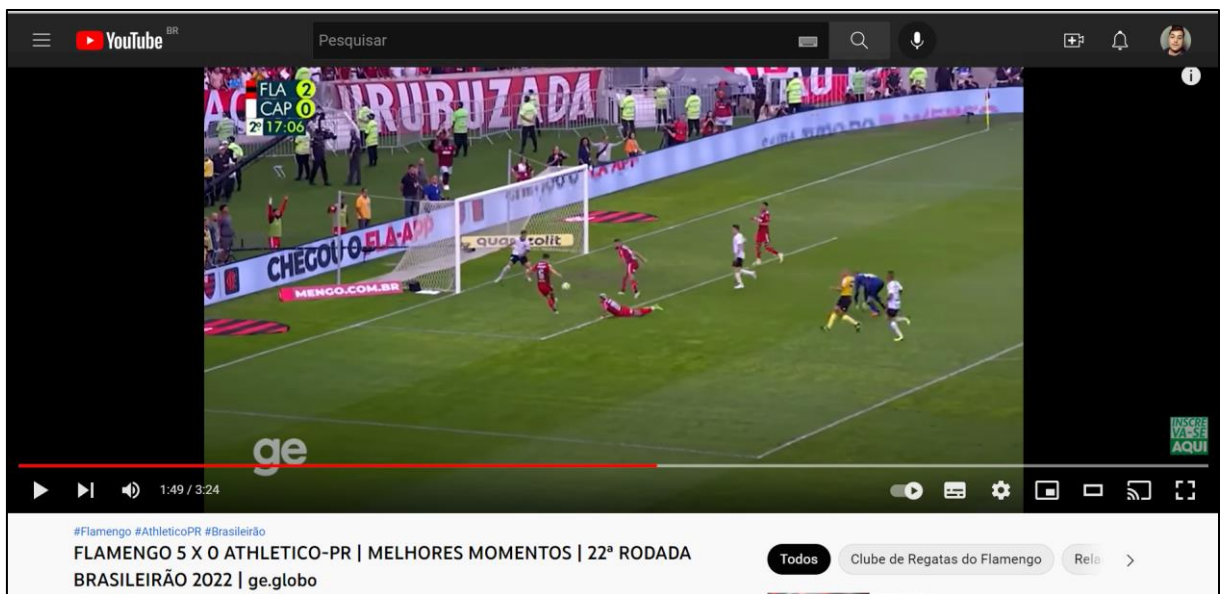
Com o chat ao vivo é possível ter um “termômetro” para saber o que a audiência está achando do jogo, até mesmo da transmissão em si, e interagir com o público de uma forma mais direta.

Na imagem anterior também é possível identificar uma das formas de anúncio utilizado na transmissão, no caso é a parceira da *live* do Cazé, a Betway (plataforma de apostas esportivas). Então no canto da tela ao decorrer da *live* mostra quanto está pagando na casa de aposta para cada resultado da partida.

Com a conversão da mídia, é claro que há adaptações para se encaixar ao formato e conseguir produzir algo que o público presente na internet irá gostar, mas não deixa de ser inspirado no formato das mídias tradicionais, referências de como transmitir um jogo desde a rádio. Casimiro mesmo diz ter como referência a televisão,

e gosta de entregar ao seu público algo que, se fosse ele mesmo assistindo, também iria gostar. “Eu sou um cara que consome televisão. Tento trazer para a *live* o que eu gosto de ver”, diz o carioca em uma entrevista ao blog Meio&Mensagem.

**FIGURA 18:** Imagem dos melhores momentos da partida entre Flamengo x Atlético-PR transmitido pela TV Globo



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=mqZaNRhVplw>

A imagem anterior é uma captura de tela dos melhores momentos da partida do segundo turno do brasileirão, entre Flamengo e Atlético-PR, transmitido pela Globo e publicado no canal do YouTube do GE (Globo Esporte). É notável a diferença ao olhar para a tela, na mídia tradicional mostra apenas o placar, enquanto os narradores e comentaristas guiam pela voz e costumam aparecer antes, no intervalo e após o jogo. Enquanto na *live* de Casimiro mostra o rosto dos participantes a todo momento.

