

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

TÍTULO: A ASCENSÃO DE CASIMIRO MIGUEL: A JORNADA DO STREAMER QUE TRANSFORMOU O FUTEBOL EM ENTRETENIMENTO ON-LINE

Bárbara Evely Meneses de Andrade; barbara.evely@uft.edu.br

Valquíria Guimarães da Silva; vguimaraes@uft.edu.br (orientadora)

RESUMO

O presente trabalho aborda por meio de uma grande reportagem multimídia, o início da trajetória do streamer Casimiro Miguel com as transmissões de futebol. O objetivo é apresentar desde a concepção da Cazé TV, até a organização das transmissões e a motivação para o crescente número de adeptos às lives futebolísticas. A reportagem multimídia surge para proporcionar uma experiência mais envolvente com o público, para melhor compreensão das estratégias adotadas pelo canal com o uso do entretenimento para cativar a audiência, bem como as curiosidades sobre os bastidores. Utilizamos como base teórica os conceitos centrais do esporte, como a chegada do futebol no Brasil, assim como exploramos as perspectivas teóricas da grande reportagem multimídia para a construção do produto.

PALAVRAS-CHAVE

Casimiro. Futebol. Lives. Entretenimento. Reportagem Multimídia.

1. INTRODUÇÃO

A tecnologia evoluiu e com ela os hábitos das pessoas mudaram. Assistir futebol é um desses hábitos e, se antes os telespectadores acompanhavam as partidas na frente da televisão, hoje eles podem torcer pelo time do coração — ou pela seleção brasileira — por meio de transmissões online, mais conhecidas pelo termo live streamings. No Brasil, a Cazé TV é o canal online mais conhecido na cobertura de competições esportivas. Com início em 2022, uma parceria entre o streamer Casimiro Miguel e a empresa LiveMode, o canal contabiliza mais de 12 milhões de inscritos nas plataformas

YouTube e Twitch¹, e foi responsável por deter um marco surpreendente na mídia esportiva brasileira: a transmissão oficial da Copa do Mundo 2022 no Catar. O ponto-chave para o sucesso das transmissões da Cazé TV é o streamer Casimiro. Antes da criação do canal especializado em coberturas esportivas, o influencer já havia começado a ganhar popularidade por causa do seu humor e entusiasmo, características que chamavam a atenção do público em suas apresentações no programa EI Games e no canal do YouTube “De Sola!”. No entanto, por causa da pandemia, Casimiro precisou fazer mudanças e foi quando surgiu a ideia de compartilhar seu amor pelo futebol de forma on-line que nasceram suas lives na Twitch. Nesse contexto, o trabalho tem o objetivo de falar sobre o sucesso de Casimiro Miguel, apelidado de “Rei do entretenimento”, mostrando a influência do streamer ao crescer com as transmissões on-line e mudar a forma como os esportes, principalmente o futebol, são acompanhados pelos torcedores, saindo da mídia tradicional e vingando nas plataformas digitais. Participantes da Cazé TV, torcedores fiéis, fãs apaixonados e jornalistas esportivos estão presentes no conteúdo do trabalho, trazendo depoimentos, relatos e entrevistas exclusivas que tornam a reportagem mais dinâmica e próxima do leitor. Com a junção do amor pelo futebol, o costume de assistir live streamings e o êxito das transmissões de esportes on-line, resultou-se a ideia deste trabalho, na procura de eternizar de forma compreensível e espontânea um marco importante nas mudanças de hábitos dos brasileiros que, afinal, formam o mundialmente conhecido “País do Futebol”.

Considerando o público voltado para o mundo digital, foi escolhido o formato de reportagem multimídia, cujo conteúdo foi disponibilizado em um site experimental. Imagens, infográficos, vídeos, áudios e hiperlinks foram incorporados ao longo do texto, a fim de prender a atenção do leitor e telespectador por meio da interatividade oferecida pelos elementos multimidiáticos. A construção do material foi dividida em cinco etapas: 1) definição das seções (Nos bastidores a emoção: as vozes que levam os jogos de futebol até você; Disputa pelo controle remoto; A nova onda de torcedores que

¹ A Twitch é uma plataforma de streaming ao vivo que inicialmente se concentrou em conteúdo relacionado a videogames. A plataforma oferece a oportunidade de monetização para os criadores por meio de inscrições de fãs, doações e patrocínios.

vibram on-line; O rei do entretenimento), 2) coleta de dados e das entrevistas, 3) elaboração do texto, 4) edição das mídias 5) e a criação do site. Desta forma, a reportagem multimídia está disponível em <https://casimiromiguelccc.github.io/site/>, com o propósito de proporcionar uma leitura dinâmica e divertida aos leitores, assim como o bom humor e entusiasmo de Casimiro Miguel conquistam e divertem o telespectador.

