



Transmissões esportivas no ambiente digital: um olhar para a CazéTV¹

Valber Fernandes da COSTA²

Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, MG

Gilze BARA³

Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, MG

Linha de Pesquisa: Comunicação e Mediação

RESUMO

Esta pesquisa lança olhares para as transmissões de partidas de futebol realizadas pela CazéTV na plataforma de *streaming* YouTube. Nosso objetivo foi compreender o cenário e analisar características das transmissões do referido canal digital. Para isso, estudamos aspectos do jornalismo esportivo, da transmissão de jogos de futebol e das novas mídias digitais. Além disso, observamos as transmissões de três jogos do Campeonato Carioca de 2024 pela CazéTV. Os resultados da pesquisa indicam para a manutenção do padrão televisivo de transmissão, com algumas mudanças sutis na linguagem utilizada pela equipe, e uma interação com os espectadores limitada, deixando de explorar plenamente o potencial interativo oferecido pela plataforma digital.

Palavras-chave: Jornalismo esportivo; Transmissões esportivas; *Streaming*; YouTube; CazéTV.

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo esportivo tem se reinventado ao longo dos anos, acompanhando as mudanças tecnológicas e as transformações na forma como o público consome informação. O futebol, paixão nacional, continua a encantar milhões de torcedores, seja em estádios lotados, nas telas da televisão ou, mais recentemente, em plataformas digitais, que ampliam as possibilidades de acesso e personalização da experiência. Dentro desse novo contexto, a **CazéTV** se destaca como uma das pioneiras na transmissão ao vivo de partidas em plataformas como YouTube e Twitch, consolidando-se como um exemplo relevante de adaptação ao ambiente digital e de experimentação no formato de transmissão esportiva.

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário Academia, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Jornalismo.

² Graduando do curso de Jornalismo pelo Centro Universitário Academia.

³ Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Academia e orientadora desta pesquisa.

Este trabalho tem como objetivo analisar as transmissões esportivas realizadas pela **CazéTV** durante o Campeonato Carioca de 2024, com propósito de compreender como o canal utiliza as ferramentas digitais disponíveis e até que ponto mantém elementos característicos do modelo televisivo tradicional. A partir da análise de três jogos específicos, levantou-se a seguinte questão: de que forma as transmissões da **CazéTV** exploram as possibilidades de interatividade e personalização oferecidas pelas plataformas digitais? O estudo investigou aspectos técnicos das transmissões, posturas de narradores e comentaristas, interações com o público, além da estrutura visual e dos recursos utilizados ao longo das partidas.

Para embasar teoricamente esta análise, foi realizada revisão de literatura a partir de obras de autores com ampla vivência na área, cujas experiências e estudos se consolidaram em contribuições importantes para a compreensão do tema. O trabalho inicia com um panorama histórico e contextual sobre o jornalismo esportivo no Brasil, apresentando os principais aspectos que caracterizam as transmissões tradicionais. Em seguida, são discutidas as mudanças trazidas pelo avanço das plataformas digitais e o impacto do *streaming* na cobertura esportiva. Por fim, é realizada a análise das partidas selecionadas, com destaque para os elementos técnicos, narrativos e interativos que compõem as transmissões da **CazéTV**.

2 O JORNALISMO ESPORTIVO E AS TRANSMISSÕES DE JOGOS

O jornalismo esportivo no Brasil teve sua origem ligada ao crescimento do futebol, trazido ao país por Charles Miller em 1894. Segundo Ribeiro (2007), o esporte logo encontrou espaço nas colunas de jornais da época, que eram destinados apenas às camadas mais ricas da sociedade. O autor ressalta que as notícias publicadas deixavam claras as distinções feitas entre pobres e ricos, brancos e negros. Se em outros segmentos da imprensa a desigualdade social era explícita, nas páginas esportivas não seria diferente.

Pelos primeiros artigos publicados sobre futebol nos jornais e revistas, ficava clara a divisão do esporte em dois grupos. De um lado, os filhos de boa família, e do outro, os varzeanos humildes. Os primeiros eram considerados dignos representantes do foot-ball, importado da Europa, e os outros vistos como “brutos, incapazes de seguir as regras de conduta, ridicularizados muitas vezes pelos jornalistas como um bando de jogadores que davam chutes para o alto”, sendo chamados de “canelas negras”. (RIBEIRO, 2007, p. 27)

De acordo com Coelho (2006), o jornal *Fanfulla*, que circulava na cidade de São Paulo na década de 1910, foi um dos primeiros a cobrir o futebol em suas páginas, além de iniciar o processo de democratização do esporte. O autor aponta que o processo, no entanto, ainda era feito de forma cautelosa, já que “não se tratava de apresentações periódicas para as elites, não formava opinião, mas atingia um público cada vez mais numeroso” (COELHO, 2006, p. 8). O autor informa que o jornal trazia relatos de página inteira, em um tempo em que esse esporte ainda não cativava multidões.

A década de 1930 foi marcada pela transformação do jornalismo esportivo, com o surgimento, no Rio de Janeiro, do *Jornal dos Sports*, o primeiro diário brasileiro dedicado exclusivamente a esportes. Coelho (2006, p. 3) aponta que o periódico, junto de outros da cidade carioca, “dedicavam também cada dia mais espaço ao futebol.” Conforme o autor, a imprensa, naquela época, foi responsável por elevar o jornalismo esportivo a um novo patamar, tornando-se um espaço de reflexão sobre as práticas esportivas e ajudando a moldar a narrativa do futebol como fenômeno cultural:

Os jogos dos grandes times da época aos poucos foram ganhando destaque. Até que o Vasco, em 1923, venceu a Segunda Divisão apostando na presença dos negros em seus quadros [...] Era a popularização que faltava. Os negros entraram de vez no futebol, tomando a ponta no esporte. O Vasco foi campeão carioca pela primeira vez em 1924, apesar da oposição dos outros grandes, que sonhavam tirá-lo da disputa alegando que o clube dos portugueses e negros não possuíam estádio à altura de disputar a Primeira Divisão. (COELHO, 2006, p. 9)

Uma vez que o público-alvo dos conteúdos pertencia às camadas que, além de não terem o hábito de cultivar a leitura, não possuíam poder aquisitivo de compra, o jornalismo esportivo, para se consolidar, precisou combater o preconceito desde a sua origem. Arena simbólica das páginas da imprensa esportiva, como afirma Gastaldo (2003), é notável a influência dos discursos expostos, dentro do cenário futebolístico, pelos veículos do Rio de Janeiro e São Paulo. De acordo com o autor, o futebol consolidou-se como parte essencial da cultura brasileira a partir da vitória na Copa do Mundo de 1958, realizada na Suécia. Esse triunfo ajudou a criar uma identidade própria para o futebol brasileiro. Aquino (2002) reitera a ideia, ressaltando que o estilo distinto de jogar rapidamente se tornou motivo de orgulho nacional.