A forma de interagir com a audiência também é diferente, há poucos recursos na mídia tradicional. Um deles é o “craque do jogo” feito pelas partidas em que a Globo

transmite, que consiste no telespectador acessar o site do GE<sup>8</sup> durante a partida e votar em quem ele acha que foi o melhor jogador em campo. Ao final do jogo o jogador mais votado pela audiência recebe um ponto, os comentaristas também votam, e em caso de empate, o narrador desempata. O atleta recebe um troféu feito pela emissora para homenagear seu desempenho, como explica Thiago Tassi, colunista da UOL (2022).

**FIGURA 19:** Captura de imagem de uma transmissão onde o jogador Sidão do Vasco recebe o troféu de craque do jogo



Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=0hN-1U\\_0TUo](https://www.youtube.com/watch?v=0hN-1U_0TUo)

Imagem do ex-goleiro do Vasco, Sidão, recebendo o troféu de craque do jogo. Nem sempre foi assim, o voto dos internautas era unânime e quem eles escolhiam era eleito o craque da partida, mas após o episódio de Sidão, ex-jogador do Vasco, a emissora mudou para o formato mencionado anteriormente.

Eu não sabia que tinha dado tanta repercussão quando eu cheguei no vestiário. Depois, quando eu fui para o ônibus e comecei a mexer no celular, eu comecei a ver que tinha dado uma repercussão grande. Eu fui desabar assim quando eu vi alguns depoimentos da família, como meu pai. Aí eu fiquei chateado mesmo e cheguei a chorar. Por ver que não afetava só a mim. Eu aguento, tem torcida no estádio, várias coisas que vêm sobre nós atletas. Mas quando afeta seus familiares, as pessoas que te amam, prejudica bastante (SIDÃO, 2022).

---

<sup>8</sup> [ge.globo.com/futebol/craque-do-jogo/](https://ge.globo.com/futebol/craque-do-jogo/)

Disse o goleiro em uma entrevista ao Thiago Tassi, colunista do UOL. O caso foi após uma partida de baixa performance em 2019, onde Sidão foi eleito o 'Craque da Partida' de forma irônica pelo público e a emissora entregou o troféu, causando um constrangimento ao jogador.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Feita a análise de ambas partidas nos diferentes modelos de transmissões, entendeu-se que a transmissão feita por Casimiro é mais interativa com a sua audiência e com um tom humorístico com os seus comentários durante os jogos, fugindo do padrão feito pelas mídias tradicionais. Mas também possui elementos que vieram da grande mídia e ainda são utilizados como referência.

A conversão midiática trouxe mudanças e adaptações à novos formatos, mas os clássicos sempre servirão como inspirações e dificilmente vão perder sua relevância para a sociedade, pelo contrário, aderem às mudanças para continuarem entregando informação sem perder sua relevância. (JENKINS, 2008).

Foi possível compreender ao longo desta pesquisa, a importância do jornalismo esportivo para a população brasileira. É lazer e para muitos uma oportunidade de vencer na vida. As transmissões esportivas, são as principais formas de levar emoção ao torcedor que não pôde, ou não teve condições, de comparecer ao estádio.

Portanto, com a leitura deste trabalho foi possível compreender a migração dos veículos de comunicação para o mundo digital. O jornalismo e suas segmentações produzem para entregar conteúdo de várias formas possíveis, para atingir mais pessoas. Com o jornalismo esportivo não é diferente, os principais veículos desta editoria já migraram para o online e utilizam as redes sociais como o principal meio de

disseminar suas notícias. E de acordo com o portal Salario.com.br<sup>9</sup>, o mercado de trabalho para jornalistas está em alta por conta do *boom*<sup>10</sup> dessas mídias sociais. O jornalista esportivo, em 2022, ganha em média R\$ 5.291,68 para uma jornada de trabalho de 39 horas semanais no mercado de trabalho brasileiro, segundo informações divulgadas pela própria Salários.

As emissoras também converteram suas transmissões de eventos esportivos ao digital, fornecendo às pessoas mais opções de escolhas do que e por onde assistir. Não deixaram de transmitir na mídia tradicional, mas também aderiram ao *streaming*.