2. FUTEBOL NO BRASIL

O esporte é uma atividade humana que remete a tempos ancestrais e desempenha um papel significativo na sociedade em todo o mundo. A origem do termo remonta ao século XIV, quando marinheiros utilizavam as seguintes expressões para descrever suas atividades de lazer que envolviam habilidades físicas: "fazer esporte", "desportar-se" ou "sair do porto" (TUBINO, 1999). Compreendido como uma forma de expressão, o esporte engloba uma ampla gama de atividades que envolvem habilidades motoras, trabalho em equipe, superação de desafios e busca por excelência.

Sendo um dos fenômenos sociais de maior adesão no mundo, a prática esportiva envolve milhões de pessoas em todo o globo e influência em diversos aspectos da vida cotidiana. Não à toa, a Constituição Federal em vigor no Brasil ampliou a visão do esporte no país, deixando de focar exclusivamente em seu desempenho e passando a compreendê-lo também como um meio de educação e lazer (TUBINO, 2010).

Diversos clubes tiveram origem em jogos de futebol improvisados nas ruas ou nos espaços das fábricas, especialmente durante os intervalos de almoço (ANTUNES, 1994). Assim, o futebol expandiu-se entre as classes populares e a população negra. Estas últimas assimilaram rapidamente os fundamentos técnicos do esporte, compreenderam suas regras e apreenderam os aspectos lúdicos, atribuindo-lhes significados e dinâmicas sociais únicas (TOLEDO, 2000).

Rodrigues (2004) relata que o renomado e vitorioso estilo brasileiro de jogar futebol, caracterizado pelo uso frequente de dribles e fintas, tem suas raízes no contexto racista do esporte. Negros e mulatos eram compelidos a constantemente evitar o contato com jogadores brancos, já que qualquer interação física entre pessoas de diferentes etnias poderia acarretar em advertências severas.

A partir dos anos 1920, o futebol experimentou um processo de popularização e democratização. Para as camadas mais desfavorecidas da sociedade, o sucesso no futebol representava uma oportunidade de alcançar realizações financeiras que muitas vezes estavam fora de alcance em seus empregos cotidianos, quando tinham a sorte de ter emprego (BRUNORO; AFIF, 1997).

Segundo Leoncini (2005), a base do mercado esportivo está enraizada no forte e intenso sentimento de paixão dos torcedores. O autor indica que os negócios relacionados ao futebol se desenvolveram com a dedicação e entusiasmo dos fãs. “Foi a partir dos torcedores que todos os outros clientes (TV, patrocinadores, etc.) surgiram”.

2.1 Jornalismo Esportivo

O âmbito do jornalismo esportivo engloba diversos aspectos, no entanto, especialistas em esporte e jornalismo concordam que o profissional necessita de uma especialização para conseguir analisar as várias facetas do esporte. O renomado Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte (2007, p. 719), por exemplo, aborda este ponto, afirmando: “[...] é uma atividade especializada de Jornalismo na qual são transmitidas informações, opiniões (interpretações e críticas) e análises do esporte em qualquer aspecto de sua abrangência sociocultural”.

Coelho (2004) sustenta que o esporte alcançou destaque pela primeira vez nos jornais em 1910. Nesse período, o jornal Fanfulla publicava extensos relatos sobre os jogos de times de futebol amador italiano. Apesar de não ser um jornal de elite, o Fanfulla conseguia impactar a crescente comunidade italiana em São Paulo. Em uma de suas edições, convocou os italianos a estabelecerem um clube de futebol. Assim, em meio à Segunda Guerra Mundial, surgiu o Palestra Itália, que posteriormente se transformaria no Palmeiras.