No retorno ao Brasil, a delegação saiu do Aeroporto Internacional do Galeão sobre um carro do Corpo de Bombeiros, sendo ovacionada por onde passava até ser recebida pelo próprio Presidente da República! Nas ruas, o povo não cessava de cantar a marcha "A Taça do Mundo é nossa". (AQUINO, 2002, p. 81)

Por mais que seja guiado pelos princípios básicos da profissão, o jornalismo voltado para o esporte apresenta algumas particularidades, principalmente no que se refere ao envolvimento emocional e à proximidade com o público. Barbeiro e Rangel (2006) alertam que o esporte é, por natureza, carregado de emoção, e o papel do jornalista é traduzir essa emoção para o público, mas mantendo-se fiel aos fatos. Por sua vez, Unzelte (2009, p. 7) reitera que o essencial é "gostar da atividade jornalística em si, [...] de buscar a informação, de escrever [...] Bons jornalistas podem se transformar em bons jornalistas esportivos, porém maus jornalistas serão sempre maus jornalistas."

Com o surgimento do rádio, nos anos 1920, o jornalismo esportivo encontrou um novo meio para transmitir as competições ao vivo e, posteriormente, a televisão, a partir dos anos 1950, trouxe uma nova dimensão à narração dos jogos. Cada meio de comunicação, portanto, desenvolveu características próprias de transmitir o futebol, o que consolidou o conceito de jornada esportiva: a transmissão de uma competição esportiva como um todo, incluindo o pré-jogo, o jogo e o pós-jogo.

Barbeiro e Rangel (2006) ressaltam a importância da linguagem acessível nas transmissões esportivas, especialmente no rádio, em que a emoção e a espontaneidade dos narradores são elementos cruciais para cativar o público. No rádio, a narração é mais descritiva que na TV, dado que o ouvinte depende das palavras do narrador para visualizar o que acontece em campo. Guerra (2012, p. 75) aponta que "a entonação do narrador esportivo no rádio permite que o ouvinte visualize o movimento da bola", criando uma experiência imersiva e envolvente.

Realizar uma transmissão esportiva exige o trabalho conjunto de uma equipe: além dos profissionais técnicos, que não aparecem na tela, mas são fundamentais para a execução da transmissão, também estão envolvidos o narrador, os repórteres de campo, o comentarista e o plantonista, que também é chamado de plantão (COELHO, 2006).

O narrador é o responsável por guiar a transmissão e manter o público informado sobre o desenrolar do jogo. Ele descreve detalhadamente a movimentação dos jogadores, a posição da bola em campo e as decisões dos árbitros,

proporcionando uma visão clara do que está acontecendo. O narrador tem a missão de, por meio das palavras, criar imagens mentais nos ouvintes, segundo Coelho (2006). Essa habilidade é especialmente importante nas transmissões radiofônicas, mas também desempenha um papel relevante na televisão, embora com ajustes devido ao suporte visual. Um elemento marcante nas transmissões esportivas são os bordões, ou seja, expressões características dos narradores, que criam uma identidade única para cada profissional. A técnica facilita a identificação do locutor. "Por meio de linguagens estereotipadas e redundantes, cheias de sinonímias, os narradores conquistaram seu espaço dentro do próprio jogo." (GUERRA, 2012, p. 3)

Também o comentarista tem papel essencial nas transmissões. Sua função é fornecer uma análise técnica e tática do jogo, indo além da descrição dos lances. De acordo com Unzelte (2009, p. 80), "a função do comentarista é a que exige mais preparo técnico", uma vez que ele deve possuir um conhecimento aprofundado do esporte para antecipar jogadas e fornecer interpretações que complementem a transmissão. O comentarista atua desde o pré-jogo até o pós-jogo, oferecendo ao espectador uma análise crítica e detalhada sobre o desempenho das equipes e as táticas utilizadas. Já os repórteres de campo são os profissionais que ficam mais próximo do gramado e têm a missão de reportar os detalhes dos lances, de contar o que as outras pessoas não viram.

Um fator importante nas transmissões é a capacidade de improvisação. Barbeiro e Rangel (2006, p. 54) destacam que, embora seja necessário manter o controle da narrativa e respeitar as normas da língua portuguesa, o imprevisto é uma característica fundamental das transmissões ao vivo. No entanto, improvisar não significa falar sem planejamento; o jornalista esportivo deve estar preparado para lidar com situações inesperadas durante o jogo.

Uma característica marcante nas transmissões de futebol é a diferença entre os estilos adotados na TV aberta e nos canais de TV por assinatura. Unzelte (2009) observa que, enquanto a TV por assinatura tem um estilo mais sóbrio, focado em informação e análise técnica, as transmissões da TV aberta, muitas vezes, misturam jornalismo com entretenimento, explorando polêmicas e buscando maior interação com o público. Essa diferença também se reflete nas plataformas digitais, onde a interatividade pode ser ainda mais constante, permitindo que o público participe diretamente das transmissões.

O objetivo da transmissão esportiva, seja no rádio ou na televisão, vai além da simples informação. É também envolver o público emocionalmente, proporcionando entretenimento. Coelho (2006, p. 23) afirma que "a cobertura esportiva exige mais do que a noção de realidade, já que a emoção também faz parte do jornalismo". É essa combinação de dados factuais e emoção que faz das transmissões de futebol um componente essencial da cultura popular brasileira, moldando a forma como os torcedores experimentam o esporte.