Assim, essa pesquisa atinge os objetivos de identificar essa conversão midiática para o *streaming*, especificamente do esporte. Analisando a importância social do jornalismo esportivo e suas adaptações conforme o surgimento de novas mídias, começando do impresso, depois rádio, televisão, até chegar ao *streaming*.

Esse meio de comunicação, juntamente com as redes sociais, tem sido a principal escolha na hora de consumir conteúdos desde 2021 (por muita influência da pandemia do COVID-19). Como aponta os dados do trazidos no segundo capítulo, principalmente entre o público jovem, até o momento em que este trabalho é feito (2022). Muito por conta da liberdade, de poder ver o que quiser (com base no que o serviço contratado oferece), na hora que quiser e, um dos fatores determinantes, ver por onde quiser. Essa mídia é 'multitelas', sendo possível consumir conteúdos pelo smartphone, televisão, computador, tablets etc. O preço também é um fator importante, um serviço de *streaming* é mais em conta do que um pacote da televisão

---

<sup>9</sup> Salario.com.br é um portal de cargos e salários com informações salariais completas, atualizadas e gratuitas através de dados oficiais do mercado de trabalho brasileiro para todas as profissões conhecidas e regulamentadas. Junto a dados oficiais do Novo CAGED, eSocial e Empregador Web com um total de 62 salários de profissionais admitidos e desligados pelas empresas no período de Outubro de 2021 a Setembro de 2022.

<sup>10</sup> Alta repentina, desenvolvimento rápido (ex.: boom da bolsa de valores). "**boom**", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, <https://dicionario.priberam.org/boom> [consultado em 16-11-2022].

fechada. Ainda tem a opção de contratar mais de um desses serviços, assim, passa a ter um 'leque' maior de conteúdos e continua mais acessível do que canais da TV fechada.

Também foi estudada a trajetória do *streamer* Casimiro Miguel, começando pelos seus trabalhos em emissoras esportivas, até fazer *lives* na Twitch TV e ser reconhecido dentro e fora do jornalismo esportivo. Principalmente com cortes de momentos do seu canal, publicados nas redes sociais e plataformas de vídeos como o YouTube. Até chegar no ponto principal, suas transmissões esportivas, direitos que 'Cazé' adquiriu após bater recordes de audiências e ter seus vídeos vistos por milhares de pessoas, superando (algumas vezes) emissoras da mídia tradicional.

Outro objetivo também concluído nessa pesquisa, foi o de compreender o crescimento da Twitch, plataforma que teve origem do mundo dos esportes eletrônicos, e passou a ser uma das principais plataformas de *lives*. Seja para transmitir campeonatos de *games*, jogatinas descontraídas ou vendo algum tipo de conteúdo.

Como principal objetivo para o entendimento deste trabalho, foi feita uma análise das técnicas utilizadas por Casimiro nessas suas transmissões na Twitch. O que se assemelham e se diferenciam das mídias tradicionais. E por meio de um estudo feito durante seu desenvolvimento, entende-se que:

A semelhança, está em técnicas como o improviso e o conhecimento da pauta, que exige domínio de quem está na televisão. Saber contornar e aproveitar das mais diversas situações, sobre o que está falando, seja de um time, jogador, campeonato etc.

A estrutura da equipe de transmissão também é utilizada de referência da televisão, contando com um narrador, e convidados para comentar junto com 'Cazé' (normalmente da TNT Sports, emissora que Casimiro trabalhava, mas saiu para viver do *streaming*). Fechando o trio de transmissão, ou quarteto, quando há mais convidados.

E a partir disso, entendeu-se o diferencial das transmissões de 'Cazé' começando pelas câmeras dos participantes ligadas e aparecendo na tela durante a partida, passando emoção para a audiência não só com a voz, mas também com suas reações (formato de vídeo que o deixou conhecido na internet) no decorrer dos jogos.