Stycer (2007) defende a ideia de que tudo se desenvolveu concomitantemente à popularização deste que é o esporte mais renomado do país: o futebol. Para Sousa (2005) o avanço da imprensa esportiva no Brasil está significativamente ligado ao futebol, que se não tivesse alcançado a relevância que possui no país, poderia ter resultado na permanência das informações esportivas em um papel secundário no

jornalismo brasileiro. À medida que o futebol brasileiro se profissionalizava, a imprensa esportiva seguia o mesmo caminho (BEZERRA, 2008).

Transmitir uma partida era um desafio para os locutores devido às dificuldades técnicas e estruturais enfrentadas na época. O estilo das transmissões seguia a linha das crônicas escritas, priorizando mais a informação do que uma descrição fiel dos acontecimentos.

Nicolau Tuma ficou marcado como o primeiro locutor a narrar uma partida de futebol completa, durante os 90 minutos, sem interrupções. Esse feito aconteceu em julho de 1931, durante o confronto entre as seleções dos estados de São Paulo e Paraná, que terminou com a vitória dos paulistas por 6 a 4 (FILARDI, 2020).

O auge do esporte no rádio, assim como em todos os setores da sociedade, ocorreu nas décadas de 1960 e 1970. Não por acaso, esse período coincidiu com os anos dourados do futebol brasileiro, liderado pelo melhor jogador de todos os tempos segundo a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), Edson Arantes do Nascimento, o Pelé (COELHO, 2004).

Nesse mesmo intervalo de tempo, conforme indicado por Pessoa (2012), com a crescente popularização do rádio e sua estreita conexão com o mundo esportivo, começaram a surgir programas que se moviam entre o gênero jornalístico e o entretenimento.

Foi por meio dessa delicada fronteira entre jornalismo e entretenimento, utilizando o humor e contando com a participação de renomadas personalidades como comentaristas, que as emissoras encontraram a capacidade de competir não apenas entre si, mas também com a televisão, que começava a ganhar popularidade entre as décadas de 1970 e 1980. Para suprir essa demanda por audiência, surgiu a necessidade de intensificar a emoção durante as transmissões esportivas, aumentando o uso de bordões e vinhetas que ficavam gravadas na memória do ouvinte (PESSOA, 2012).

De acordo com Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel Bezerra (2006), o esporte é percebido pela maioria dos brasileiros como diversão e entretenimento. Isso torna praticamente impossível relatá-lo com o mesmo nível de formalidade encontrado em outras áreas editoriais, pois a descontração, o bom humor e o sorriso não diminuem a credibilidade ou seriedade do trabalho.

Dejavite (2003) defende a integração do infotimento na prática jornalística, argumentando que é crucial tornar as informações mais atraentes para serem consumidas durante os momentos de lazer, quando as pessoas reservam tempo do trabalho para se envolver em conteúdos informativos.

2.1.1 Transmissões esportivas

A trajetória da televisão no Brasil está intimamente ligada ao advento do futebol, da mesma forma que ocorreu com o rádio. Apenas dois meses após o Maracanazo, o jornalista Assis Chateaubriand lançava a TV Tupi (GASPARINO, 2013).

Prata (2009) ressalta que o novo meio que nascia trazia além do som, uma novidade marcante para a época: a imagem em movimento. Agora, com o acesso às imagens, os torcedores não eram mais facilmente enganados pelos radialistas.

Já nos anos 60, como afirma Camargo (1998), ocorre o declínio da rádio Pan-Americana, que era considerada A Emissora dos Esportes, anunciando o declínio de outras rádios, por causa da televisão, que direcionou as cotas de publicidade, patrocinadores e audiência.

As transmissões esportivas repletas de emoção desempenharam um papel crucial na consagração dos narradores. Conforme destacado por Ribeiro (2007), a influência crescente da televisão sobre o público, aliada à já existente popularidade do rádio, transformou a vida de alguns profissionais da imprensa esportiva, elevando-os à condição de verdadeiros ídolos.

De acordo com Sousa (2005), o jornalismo esportivo teve seu verdadeiro início na televisão quando a TV Tupi veiculou uma reportagem sobre um jogo entre os clubes Portuguesa e Desportos e São Paulo. A primeira transmissão de um jogo de futebol foi realizada pela TV Record, a terceira emissora a surgir no país, em 1955, durante uma partida entre Santos e Palmeiras, diretamente da Vila Belmiro, na qual os donos da casa venceram por 3 a 1.