3 A ASCENSÃO DO *STREAMING* E O YOUTUBE

Com o avanço na qualidade dos televisores, novos serviços começaram a surgir, como a televisão por assinatura, que distribui seu sinal por meio de cabo ou satélite. A televisão tradicional apresenta a capacidade de alcançar milhões de pessoas com um único programa, mas não consegue oferecer milhões de programas individualizados para um único espectador. Nesse contexto, a evolução da Internet possibilitou o desenvolvimento da tecnologia Over The Top (OTT), que se refere à distribuição de conteúdos de áudio e vídeo diretamente aos dispositivos dos usuários, via Internet, por meio da tecnologia de *streaming*. Embora o conceito tenha sido desenvolvido nos Estados Unidos, na década de 1990, foi somente nos anos 2000, com a popularização da banda larga, que a tecnologia alcançou grande aceitação e se consolidou como um modelo de transmissão.⁴

O advento das plataformas de *streaming* transformou a dinâmica de produção e consumo de conteúdo audiovisual, gerando o que Santos (2014) descreve como uma nova configuração cultural e tecnológica que altera as práticas tradicionais de mídia. Segundo o autor, o *streaming* não apenas descentralizou o consumo, mas também colocou o espectador em uma posição mais ativa. Essa mudança fez com que o espectador passasse a escolher “[...] quando quer assistir o material e a partir de qual equipamento” (SANTOS, 2014, p. 164).

Esse movimento reflete o conceito de cultura da convergência cunhado por Jenkins (2008), que aponta, entre outras questões, a importância da participação do público na definição e na disseminação de conteúdo. O autor destaca que a

⁴ Disponível em: < <https://www.projetoDraft.com/verbete-draft-o-que-e-ott/>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

convergência facilita a formação de redes participativas, nas quais o público colabora diretamente com o conteúdo, alterando a lógica unidirecional das mídias tradicionais.

A consolidação do YouTube, em 2005, marca um ponto de inflexão nesse processo, ao proporcionar uma plataforma em que criadores independentes e grandes empresas podem coexistir e competir pela atenção do público. Conforme Santos (2014), o serviço passou a reunir práticas analógicas e digitais em um mesmo espaço, permitindo que os espectadores interagissem de forma mais direta com os conteúdos.

Tais mudanças transformaram um cenário antes povoado apenas pelas grandes empresas de mídia, emissoras do modelo *broadcast*, de um para muitos, em uma grande rede de produtores de conteúdo original e também remixado, em que esses atores originais continuam tendo papel de destaque, agora sendo acompanhados por milhares de outros também capazes de dividir ou disputar a atenção dos espectadores e o cada vez mais escasso tempo que esses podem dedicar a cada produto ou conteúdo veiculado (SANTOS, 2014).

Segundo Lobato (2019), o YouTube e outras plataformas de *streaming* “[...] democratizam o acesso ao conteúdo audiovisual e fragmentam a audiência, diversificando as vozes presentes na esfera pública” (LOBATO, 2019, p. 78 - tradução livre). O autor ressalta, no entanto, que, embora essas plataformas aumentem a acessibilidade, os algoritmos que orientam as recomendações ainda limitam a visibilidade de produções de nicho em favor de conteúdos com maior apelo de massa.

Lotz (2007 *apud* COSTA; MOREIRA, 2023) caracteriza essa fase do *streaming* como a “era pós-rede”, em que o público deixa de depender das restrições das redes televisivas lineares e pode acessar conteúdos de acordo com suas preferências individuais. Segundo a autora, essa autonomia gera uma fragmentação da audiência e uma personalização sem precedentes, alterando a simultaneidade que antes marcava o consumo televisivo.

As práticas da era pós-rede levaram o público da televisão não apenas a se fragmentar entre diferentes canais e dispositivos, mas também a se fragmentar temporalmente. O controle sobre a experiência televisiva oferecido por várias tecnologias rompeu a norma da simultaneidade na experiência televisiva e permitiu que o público capturasse televisão nos seus próprios termos. (LOTZ, 2007 *apud* COSTA; MOREIRA, 2023, p. 32)

Essa dualidade reflete um dos principais desafios do *streaming*: ao mesmo tempo que democratiza o acesso e torna o consumo mais interativo, ainda mantém um nível de controle sobre o que os espectadores assistem. Santos (2014) ressalta que o *streaming* permite uma convergência de práticas, que ajusta a experiência do usuário aos interesses das plataformas, tornando o espectador parte de um ciclo no qual as preferências são guiadas por algoritmos. Esse fenômeno cria uma experiência personalizada, mas também limita o acesso a conteúdos alternativos, que têm menos exposição e visibilidade. O impacto do *streaming* é cada vez mais visível nas transmissões esportivas, como abordaremos na próxima seção.

4 O FUTEBOL, OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO, A TV E O STREAMING

Os investimentos esportivos no Brasil evoluíram significativamente com a popularização do futebol e o interesse crescente de diferentes setores econômicos no esporte. Com o aumento do público consumidor e a entrada de patrocinadores, a cobertura das partidas tornou-se um mercado altamente competitivo. Nesse contexto, os direitos de transmissão de partidas de futebol passaram a ser disputados por grandes conglomerados, que buscavam garantir seu espaço e fortalecer sua posição em um mercado cada vez mais rentável. (COELHO, 2006)

A presença de grandes grupos de mídia gerou uma concentração de poder que dificultou a entrada de novos canais no setor, uma barreira que, de acordo com Coelho (2006), foi diretamente influenciada pela capacidade financeira das empresas dominantes. “Nesse caso, vale a lógica de que quem tem mais dinheiro pode sufocar as demais emissoras.” (COELHO, 2006, p. 67) Esse cenário criou um mercado em que as maiores emissoras de TV, sobretudo a Globo, dominaram a cobertura esportiva e os direitos de transmissão, garantindo o controle das partidas de maior visibilidade.

Nos anos 1990, disputas pela exclusividade dos direitos de transmissão se tornaram frequentes. Em 1994, o Clube dos 13⁵ firmou um contrato com a TVA Esportes (Televisão Abril) para a transmissão de jogos dos principais times do país. No entanto, a Globo assinou um acordo paralelo com a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), gerando um conflito judicial entre as emissoras. Durante aquele ano,

⁵ O Clube dos 13 foi uma associação criada em 11 de julho de 1987, composta pelos principais clubes de futebol do Brasil, com o objetivo de organizar campeonatos e negociar de forma conjunta os direitos de transmissão televisiva de suas competições.

ambas transmitiram os jogos do Campeonato Brasileiro, mas o impasse acabou em um acordo de divisão. Segundo Coelho (2003), esse acordo permitiu que a Globo ficasse com os principais jogos das rodadas, enquanto a ESPN (novo nome da TVA) transmitiria partidas de menor apelo popular.