No último tópico dessa pesquisa, a análise, mostra a forma diferente de contato com a audiência, o que traz mais interação para a *live*, e incentiva os internautas a estarem sempre deixando os seus comentários. Principalmente por meio do *chat* da Twitch TV, onde os fãs interagem simultaneamente enquanto veem a partida, torcem, comentam sobre o jogo, fazem críticas e deixam suas opiniões. O *streamer* fica de olho no que está passando nesse *chat* para ter um *feedback* de como está a partida, sua transmissão, responder algum comentário e assim interage com sua audiência.

Outro ponto, dos diferenciais de Casimiro, é a linguagem utilizada, mais descontraída, voltada para o lado humorístico, com os seus bordões e piadas durante a transmissão, tal como é feito em suas *lives* 'normais' na Twitch (fazendo reações de diversos tipos de conteúdos). Assim, ficou entendido que por conta do seu público, que o acompanha não só em dias de jogos, e gostam deste formato adotado e adaptado por 'Cazé'.

Por isso, foi destacado críticas que o jornalista recebeu por essa abordagem diferente, e refutadas pelo fato de ser opção do internauta assistir, ou não, suas *lives*. Sabendo-se que é de forma diferente e voltada para uma linguagem mais humorística, quem prefere a tradicional é só não assistir, plataformas como a Amazon Prime, por exemplo, têm dois tipos de narrações dos jogos da Copa do Brasil, como foi estudado. Um com Casimiro e Tiago Leifert para quem gosta desse formato, e outro com narradores que seguem o modelo tradicional de transmissões.

A conclusão final desta pesquisa é, por meio da análise das transmissões esportivas de Casimiro Miguel, em comparação com os grandes veículos, entende-se que as mídias tradicionais não ficam obsoletas e nem deixam de existir, mas se adaptam a novos formatos que chegam para entregar mais entretenimento, variedade e diferentes maneiras de se consumir conteúdos, ao público.

A internet e o *streaming* são as ferramentas que potencializam a produção de conteúdos. Tanto Casimiro, quanto emissoras que aderiram à essa convergência, disseminam conteúdos por meio das redes sociais. Através delas são divulgadas programações das emissoras, as *lives* cotidianas e as transmissões de Casimiro, além dessas divulgações, também são feitas publicações destinadas ao público presente nessas redes. E as técnicas de comentaristas utilizadas pelo *streamer* são uma forma de atender seu público, e trazer novos espectadores, com novidades para transmissão

esportiva, que desde a chegada da televisão mantém o mesmo formato. Tornando o ambiente mais leve e descontraído com seu tom humorístico e a transmissão mais interativa do que as tradicionais.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AMORIM, Julia. **Streamers em ascensão: o fenômeno Casimiro e a Twitch TV**. 15 fev2022. Disponível em:

<<https://comunicauerj.wordpress.com/2022/02/15/streamers-em-ascensao-o-fenomeno-casimiro-e-a-twitch-tv-%EF%BF%BC/>>. Acesso em 10 Mai 2022.

ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C.; FÉLIX, A. (tradução). **Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos**. In: PENTEADO, J. R. W. Revista de Jornalismo da ESPM, São Paulo, ano 2, n. 5, p. 30-89, abr./jun. 2013.

Bahia, Juarez. **Jornal, história e técnica – História da Imprensa Brasileira**. São Paulo: Ática, 1990.

BETWAY INSIDER. **Streamer: a profissão do futuro precisa de um presente?** 4 Mai,2022. Disponível em: <https://blog.betway.com/pt/esports/streamer-a-profiss%C3%A3o-do-futuro-preciso-de-um-presente/>. Acesso em 23 Mai 2022.

CARDOSO, Régis. **No princípio era o som – a minha grande novela**. São Paulo: Madras, 1999. Acesso em 26 de jun 2022.

CARREIRA, L.; RIBEIRO, M.; PAIÁGUA, S. **Serviços de streaming Over The Top**. Lisboa: MEEC, Instituto Superior Técnico, 2011.

CASTELLS, Manuel. **Communication Power**. EUA: Oxford University Press, 2009.

CHEUNG, Gifford; HUANG, Jeff. **Starcraft From the Stands: Understanding the Game Spectator**. In: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Vancouver, p. 763-772, 2011.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. 2 ed São Paulo: Contexto, 2004. Acesso em 23 jun 2022.