A presença da televisão foi cada vez maior no meio esportivo, mas com o passar do tempo e das inovações tecnológicas, surge um novo meio de comunicação, a Internet e com ela uma nova forma de transmissão ao vivo. Essa mudança deu origem ao jornalismo live streaming, um conceito ampliado por Mota (2019) para uma perspectiva

de prática na qual o jornalismo passa a empregar tecnologias de live streaming para produções instantâneas, tanto na veiculação quanto no consumo.

Para Silva, Guimarães e Sobrinho Neto (2016) é exatamente nesse cenário, onde a informação é descentralizada e disseminada por meio de dispositivos móveis, que os veículos de comunicação estão buscando ferramentas que possibilitem uma maior aproximação com a audiência.

2.2 Reportagem multimídia

Como define Kimieck (2005), a Reportagem multimídia é todo material jornalístico que realize a combinação de elementos interativos ou imagens, áudios, vídeos, textos e ilustrações “a partir de uma narrativa não-linear, de modo que a informação em cada mídia seja complementar e não- redundante” e que proporcionou novas possibilidades para o Jornalismo, sobretudo, no que diz respeito às narrativas, promovendo uma acentuada reconfiguração (SALAVERRÍA, 2003).

Dois aspectos são observados no atual cenário dos produtos noticiosos multimidiáticos, sendo estes o aspecto técnico e o narrativo. As ferramentas utilizadas para a produção desse tipo de formato é o ponto técnico, já a evolução dos conteúdos textuais é o aspecto narrativo, como por exemplo, o jornalismo *long form*, caracterizado por “matérias com mais de 4000 palavras, ou grandes reportagens com entre 10 e 20 mil palavras” e pela extensão e profundidade na abordagem de um tema específico, conforme Longhi (2014).

Desta forma, o modelo *long form* alinha-se à natureza digital do tema e assim permite uma abordagem mais aprofundada e abrangente, com espaço e estrutura suficiente para explorar o assunto de maneira mais rica e envolvente, refletindo a própria evolução do jornalismo e da forma como consumimos informações na era digital.

3. METODOLOGIA

Cada etapa, desde a fase inicial de pesquisa até a distribuição final, foi meticulosamente conduzida, focando na integração das diversas formas de mídia.

A coleta de informações envolveu métodos diversos, como entrevistas detalhadas, pesquisas de números e dados e captação de conteúdo visual e sonoro relevante.

A delimitação do tema e formato foi considerada no semestre anterior à confecção do produto. A escolha foi pensada por meio do interesse em abordar de forma interativa uma temática relativamente recente, levando em consideração a originalidade e a importância do tema para contribuir significativamente a um grupo de pessoas.

O próximo passo foi a definição dos títulos das seções, baseados em assuntos considerados pertinentes acerca da Cazé TV como, por exemplo, a idealização do canal e seus bastidores.

Com os assuntos a serem abordados já definidos, o próximo passo foi realizar a coleta das informações, dados e entrevistas, para posteriormente definir como os materiais coletados seriam distribuídos nos formatos de mídia, editados no Canva, sendo eles: infográficos, fotos/imagens, vídeos, áudios, gifs, tabelas e hiperlinks

Por fim, após todos os recursos serem colhidos e editados, a plataforma da reportagem multimídia foi criada utilizando o software visual Studio Code. Neste aplicativo foram utilizadas três ferramentas de linguagem: *HTML 5*, *CSS 3* e o *JavaScript*. Por último, a hospedagem foi feita nos servidores da Amazon, AWS Service.

3.1 Apuração

Este processo abarcou a identificação dos participantes, a definição de questões relevantes e a escolha de abordagens que melhor se alinhavam aos objetivos da reportagem.

3.1.1 Profissionais

Antecedente a coleta de entrevistas, a plataforma *LinkedIn* foi essencial para a escolha daqueles que dariam voz à esta reportagem multimídia, após uma longa busca de currículos dos profissionais que trabalhavam diretamente com a Cazé TV e consequentemente, com a LiveMode.

3.1.2 Fãs/Telespectadores

As entrevistas com entusiastas da Cazé TV foram relativamente fáceis de conseguir, pois, com o recente sucesso do canal, diversas são as pessoas que costumam assisti-lo.