Após um período de instabilidade, a renovação dos direitos de transmissão com o grupo Globo ocorreu de maneira fluida, consolidando a emissora como detentora dos direitos do campeonato nacional. (COELHO, 2006) Apesar de outras disputas terem surgido com diferentes emissoras, a Globo manteve sua posição dominante. No entanto, esse cenário começou a mudar com o advento de uma nova era marcada pela chegada do *streaming*, que transformou as dinâmicas de transmissão no universo esportivo. Possibilitado pelos avanços tecnológicos, o fenômeno do *streaming* permitiu a entrada de novos canais, como YouTube, Amazon Prime e Star+ (Disney), na disputa com a empresa dominante do mercado de comunicação do futebol no Brasil.

Após décadas dominando o mercado de transmissões esportivas no Brasil, a Rede Globo começou a enfrentar disputas sérias por direitos de exibição em 2019. Nesse ano, o Palmeiras foi o primeiro clube a expressar insatisfação com o valor oferecido pela Globo para as cotas de pagamento de *pay-per-view* do Campeonato Brasileiro, recusando-se a aceitar os termos. Em 2020, o Flamengo também questionou os termos estabelecidos pela emissora, desta vez relacionados aos direitos de transmissão do Campeonato Carioca. O contrato que estava em vigor, assinado em 2016, estabelecia um acordo de quatro anos com a maior parte dos clubes, enquanto os demais clubes cariocas tinham contratos com vigência até 2024⁶.

Esse cenário de divergências levou a um impasse nas negociações entre os clubes e as emissoras. Em resposta, o então presidente Jair Bolsonaro (PL) sancionou a Medida Provisória 984⁷, que, com o apoio dos dirigentes do Flamengo e do Vasco, concedeu ao clube mandante de uma partida o direito de negociar exclusivamente a transmissão do jogo. Essa medida, apelidada como “MP do Flamengo”, redefiniu temporariamente as regras para a negociação dos direitos de transmissão, especificando que

⁶ Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/reportagens-especiais/globo-e-o-racha-com-o-flamengo-quais-as-consequencias/>. Acesso em 05 nov. 2024.

⁷ Disponível em: <https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/142594>. Acesso em 05 nov. 2024.

[...] pertencem ao clube (entidade de prática esportiva) mandante do jogo os direitos de negociação, autorizar ou proibir a captura, a fixação, a emissão, a transmissão, a retransmissão ou a reprodução de imagens, por qualquer meio ou processo, do espetáculo esportivo. (BRASIL, 2020)⁸

Embora a Medida Provisória tenha caducado em outubro de 2020, sem ter sido votada pelo Congresso Nacional, sua compensação temporária permitiu que o Flamengo realizasse as transmissões de seus jogos do Campeonato Carioca. O clube utilizou seu canal próprio no YouTube, a FlaTV, para exibir as partidas, alcançando um recorde na transmissão pela Internet na época, com 2,2 milhões de espectadores simultâneos na partida contra o Boa Vista, em 01 de julho de 2020, superando a audiência do jogo entre Internacional e Grêmio que havia alcançado 2,1 milhões de espectadores simultâneos pelo Facebook⁹.

Esse novo modelo de transmissão trouxe à tona debates jurídicos, especialmente entre o Flamengo e a Globo, mas, ao final da competição, a emissora optou por rescindir o contrato de transmissão do Campeonato Carioca. Isso possibilitou que os clubes exibissem seus jogos de forma independente, explorando plataformas digitais como o YouTube¹⁰.

A partir de então, o mercado de direitos de transmissão de futebol no Brasil passou por uma reconfiguração significativa, e a Globo perdeu exclusividade sobre alguns campeonatos. Em 2022, o SBT adquiriu os direitos de transmissão da Copa Libertadores da América e, em 2023, a Band herdou a transmissão do Campeonato Carioca. Nesse mesmo ano, o Vasco da Gama inovou ao vender seus direitos de transmissão à **CazéTV**, canal no YouTube fundado pelo jornalista Casimiro Miguel, que também realiza investimentos pela Twitch. E são justamente transmissões de jogos pela **CazéTV** que vamos estudar na próxima seção.

5 AS TRANSMISSÕES DE JOGOS DE FUTEBOL PELA CAZÉTV

⁸ Disponível em: <https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/142594> Acesso em 29 de out. de 2024.

⁹ Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2020/07/01/fla-supera-gre-nal-e-bate-recorde-em-transmissao-esportiva-na-internet.htm>. Acesso em 05 de nov. 2024.

¹⁰ Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2020/07/02/por-que-a-globo-rompeu-contrato-do-carioca-apos-jogo-do-fla-no-youtube.htm#:~:text=A%20vis%C3%A3o%20da%20emissora%20%C3%A9,de%202021%20em%20o%20bases>. Acesso em 05 de nov. 2024.

A **CazéTV** é um canal dedicado à transmissão ao vivo de eventos esportivos, com base no YouTube¹¹ e retransmissão na Twitch¹². Lançado em novembro de 2022 pelo jornalista Casimiro Miguel, o canal foi criado em parceria com a empresa de mídia esportiva Livemode. A estreia da **CazéTV** ocorreu durante a Copa do Mundo realizada no Catar, com Casimiro transmitindo os jogos ao vivo, tanto no YouTube quanto na Twitch. O sucesso foi imediato: a primeira transmissão, realizada da partida entre Brasil e Suíça, válida pela fase de grupos, atingiu 4,2 milhões de espectadores simultaneamente¹³. Esse número posicionou o canal na segunda maior transmissão da história do YouTube em audiência simultânea e a maior do Brasil. Posteriormente, o canal bateu seu próprio recorde ao transmitir o jogo entre Brasil e Croácia, alcançando 5,5 milhões de visualizações simultâneas¹⁴.