CRUZ, Hugo. **Consumo de streaming no Brasil já supera audiência de emissoras**. Disponível em: < <https://www.bitmag.com.br/consumo-de-streaming-no-brasil-ja-supera-audiencia-de-emissoras/> >. Acesso em 22 Mai 2022.

DALPIAZ, Jamile Gamba. **O Futebol no rádio de Porto Alegre: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade)**. Porto Alegre, 2002. Dissertação (Mestrado em

Comunicação e Informação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio grande do Sul. Acesso em 23 jun 2022.

DE MELO, Jose Marques. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. Mantiqueira, 2003.

DEZOTTI, Matheus. **Conheça Casimiro, o influenciador que é sensação da internet (e podemos provar!)**. Disponível em: < <https://gshow.globo.com/tudo-mais/viralizou/noticia/conheca-casimiro-o-influenciador-que-e-sensacao-da-internet-e-podemos-provar.ghtml> >. Acesso em 11 Jul 2022.

DUARTE, Orlando. **História dos esportes**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2004. Entrevista Pedro Chiaverini no Redação SporTV disponível em: < <https://ge.globo.com/sportv/programas/redacao-sportv/video/pedro-chiaverini-explica-retomada-do-jornal-dos-sports-que-esta-sendo-distribuido-em-dia-de-jogo-10635488.ghtml> > Acesso em 03 de Outubro 2022.

EBC. **O Rádio na História das Copas: qual foi o primeiro Mundial por ele transmitido para o Brasil?** Disponível em: <<https://radios.ebc.com.br/todas-vozes/2018/06/o-radio-na-historia-das-copas-qual-foi-o-primeiro-mundial-por-ele-transmitido>>. Acesso em 23 Out 2022.

FÍGARO, Roseli. **A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso das mudanças no jornalismo** - Revista Contracampo, 2020 - [periodicos.uff.br](http://periodicos.uff.br)

FERNANDES, Daniela Gumiero; Santana, Vanessa Fernandes; Santos, Rafael Felipe. 2012, “**Hábitos de Consumo de Música Digital em multiplataformas**”. FAE – Centro universitário, Curitiba;

FELTRIN, Ricardo. Exclusivo: **Os primeiros dados do consumo de streaming no país**. 2022. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2022/02/08/exclusivo-os-primeiros-dados-do-consumo-de-streaming-no-pais.htm>> Acesso em 24 Out 2022

JENKINS H. **A cultura de convergência**. São Paulo/SP, 2008.

JÚNIOR, Hilário Franco. **A Dança dos deuses: Futebol, sociedade, cultura**. São

Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LANCE!, jornal. **Meteu essa? Saiba quais jogos do Campeonato Carioca serão exibidos por Casimiro na Twitch.** Disponível em: <<https://www.lance.com.br/fora-de-campo/meteu-essa-saiba-quais-jogos-do-campeonato-carioca-serao-exibidos-por-casimiro-na-twitch.html>>. Acesso em 18 out 2022

LAHAM, Richard. **The Economics of Attention: Style and Substance in the Age of Information.** Chicago: University of Chicago Press, 2006.

Lévy, P. (1999). **Cibercultura. (C. I. da Costa, Trad.)**. São Paulo: Ed. 34. (Trabalho original publicado em 1997)

MALOUF, Daniela. QualiBest, Instituto de pesquisas online. **Serviços de streaming tem crescimento durante a pandemia.** Disponível em <<https://www.institutoqualibest.com/blog/experiencia-e-satisfacao/servicos-de-streaming-tem-crescimento-durante-a-pandemia/>>. Acesso em 26 jun 2022.

MALULY, Luciano Victor Barros. **Jornalismo Esportivo: princípios e Técnicas.** São Paulo: Editora do Autor, 2017. Acesso em 25 jun 2022.

MARIANO, Bruna Maia Xavier. **Produção, Distribuição e Interação: um estudo obre o Netflix e a nova dinâmica de consumo audiovisual.** Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharel em Comunicação Social – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, 2015.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política.** Petrópolis: Vozes, 2002. Acesso em 26 jun 2022.