Para a localização destes fãs, um trabalho de stalker foi realizado utilizando a plataforma X, antigo Twitter.

Para finalizar a seção dos telespectadores, conhecemos o senhor Simião Andrade que, diferentemente dos citados acima, possui dificuldades com o acesso a esse novo hábito de consumo, mas precisou reinventar a sua forma de assistir aos jogos.

3.1.3 Televisão

Nesta representação foram utilizadas estatísticas e comparação entre ambos os modelos. As estatísticas acerca dos valores dos direitos de transmissão do Brasileirão foram feitas de forma independente, utilizando cálculos e a relação de times do campeonato na temporada de 2022.

Alguns números de visualizações da Cazé TV na Copa do Mundo de 2022 no Catar foram obtidos por meio das redes sociais do influencer, o restante não pode ser coletado pois a Fédération Internationale de Football Association (FIFA) restringe esses dados por tratá-los como confidenciais.

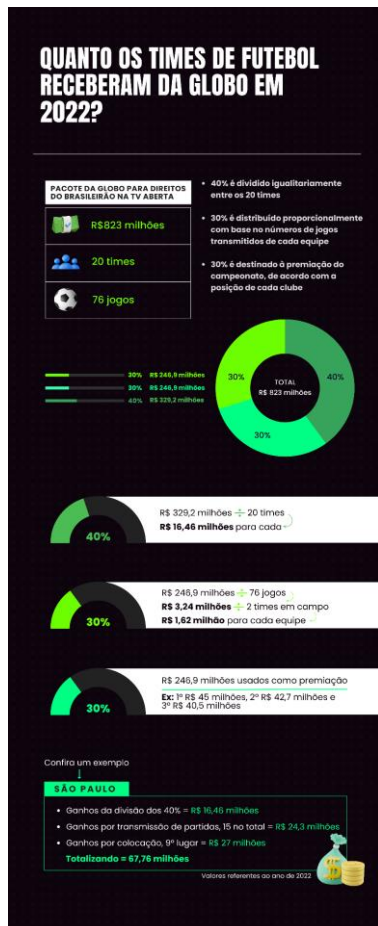
E por último, a audiência na TV durante a Copa de 2022 foi conseguida por meio do Kantar IBOPE Media, responsável por medir os pontos de audiência.

Todas as demais informações que compõem a reportagem foram obtidas por pesquisas no Google e nas plataformas digitais do Cazé e da LiveMode.

3.2 Materiais multimídia

Dos materiais gráficos criados, estão infográficos, tabelas e backgrounds. O primeiro infográfico (Figura I) traz dados sobre os valores que cada time de futebol recebe durante uma temporada do Brasileirão pelos direitos de transmissão, neste caso específico, a temporada analisada foi a de 2022:

Figura 1 - Quanto os times de futebol receberam em 2022



Fonte: Elaboração própria com base nos dados de Allan Simon/UOL

O próximo elemento é uma tabela (Figura II) com os picos de audiência de todos os jogos da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2022 no Catar, com a quantidade de domicílios e de pessoas que assistiram aos jogos.