Casimiro, conhecido também como Casimito ou Cazé, além de jornalista, é influenciador e *streamer*¹⁵, cuja trajetória teve início na televisão. Ele integrou o antigo canal **Esporte Interativo**, atualmente **TNT Sports**, onde atuou como apresentador do programa *El Games* e colaborador do *De Sola*, conteúdo desenvolvido exclusivamente para a plataforma digital do canal. Ele ganhou popularidade na Internet com transmissões ao vivo na Twitch, onde fazia *reacts*¹⁶ sobre uma variedade de temas – desde assuntos do cotidiano e programas de televisão até e-sports e, especialmente, conteúdos relacionados ao Vasco da Gama, seu time de coração. Com cortes de suas *lives* amplamente compartilhados nas redes sociais, ele rapidamente se tornou um fenômeno no ambiente digital. Em 2021, Casimiro foi eleito Personalidade do Ano no Prêmio e-Sports Brasil¹⁷, consolidando sua influência.

¹¹ Disponível em <https://www.goal.com/br/listas/todos-campeonatos-direitos-transmissao-da-cazetv/bltf6802c4e1ae9efdd>. Acesso em 28 out. de 2024.

¹² Plataforma de *streaming* de vídeo ao vivo. Disponível em <https://ge.globo.com/esports/streamers/reportagem/2023/07/31/c-o-que-e-twitch-conheca-a-maior-plataforma-de-lives-do-mundo.ghtml>. Acesso em 28 out. de 2024.

¹³ Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/lancepress/2022/12/09/croacia-x-brasil-live-de-casimiro-bate-o-proprio-recorde-no-youtube-nacional.htm>. Acesso em: 28 out. 2024.

¹⁴ Disponível em <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/lancepress/2022/12/09/croacia-x-brasil-live-de-casimiro-bate-o-proprio-recorde-no-youtube-nacional.htm>. Acesso em 28 out de 2024.

¹⁵ Profissional que realiza transmissões ao vivo, abrangendo desde competições de e-sports e eventos esportivos até análises, reações e outros formatos de conteúdo.

¹⁶ Vídeos em que criadores de conteúdo registram suas reações a diferentes materiais, como episódios de séries, trailers de filmes, videoclipes ou notícias, frequentemente acompanhados de análises ou comentários críticos, sendo populares em plataformas como YouTube e Twitch.

¹⁷ Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/premio-esports-brasil/noticia/2022/12/16/premio-esports-brasil-2022-casimiro-vence-personalidade-do-ano.ghtml>. Acesso em: 28 out. 2024.

Atualmente, ele possui 4,2 milhões de seguidores no Instagram, 3,9 milhões na Twitch e 21,7 milhões no YouTube, juntando todos os seus canais¹⁸.

O objeto empírico de pesquisa deste artigo é composto por transmissões de jogos de futebol realizadas pela **CazéTV** no Campeonato Carioca de 2024. O estudo foi realizado a partir da observação e da análise de três partidas, selecionadas ao longo da competição, com foco nas características da narração, na interação com o público e nos recursos visuais empregados. Assim, analisamos as transmissões de Vasco x Flamengo, realizada no início da competição; Vasco x Volta Redonda, que ocorreu na fase intermediária; e Vasco x Nova Iguaçu, disputada na reta final do torneio – todos os confrontos selecionados têm o Vasco da Gama como participante porque o clube foi o único, dentre os grandes cariocas, com direitos de transmissão de determinadas partidas adquiridos pela **CazéTV**. A escolha dos jogos, realizados em diferentes momentos da competição, visa a capturar a diversidade nas estratégias de transmissão do canal ao longo do campeonato e a observar possíveis variações na dinâmica das transmissões conforme o avanço do torneio.

O confronto entre Vasco e Flamengo¹⁹ foi realizado no dia 04 de fevereiro de 2024, no Maracanã, e terminou em 0x0. A transmissão completa, contando com o pré-jogo, o jogo e o pós, teve três horas e 37 minutos de duração. O tempo dedicado ao pré-jogo chama a atenção: enquanto as emissoras tradicionais de televisão, geralmente, destinam poucos minutos a essa etapa, a **CazéTV** a estendeu por uma hora e dez minutos. Essa duração é possível graças à ausência de uma grade de programação fixa, permitindo à equipe iniciar e finalizar a transmissão de acordo com o ritmo do evento e as dinâmicas da audiência digital.

Logo nos primeiros minutos da transmissão, a **CazéTV** estabelece o tom descontraído que caracteriza suas coberturas. Aos três minutos e 12 segundos, a câmera captura um torcedor realizando um gesto obsceno. A cena é imediatamente comentada pela equipe na cabine, com Casimiro Miguel demonstrando surpresa: “Que isso?”, enquanto Guilherme Beltrão indaga: “O que esse camarada fez?” Em vez de cortar a imagem, como seria comum nas transmissões televisivas, a equipe aborda o episódio com humor, ao mesmo tempo em que reprova o gesto de maneira leve.

¹⁸ Números do dia 14 de novembro de 2024.

¹⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JI1-R1mgQ4&t=7426s>. Acesso em: 02 nov. 2024.

Além de Casimiro e Beltrão como comentaristas, o pré-jogo conta também com a presença do narrador Luís Felipe Freitas, todos jornalistas. Dois repórteres circulam pelo estádio, captando o clima no local e interagindo diretamente com torcedores e dirigentes dos clubes por meio de entrevistas. Entre eles, Fernanda Gentil, que integra a equipe após anos de atuação na **TV Globo**, com destaque para a cobertura de eventos como Copas do Mundo de futebol e Jogos Olímpicos.

A combinação entre momentos de descontração e abordagens mais sérias é evidente quando, poucos minutos após o episódio com o torcedor, a transmissão foca em uma entrevista de Fernanda com o vice-presidente de futebol do Flamengo, Marcos Braz. Conduzida com seriedade, a conversa aborda questões relevantes ao campeonato. Como dito por Barbeiro e Rangel (2006, p. 45), “em nenhuma outra área do jornalismo a informação e o entretenimento estão tão próximos” como no jornalismo esportivo.