MENSAGEM, e meio. **Casimiro transmite jogos do Atlético-PR no brasileiro.** Disponível em:

<<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2022/04/18/casimiro-transmite-jogos-do-athletico-pr-no-brasileirao.html>>. Acesso em 19 out 2022.

MKTESPORTIVO. **Gaules retorna com as transmissões de jogos da NBA da temporada 22/23 no domingo.** Disponível em: <<https://www.mktesportivo.com/2022/10/gaules-retorna-com-as-transmissoes-de-jogos-da-nba-da-temporada-22-23-no-domingo/>> Acesso em 10 nov 2022.

MOREIRA, Matheus. **Quem é Casimiro? Streamer brasileiro que virou fenômeno nas redes sociais.** Disponível em:

< <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2022/01/quem-e-casimiro-streamer-brasileiro-que-virou-fenomeno-nas-redes-sociais.shtml>>. Acesso em 17 out 2022.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social.** Trad. Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2012, 9 ed. Acesso em 25 jun 2022.

OLIVEIRA, Ana Carolina. OSPAPARAZZI. **Quem é o jornalista esportivo Casimiro Miguel?** 28 Ago 2021. Disponível em:

<https://www.ospaparazzi.com/celebridades/casimiro-miguel>. Acesso em 05 Jun 2022.

PINHO, Rebeca. **Com transmissão do Fla-Flu, Casimiro bate recorde da Twitch.** 07 Fev 2022. Disponível em <<https://manualdosgames.com/com-transmissao-do-fla-flu-casimiro-bate-recorde-da-twitch/>>. Acesso em 22 Mai 2022.

RAVACHE, Guilherme. **TVs regionais lutam para seguir relevantes com migração da audiência para o digital.** Disponível em:

< <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/tvs-regionais-lutam-para-seguir-relevantes-com-migracao-da-audiencia-para-o-digital-58518> >. Acesso em 26 jun 2022.

RIBAS, Lycio Vellozo. **O Mundo das Copas.** São Paulo: Lua de Papel, 2010. Acesso em 26 jun 202.

SANTOS, Daiane dos. **[Entrevista monografia I].** (realizada em abril de 2006).

SCHINNER, Carlos Fernando. **Manual dos locutores esportivos.** Editora Panda Books, 2004.

SILVA, J. C. **Educação e alienação em Marx: contribuições teórico-metodológicas para pensar a História da Educação.** Revista Histedbr. Campinas, n. 19, set. 2005, p.103.

SIMON, Allan. **Entenda como o seu time ganha dinheiro da Globo no Brasileirão.** Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2022/08/01/como-o-seu-time-ganha-dinheiro-da-globo-no-brasileirao.htm>. Acesso em 29 out 2022.

TASSI, Tiago. **Sidão chorou após prêmio irônico da Globo e culpa caso por rumo da carreira.** Disponível em: < <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2022/10/23/sidao-chorou-apos-premio-ironico-da-globo-e-culpa-caso-por-rumo-da-carreira.htm> >. Acesso em 23 out 2022.

TECMUNDO. **Casimiro fecha com Prime Video e vai comentar Copa do Brasil.** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/237498-casimiro-fecha-primevideo-comentar-copa-brasil.htm>>. Acesso em 19 out 2022.

TELLES, Bruna. **Quem é Casimiro? Streamer carioca faz sucesso e quebra recordes na Twitch.** Disponível em:

<<https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/01/quem-e-casimiro-streamer-carioca-faz-sucesso-e-quebra-recordes-na-twitch-esports.ghtml>>. Acesso em 19 out 2022.

VOLTOLINI, R. **Twitch: 10 fatos que fazem do serviço de streaming um gigante da web.** Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/twitch/61099-twitch-10-fatosservico-streaming-gigante-web>. Acesso em 23 Mai. 2022.

ZENHA, L. **Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam?** Disponível em [amandat-journal-manager-artigo-2-redes-sociais-online-o-que-so-as-redes-sociais-e-como-se-organizam.pdf](#) Acesso em 05 Jun 2022.