Figura 2 - Audiência na TV

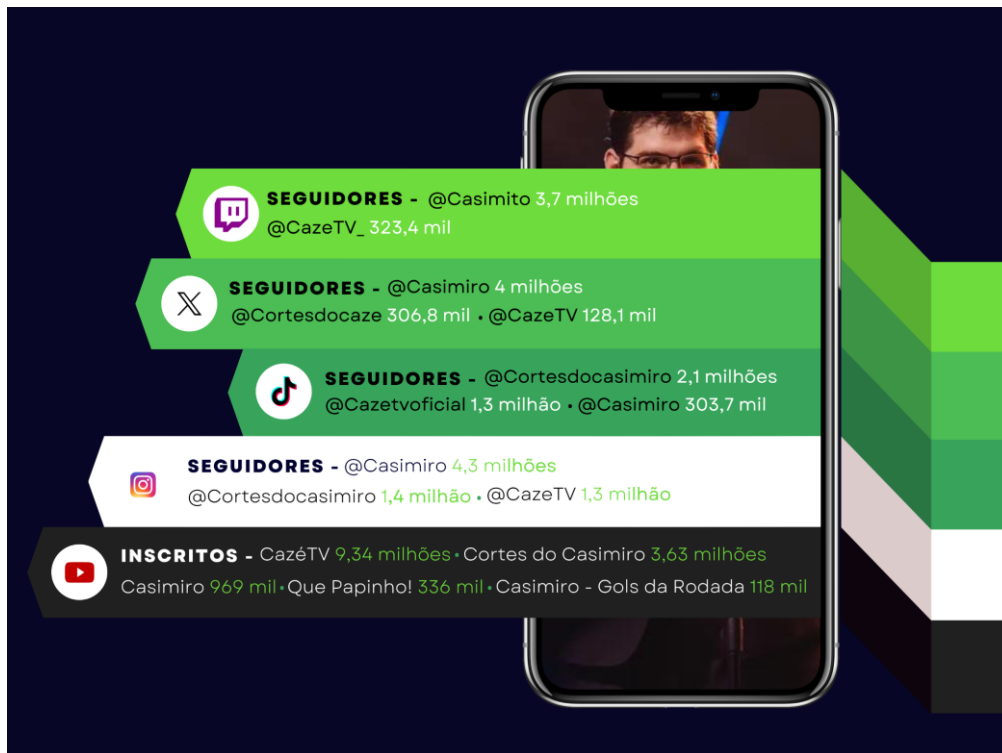
AUDIÊNCIA NA TV			
JOGO	AUDIÊNCIA	DOMICÍLIOS	INDIVÍDUOS
BRASIL X SÉRVIA	55 PONTOS	14.235.485 MILHÕES	39.260.155 MILHÕES
BRASIL X SUÍÇA	54 PONTOS	13.976.334 MILHÕES	38.546.334 MILHÕES
CAMARÕES X BRASIL	53 PONTOS	13.717.513 MILHÕES	37.832.513 MILHÕES
BRASIL X CORÉIA DO SUL	57 PONTOS	14.752.797 MILHÕES	40.687.797 MILHÕES
CROÁCIA X BRASIL	54 PONTOS	13.976.334 MILHÕES	38.546.334 MILHÕES

Canais: Globo e SporTV.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do Kantar IBOPE media

Dos últimos, um infográfico (Figura III) com o número de inscritos e seguidores do Casimiro nas redes sociais, para trazer um esclarecimento acerca do tamanho do sucesso do streamer. As plataformas analisadas foram Twitch, X, Tik Tok, Instagram e YouTube.

Figura 3 - Seguidores nas plataformas digitais



Fonte: Elaboração própria com base nos dados coletados na Twitch, X, TikTok, Instagram e YouTube.

A escolha de cada ferramenta gráfica foi pensada para contribuir na apresentação clara dos fatos e proporcionar ao leitor uma compreensão mais profunda do tema abordado e da narrativa presente na reportagem.

3.2.1 Materiais multimídia

A reportagem multimídia foi elaborada de maneira objetiva, dividida em quatro seções que destacam elementos característicos desse gênero de produto, como recursos narrativos, midiáticos e interativos.

A abordagem utilizada foi pensada em priorizar a clareza e a objetividade para uma experiência informativa mais cativante e, embora a imensa maioria do público do Casimiro ser composto por jovens, é importante assegurar que qualquer pessoa, independentemente do seu conhecimento prévio sobre o tema, possa se conectar de maneira fácil ao conteúdo.

Ao projetar a estrutura da reportagem, buscamos criar uma narrativa fluida, dividida estrategicamente em quatro seções para otimizar a compreensão e a apreciação do conteúdo. Aqui está uma visão geral da organização em ordem:

I - Nos bastidores da emoção: As vozes que levam os jogos de futebol até você

II - Disputa pelo controle remoto: Transmissões On-line vs TV Aberta

III- A nova onda de torcedores que vibram on-line

IV - O Rei do entretenimento

Figura 4 - Página inicial da reportagem



Fonte: Elaboração própria

A primeira seção mergulha nos bastidores fascinantes da Cazé TV. Aqui, o objetivo é oferecer aos espectadores uma visão exclusiva e detalhada do que acontece por trás das câmeras, revelando os elementos cruciais que dão vida ao entretenimento

proporcionado por meio do canal. Nela, foram utilizados vídeos, fotos e áudios como ilustração. Confira um dos exemplos:

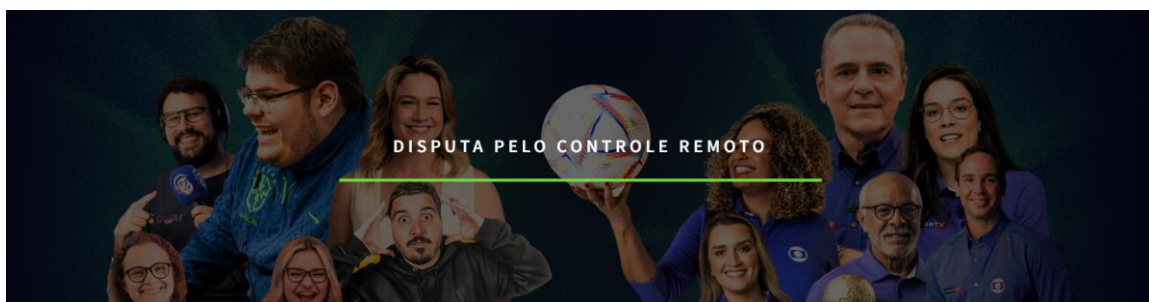
Figura 5 - Background de áudio



Fonte: Elaboração própria

Na segunda seção dá destaque em como a Cazé TV desafia as fronteiras convencionais, transformando o futebol em um espetáculo online que rivaliza com as transmissões televisivas.

Figura 6 - Disputa pelo controle remoto



Fonte: Elaboração própria

Na terceira seção o olhar é direcionado aos telespectadores. Mergulha-se nas histórias que se formam em torno das lives, e o papel crucial das lives no cotidiano dos fãs de futebol.

Figura 7 - A nova onda de torcedores que vibram on-line



Fonte: Elaboração própria

Na seção final da reportagem, o leitor poderá conhecer a história fascinante que é a biografia de Casimiro e sua jornada como streamer. Nela, é oferecido um retrato completo do indivíduo por trás do fenômeno, explorando as experiências de vida, os desafios superados e os momentos decisivos que moldaram sua ascensão.

Figura 8 - O Rei do entretenimento



Fonte: Elaboração própria

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta experiência, foi possível imergir nas diversas facetas da Cazé TV, explorando suas origens, evolução e impacto nas transmissões esportivas.

A Cazé TV se revelou muito mais do que um simples canal; é um fenômeno que transcende a tela, conectando-se com seu público de maneiras inovadoras. Desde suas programações marcantes até os personagens que moldam sua identidade.

Durante a condução, um desafio significativo se apresentou diante da impossibilidade de obter uma entrevista com o personagem principal, o próprio

Casimiro. Apesar de nossos esforços persistentes e inúmeras tentativas, circunstâncias além do nosso controle impediram o acesso direto ao streamer e à números valiosos que poderiam enriquecer ainda mais o produto.

A ausência dessa perspectiva direta nos obrigou a depender, em grande parte, de fontes secundárias, como amigos próximos do influencer e pesquisas na internet. Recurso, este, também o utilizado no jornalismo para a construção de perfis. Acredito que apesar de não ter conseguido a entrevista direta, foi possível construir sua trajetória de forma fidedigna, apresentando aspectos interessantes, contados por quem convive diretamente com ele.

Este também é o caso de uma das maiores reportagens da história do jornalismo: “Frank Sinatra está resfriado”, um artigo de 55 páginas escrito pelo jornalista Gay Talese. Impossibilitado de falar com o cantor, Talese entrevistou pessoas que estavam em sua convivência, escrevendo assim um material que aborda não apenas a vida de Sinatra como artista, mas também aprofundou a personalidade do cantor fora dos palcos. A reportagem de Talese hoje é considerada o auge do *New Journalism*, sendo exemplo de como construir uma narrativa especial sem a palavra do protagonista.

No contexto jornalístico, ao compreender melhor as particularidades das lives, os profissionais do jornalismo podem adaptar suas estratégias para atender às demandas de uma audiência cada vez mais conectada. Com esse entendimento acerca dos fenômenos das lives, o jornalismo tem a oportunidade de não apenas sobreviver, mas prosperar em um ambiente midiático em constante transformação.