Outro aspecto notável da transmissão da **CazéTV** é o formato utilizado durante as pausas para os comerciais. Diferentemente das emissoras tradicionais, que interrompem o conteúdo para exibir blocos publicitários, a **CazéTV** opta por dividir a tela ao meio. No lado direito, são mantidas imagens ao vivo do estádio, enquanto o lado esquerdo exibe vídeos publicitários. Essa abordagem preserva a continuidade da transmissão e mantém o espectador conectado ao evento, mesmo durante os momentos destinados à exibição de anúncios.

Conforme se aproximava o início da partida, a equipe de transmissão da **CazéTV** recebeu o reforço do ex-jogador Léo Moura, que foi convidado a participar diretamente da cabine de transmissão. A presença de Léo Moura, um ex-atleta com forte identificação com o Flamengo, trouxe uma nova dinâmica ao time, complementando o estilo já estabelecido pelos outros dois comentaristas.

Ao longo da transmissão, ficou evidente uma estratégia de divisão informal entre os papéis desempenhados pelos comentaristas. Casimiro Miguel, amplamente conhecido por seu vínculo com o Vasco da Gama, frequentemente fazia observações a partir de uma perspectiva vascaína, enquanto Léo Moura, por sua trajetória no Flamengo, contribuiu com análises que refletiam uma ligação mais próxima com o time rubro-negro. Guilherme Beltrão, por sua vez, adotou uma postura mais neutra, atuando como um equilíbrio entre os dois, com análises mais técnicas e desprovidas de envolvimento emocional direto.

Por mais que essa composição da equipe tenha permitido que a transmissão contemplasse diferentes pontos de vista, o que pode engajar mais o público, especialmente em partidas com forte rivalidade como Vasco x Flamengo, ela acabou gerando, em alguns momentos, falas descompensadas, sobretudo de Casimiro. Em duas horas e 39 minutos de vídeo, por exemplo, após o time cruzmaltino perder uma chance de gol, ele usa um palavrão para expressar seu descontentamento: “Não entendi porra nenhuma [...] Tinha que fazer, mano, pelo amor de Deus”. O uso de palavrões, de acordo com Barbeiro e Rangel (2006, p. 45), deve ser evitado, já que “o esporte em si já tem um certo grau de emoção. E sabemos que não é fácil, no jornalismo esportivo, dosar coração com razão.”

No tempo de duas horas e três minutos de transmissão, Casimiro Miguel sugere aos espectadores que utilizem o recurso de retorno do YouTube para revisitar um lance que estava sendo comentado por ele. A orientação, feita de maneira direta e descontraída, ressalta a autonomia proporcionada pelo ambiente digital, em que o público pode ajustar sua experiência de acordo com suas preferências.

Outro recurso oferecido pelo YouTube é a funcionalidade de *chat* ao vivo, que permite aos espectadores interagirem entre si e comentar, em tempo real, sobre os acontecimentos da partida, sem precisar sair da transmissão. Na **CazéTV**, essa funcionalidade está disponível para os inscritos. No entanto, o recurso foi pouco explorado como ferramenta de interação direta entre os narradores e comentaristas com o público. Durante a transmissão, houve poucas menções ao *chat*. Um dos poucos momentos em que ele foi destacado ocorreu após uma oportunidade de gol desperdiçada pelo atacante do Vasco, Pablo Vegetti, que foi impedido pelo zagueiro Léo Pereira. Nesse instante, o narrador Luís Felipe Freitas comentou que “o *chat* deve estar indo à loucura”, convocando os espectadores a participarem da discussão. No entanto, a interação limitou-se a essa breve menção, sem a leitura ou respostas a mensagens específicas dos inscritos. A única ação efetiva de interação com o público foi a disponibilização de uma enquete perguntando “quem vence a partida?”, mas que, mesmo assim, não teve seus resultados mencionados.

Após o fim da partida, iniciou-se o pós-jogo, que teve duração total de 18 minutos. A etapa inicial foi marcada por entrevistas realizadas com jogadores de ambas as equipes na saída de campo, algo tradicional em transmissões esportivas. Na sequência, a equipe de transmissão fez um balanço geral sobre o desempenho

dos times, apontando os destaques positivos e os pontos a serem melhorados. Enquanto comentavam, foram exibidos lances importantes do jogo, permitindo uma análise detalhada com suporte visual. O pós-jogo incluiu, também, a exibição dos melhores momentos de uma partida do Campeonato Paulista, outra competição transmitida pela **CazéTV**. Outro ponto relevante foi a interação com os repórteres de campo, que voltaram a participar ativamente no pós-jogo, trazendo informações adicionais sobre os bastidores e completando as análises feitas pelos comentaristas na cabine. Também no pós-jogo, um aspecto que chamou a atenção foi a ausência de qualquer menção ao *chat* ao vivo.

O segundo jogo analisado foi entre Vasco e Volta Redonda, realizado em 24 de fevereiro de 2024, no estádio Kléber Andrade, em Cariacica, no Espírito Santo²⁰. A partida terminou em 2 a 1 para o Vasco. Esse local foi escolhido devido à realização de alguns jogos do Campeonato Carioca fora do estado do Rio de Janeiro, em função de acordos comerciais e estratégias de expansão da competição para atrair novos públicos e gerar maior renda e visibilidade para os clubes envolvidos.²¹

O pré-jogo, dessa vez, foi um pouco mais curto em relação à partida anterior analisada, totalizando 49 minutos. No entanto, ainda assim, manteve-se bem acima da média que caracteriza as transmissões televisivas tradicionais. Durante essa etapa, foram apresentadas análises sobre os jogos anteriores de ambas as equipes, as expectativas para a partida e uma entrevista previamente gravada com o goleiro do Vasco, Léo Jardim. Além disso, dois repórteres de campo participaram da cobertura, trazendo informações atualizadas sobre os clubes e o ambiente do jogo.

Por conta do deslocamento para fora do Rio de Janeiro, a equipe de transmissão não estava no estádio. Toda a cobertura foi realizada a partir dos estúdios da **CazéTV**. A narração ficou a cargo de Leandro Mamute, enquanto os comentários foram conduzidos por Casimiro Miguel e Guilherme Beltrão. Como convidado especial, participou o ex-jogador do Vasco, Aguinaldo Luiz Sorato, agregando valor técnico à análise, especialmente ao abordar o desempenho do time vascaíno e sua preparação para o confronto.

²⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=izUmb6ZeX00&t=6440s>. Acesso em: 02 nov. 2024.

²¹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/panorama-esportivo/post/2024/02/clubes-ganham-ate-r-13-milhao-por-jogo-do-carioca-fora-do-rio-partidas-na-cidade-sao-certeza-de-prejuizo.ghtml>. Acesso em: 02 nov. 2024.

O formato de exibição publicitária, que já havia sido observado na partida anterior, foi novamente utilizado pela **CazéTV** na transmissão. Enquanto o lado direito da tela manteve imagens ao vivo do estádio, o lado esquerdo apresentou vídeos publicitários durante os comerciais. Essa estratégia assegura a continuidade da transmissão e permite que o espectador permaneça conectado ao evento, buscando evitar a desconexão típica dos intervalos.

Uma particularidade técnica observada nessa transmissão foi o uso mais frequente de uma câmera posicionada dentro do estúdio, destacando as reações do narrador e dos comentaristas durante momentos decisivos do jogo. Sempre que havia uma possibilidade de gol ou jogadas importantes, uma janela era aberta no canto superior direito da tela, exibindo as expressões e as interações da equipe de transmissão. O recurso foi utilizado em todos os três gols da partida, com uma duração média de cinco segundos.

A narração de Leandro Mamute chamou a atenção pelo equilíbrio entre emoção e contenção, apresentando um tom mais comedido em comparação a Luís Felipe Freitas, narrador da partida analisada anteriormente. Mamute trouxe empolgação nos momentos-chave do jogo, inclusive nos gols, mas sem cair no exagero ou na artificialidade. A narração do primeiro gol, ocasionado após uma batida de falta de Dimitri Payet para a cabeçada de Zé Gabriel, exemplifica o desempenho de Mamute:

[...] O camisa dez do Vasco vem na corrida. Perna direita. Olha o toque! Gooooo! É do Vasco! O Gigante incendeia de vez o Kleber Andrade! Na cobrança magistral, milimétrica do Payet! Mais uma vez para você: na medida, no primeiro poste, pra subida e o toque fundamental que balançou as redes! E que coloca o Gigante na frente! O Vasco da Gama abre o placar em Cariacica. Zé Gabriel, Zé Gabriel! O Gigante nunca adormece! O Vasco faz um, o Volta Redonda tem zero.

Nesse sentido, é possível relacionar sua performance ao comentário de Barbeiro e Rangel (2006) que destaca a importância de um narrador equilibrado:

Alguns narradores são considerados bons porque narram com o coração, mexendo com as emoções do torcedor. Mas há um limite? Sim, há. Transformar um evento esportivo em grande espetáculo no qual o simples passe de um jogador para outro é narrado com grande entusiasmo é exagero. (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 45)

A interação direta com o público foi limitada a pedidos ocasionais feitos pela equipe para que os espectadores dessem *like* no vídeo e se inscrevessem no canal.

Além disso, em raros momentos, nomes de alguns usuários presentes no *chat* ao vivo foram mencionados, mas sem aprofundamento ou maior engajamento com suas mensagens.

O pós-jogo teve duração de 12 minutos, concentrando-se em elementos tradicionais das transmissões esportivas. Como de costume, incluiu entrevistas rápidas com jogadores na saída do gramado. Após as entrevistas, os comentaristas realizaram uma breve análise do desempenho das equipes, destacando os pontos mais relevantes do jogo e os destaques individuais.

A última partida analisada foi entre Vasco e Nova Iguaçu, realizada no Maracanã, no dia 10 de março, e que terminou em 1 a 1.²² Para esse jogo, a equipe de transmissão retomou a formação tradicional do canal, presente nas principais jornadas esportivas: o narrador Luís Felipe Freitas foi acompanhado pelos comentaristas Casimiro Miguel e Guilherme Beltrão. O time de transmissão foi completado pelo convidado especial Carlos Germano, ex-goleiro do Vasco, reforçando a prática do canal de incluir personalidades ligadas ao clube para agregar à análise técnica e emocional do jogo.

O pré-jogo durou 54 minutos. Durante essa etapa, foram explorados aspectos como a preparação das equipes, análises detalhadas das fases anteriores do campeonato e interações informais com o público. Desta vez, a cobertura foi enriquecida pela presença de quatro repórteres, três deles no campo e um posicionado fora do estádio, interagindo diretamente com os torcedores. Esse repórter, utilizando um tom descontraído e brincadeiras, captou as reações do público, ampliando a narrativa da transmissão para além do campo de jogo. O formato de publicidade já destacado anteriormente foi mais uma vez utilizado na transmissão.

Um momento curioso ocorreu no minuto 54 da transmissão, no final do pré-jogo, quando a repórter Bruna Dealtry chamou a atenção para um incidente nos bastidores que havia ocorrido minutos antes. Enquanto aguardava para entrevistar o coordenador técnico do Nova Iguaçu, Andrezinho, ela quase foi atingida por uma bola. A repórter narrou o ocorrido ao vivo e pediu que a imagem fosse exibida, conectando a audiência a um momento que não estava planejado para a câmera principal: “Olha, galera da cabine, já vou passando a bola em definitivo pra vocês, mas passando a

²² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9ZaTipZdOdA&t=9253s>. Acesso em: 03 nov. 2024.

última vergonha do dia. A gente vai recuperar a imagem, que eu quase levei uma bolada, eu e Andrezinho, a bolada do Léo Jardim.”

Nessa transmissão, uma câmera foi estrategicamente posicionada junto à torcida do Vasco, permitindo que a reação dos torcedores fosse capturada em momentos específicos da partida – fato que ilustra o impacto das inovações tecnológicas nas coberturas esportivas digitais. “A evolução tecnológica contribuiu também no campo editorial, porque com tantos detalhes registrados – como a dor de um jogador, o olhar de um cobrador de pênalti, a reação do torcedor –, o leque de pautas ficou muito mais amplo.” (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 98). Nesse sentido, o uso da câmera na torcida e a inclusão de interações fora do estádio ampliaram o campo narrativo da transmissão, permitindo que o público experimentasse o evento sob múltiplas perspectivas, tanto emocionais quanto técnicas.