Em conclusão, espero que as informações apresentadas na reportagem multimídia inspirem outros entusiastas do jornalismo esportivo a continuarem explorando o tema, e que possam servir como um ponto de partida para futuros debates sobre as novas formas de consumo.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, F. M. R. F. O futebol nas fábricas. **Revista USP**, São Paulo, n. 22, 102-109, 1994.

BARBEIRO, Heródoto; BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos**. 2008. 151 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação na Contemporaneidade) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2008.

BRUNORO, Jose Carlos; AFIF, Antonio. **Futebol 100% profissional**. São Paulo: Gente, 1997.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. **O telejornalismo e o esporte-espetáculo**. São Paulo, 1998, Tese de Doutorado. Universidade Metodista de São Paulo.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

DEJAVITE, F. A. **Mais do que economia e negócios: o jornalismo de infotainment no jornal Gazeta Mercantil**. Revista Imes, v. 3 n. 6, p. 64-72, 2003.

FILARDI, E. **Conheça Nicolau Tuma, o precursor na narração esportiva no Brasil**. Gazeta Parnamirim, 2020. Disponível em: <https://www.gazetadeparnamirim.com.br/noticia/260/conheca-nicolau-tuma-o-precursor-na-narracao-esportiva-no-brasil>. Acesso em: 02 de nov. de 2023.

GASPARINO, Henrique. **Estudo da Transmissão esportiva na televisão brasileira**. Trabalho de conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social-Habilitação em Jornalismo) -Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2013.

KIMIECKI, J. L. **Artefatos de conexão em comunidades de prática: multimedia story**. Revista Cadernos da Escola de Comunicação da UniBrasil, n. 3, 2005.

LEONCINI, Marvio Pereira e TERRA, Márcia. **Entendendo o futebol como negócio: um estudo exploratório**. Gestão e Produção, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 11-23, 2005.

LONGHI, Raquel Ritter . **Grande reportagem multimídia ontem e hoje**. In: 12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor. Pesquisa em jornalismo para o século 21: as audiências e a reconfiguração dos sujeitos, 2014, Santa Cruz do Sul., UNISC, v. 1. p. 125-125, 2014.

MOTA, Alexandro. **Jornalismo Live Streaming: Um estudo das apropriações jornalísticas da tecnologia de transmissão audiovisual ao vivo no Facebook**. 2019. 283 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

PESSOA, Rodrigo Turati. **Observatório do esporte:** uma abordagem diferenciada no jornalismo esportivo no rádio. 2012. Trabalho de conclusão de curso (bacharel em 70 Comunicação Social – habilitação em Jornalismo) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, São Paulo, 2012.

PRATA, Nair. **Webrádio:** novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis: Insular, 2009.

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

RODRIGUES, F. X. F. **Modernidade, disciplina e futebol:** uma análise sociológica da produção social do jogador de futebol no Brasil. Sociologias, Porto Alegre, v. 11, p. 260-299, 2004.

SALAVERRÍA, Ramón. **Convergencia de Los Medios.** Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, Quito, Ecuador, n. 081, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, p. 32-39, 2003.

SILVA, F. F. da; GUIMARÃES, E. M.; SOBRINHO NETO, J. C. **Ao Vivo no #Periscope:** a experiência da ESPN Brasil com live streaming via mobile. Âncora - Revista Latino-americana de Jornalismo, v. 3, n. 2, p. 141-161, 2016.

SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **Noticiário esportivo no Brasil:** uma resenha histórica. Tese de Mestrado em Comunicação Social – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

STYCER, Maurício José. **Jornalismo Esportivo:** 110 Anos Sob Pressão (Uma história de acusações de sensacionalismo, suborno, invenção de notícias e relações promíscuas com fontes e anunciantes). Trabalho apresentado ao Intercom no 30º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2007.

TOLEDO, Luiz Henrique. **No país do futebol.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

TUBINO, Manoel. **O que é esporte:** uma enciclopédia crítica. 2 Ed. Vol. 276. São Paulo: Brasiliense. 1999.

TUBINO, F. M.; GARRIDO, F. A. C.; TUBINO, M. J. G. **Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte.** Rio de Janeiro: Senac, 2007.

TUBINO, Manoel. **Estudos brasileiros sobre o esporte:** ênfase no esporte-educação. Maringá: Editora da Universidade Estadual de Maringá, 2010.