O pós-jogo foi notavelmente mais curto em relação às transmissões anteriores analisadas, com duração de apenas seis minutos. Apesar do tempo reduzido, manteve elementos tradicionais, como entrevistas rápidas na saída de campo, com um atleta de cada equipe comentando brevemente sobre o desempenho na partida. Além disso, a equipe de comentaristas fez análises sucintas sobre os destaques do confronto e as principais impressões do jogo. Esse momento da transmissão foi acelerado devido à necessidade de iniciar, na sequência, um programa especial da **CazéTV** focado em Olimpíadas, transmitido no mesmo canal.

A interação com o público durante a transmissão seguiu o padrão já observado em jogos anteriores. Limitou-se a pedidos comuns, como incentivar os espectadores a curtirem o vídeo e se inscreverem no canal, além de breves menções nominais a alguns usuários que comentaram no *chat*. Não houve ações adicionais ou maior envolvimento direto com as mensagens enviadas pelos espectadores.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desta pesquisa permitiu observar e analisar as particularidades das transmissões esportivas no ambiente digital, com foco na atuação da **CazéTV** durante o Campeonato Carioca de 2024. As características do jornalismo esportivo, combinadas ao estudo teórico das transformações no consumo de conteúdo e dos novos formatos digitais foram fundamentais para compreender como a linguagem, os

aspectos técnicos e a interação com o público se manifestam em uma plataforma como o YouTube.

Com base no estudo das transmissões de três partidas específicas, foi possível identificar a manutenção de um padrão televisivo na estrutura das transmissões da **CazéTV**, como pré-jogo, jogo e pós-jogo, bem como a presença de narradores, comentaristas e repórteres – inclusive, mais repórteres de campo que nas transmissões televisivas. Contudo, também foram observadas adaptações ao ambiente digital, como o uso de janelas de reação durante os gols e a continuidade das imagens do estádio durante os intervalos publicitários. Por outro lado, a interação com o público, um dos principais potenciais da plataforma digital, revelou-se limitada, restringindo-se a menções esporádicas ao *chat* ao vivo e à realização de enquetes simples, cujos resultados, no entanto, não foram divulgados durante as transmissões.

Esta pesquisa também permitiu perceber como o texto descontraído adotado pela equipe da **CazéTV** busca se diferenciar dos modelos tradicionais, atraindo uma audiência jovem. No entanto, a ausência de um maior aproveitamento das ferramentas de interatividade oferecidas pelo YouTube limita a experiência dos espectadores, que poderiam ser mais ativos na construção do conteúdo e na interação com a equipe de transmissão. Esse aspecto evidencia um caminho ainda a ser explorado pelas transmissões esportivas digitais, especialmente no que diz respeito ao engajamento e à participação do público, como a alocação de um profissional específico para mediar a comunicação com os espectadores em tempo real.

Os resultados observados nesta pesquisa oferecem uma base para reflexões futuras sobre o impacto das plataformas digitais no jornalismo esportivo. Além disso, este trabalho pode servir como ponto de partida para estudos que aprofundem a análise de outras transmissões digitais, comparem diferentes canais ou investiguem a relação entre interatividade e engajamento do público. O campo das transmissões esportivas está em constante transformação, e novas pesquisas são essenciais para compreender essas mudanças e contribuir para o desenvolvimento da área.

ABSTRACT

This research examines the broadcasts of football matches carried out by CazéTV on the YouTube streaming platform. Our goal was to understand the context and analyze the characteristics of the transmissions on this digital channel. To achieve this, we studied aspects of sports journalism, the broadcasting of football matches, and new digital media. Additionally, we observed the broadcasts of three matches from the 2024

Campeonato Carioca by CazéTV. The results of the research indicate the maintenance of a traditional television broadcasting standard, with subtle changes in the language used by the team, and limited interaction with viewers, falling short of fully exploring the interactive potential offered by the digital platform.

Keywords: Sports journalism; Sports broadcasting; Streaming; YouTube; CazéTV.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Rubim Santos Leão de. **Futebol, uma paixão nacional**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

CAZÉTV. **JOGO COMPLETO: VASCO X FLAMENGO | 6ª RODADA | CARIOCÃO 2024**. Youtube, 4 fev. 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ij11-R1mgQ4&list=PLsFWLnYCEXEW85asxnWsaXrGrCvew60sL&index=5>. Acesso em: 29 out. 2024.

CAZÉTV. **JOGO COMPLETO: VASCO X NOVA IGUAÇU | SEMIFINAL | CARIOCÃO 2024**. Youtube, 10 de mar. 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9ZaTipZdOdA&list=PLsFWLnYCEXEW85asxnWsaXrGrCvew60sL&index=7>. Acesso em 29 out. 2024.

CAZÉTV. **JOGO COMPLETO: VASCO X VOLTA REDONDA | 10ª RODADA | CARIOCÃO 2024**. Youtube, 24 fev. 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=izUmb6ZeX00&list=PLsFWLnYCEXEW85asxnWsaXrGrCvew60sL&index=4>. Acesso em: 29 out. 2024.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2006.

COSTA, Ana Paula Silva Ladeira; MOREIRA, Sonia Virginia. Práticas de produção e consumo no mercado televisivo brasileiro na era pós-rede. *In Interin*, v. 29, n. 1, p. 27-45, jan./jun. 2024. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/9ae9/a1efc84ace253625aac190b339a4987e9aa3.pdf>.

GASTALDO, Édison. **Pátria, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo**. São Paulo: Annablume; São Leopoldo: Unisinos, 2002.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV: o jogo da narração: a imaginação entra em campo e seduz o torcedor**. Juiz de Fora: Juizforana, 2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo. 2008. Aleph.

LOBATO, R. **Netflix nations: the geography of digital distribution**. New York: New York University Press, 2019.

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo**: a história da imprensa esportiva do Brasil. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

SANTOS, Márcio Carneiro dos. **Produção de conteúdo interativo em TV aberta**: um estudo sobre a implantação da TV digital no Brasil a partir do desenvolvimento da ferramenta T-Autor para criação de aplicações de interatividade por não programadores. 2014. 217 f. Tese (Doutorado em Mídias Digitais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.
São Paulo: Contexto, 2006.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo**: relatos de uma paixão. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.