

PONTAPÉ INICIAL: O NOVO JORNALISMO ESPORTIVO NA ERA LIVE STREAMING

KICKOFF NEW SPORTS JOURNALISM IN THE LIVE STREAMING ERA

PATRÍCIA RANGEL RODRIGUES¹
LUCIANO VICTOR BARROS MALULY²

RESUMO

As plataformas de streaming e as redes sociais estão cada vez mais presentes na produção de programas e transmissões esportivas, concorrendo até mesmo com a mídia tradicional. Este artigo enfatiza como as plataformas de streaming causaram transformações no jornalismo esportivo com impactos significativos nos processos de produção, nas formas de narração, nas transmissões e na atuação do jornalista especializado. A obra "Comunicação e Mídia do Esporte" (Rocco Junior, 2024) foi utilizada como referência teórica para a aplicação dos procedimentos metodológicos, em particular, as questões em torno da entrevista semiestruturada (Bernal, 2010). O objetivo foi identificar as tendências, esclarecer e coletar informações mais detalhadas a respeito desse novo cenário, por meio de informações coletadas em reportagens e depoimento de jornalistas e especialistas.

Palavras-chave: Jornalismo esportivo; plataformas de streaming esportivo; informação; transmissões esportivas.

ABSTRACT

Streaming platforms and social media are increasingly present in the production of sports programs and broadcasts, even competing with traditional media. This article emphasizes how streaming platforms have caused transformations in sports journalism with significant impacts on production processes, forms of narration, broadcasts, and the performance of specialized journalists. The work "Communication and Media of Sports" (Rocco Junior, 2024) was used as a theoretical reference for the application of methodological procedures, in particular, the questions surrounding semi-structured interviews (Bernal, 2010). The objective was to identify trends, clarify, and collect more detailed information about this new scenario, through information collected in reports and testimonies from journalists and experts.

Keywords: Sports journalism; sports streaming platforms; information; sports broadcasts.

Introdução

Ao final dos anos 1990, o jornalismo esportivo brasileiro passou por diversas alterações provocadas pela proliferação da internet, com impactos significativos na estrutura dos veículos de comunicação. Essa mudança proporcionou fusões de empresas, lançamento de novos empreendimentos e oportunidade de investidores aos interessados no setor. Além disso, abriu novos espaços de trabalho para jornalistas. Essa mesma internet foi, inclusive, um fator fundamental para outras ações jornalísticas durante esse período. Por conta da velocidade do meio,

1 Pós-doutoranda do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. Atua como professora do curso de Jornalismo da ESPM-SP. rangelpatricia021@gmail.com

2 Doutor em Ciências da Comunicação e professor do Curso de Jornalismo, ambos na Universidade de São Paulo. lumaluly@usp.br

o principal impacto estava na produção e difusão da notícia, caracterizada pela convergência de texto, áudio e vídeo, divulgada em tempo real pelos portais. Com isso, essa prática ditou um outro ritmo dentro das redações esportivas, com exigência maior de seus profissionais que tiveram que se adaptar a essa dinâmica de produção, baseada, sobretudo, na instantaneidade e no imediatismo da rede.

Após a pandemia de covid-19, a ascensão das plataformas digitais e das redes sociais revolucionou a forma como o jornalismo esportivo estava sendo distribuído e consumido. Com isso, o esporte ganhou força nas redes com as transmissões, especialmente pelos canais de streaming, que é a utilização de uma nova tecnologia para envio de informações multimídia, sem necessariamente haver armazenamento de dados porque ocorre pela transferência contínua. O streaming pode ser entendido como uma prática cultural que tem reconfigurado a mídia e a relação desta com a sociedade. Popularizado nos últimos anos, vem alterando a forma como assistimos as transmissões do futebol na TV.

Para Rocco Junior (2024, p. 149), depois do período de uma: “euforia inicial com a nova mídia, o jornalismo esportivo na internet encontrou o seu tamanho, condições de produção mais próximos da realidade e se estabilizou por um tempo” (2024, p. 149).

Logo, este artigo possibilita uma análise sobre como as redes digitais afetam a práxis do jornalismo esportivo em seus processos de produção, narratividade, novas características e possibilidade de atuação do jornalista especializado em esportes. Se por um lado as plataformas de streaming possibilitaram maior liberdade para a atuação do jornalista, por outro, essa flexibilização trouxe desafios para o jornalismo esportivo, especialmente relacionado à ética da profissão. Esta pesquisa também visa contribuir para o debate do atual momento do jornalismo de esportes.

Justificativa

A implantação da Lei 14.205/21, que modifica as regras relativas ao direito de arena sobre o espetáculo esportivo, conhecida como “Lei do Mandante”, de 17 de setembro de 2021, provocou uma verdadeira revolução esportiva. A lei permitiu, ao time da casa, o direito de escolher quem transmitirá os seus jogos. Com isso, o monopólio dos campeonatos exclusivos transmitidos pela Rede Globo foi quebrado e, assim, o torcedor adquiriu uma diversidade muito maior de escolha, como outros canais de TV aberta, plataformas de streaming, como o Youtube, Facebook, TikTok etc.

Na era do streaming e do consumo sob demanda, as transmissões em múltiplas plataformas ganharam espaço no mercado da comunicação. Sendo assim, se a pandemia e a revolução causada pela explosão do consumo de streaming no Brasil contribuíram para o processo de mudança, a alteração da legislação abriu as portas para a descentralização das transmissões dos principais torneios nacionais e internacionais.

Desde então, vários *players* da mídia passaram a se movimentar no mercado em busca dos direitos de exibição de torneios, entrando em disputa por pacotes de TV aberta, TV fechada, Pay-per-View, canais de streaming, entre outras formas de transmissões.

Até pouco tempo, o telespectador tinha à disposição apenas a TV aberta e os canais fechados, basicamente a SporTV e a ESPN e, posteriormente, a FOX Sports e o Esporte Interativo, mas agora o leque é bem maior, com a possibilidade de escolha de diversos canais, incluindo a opção multitelas.

No Brasil, a consolidação das plataformas digitais no meio esportivo veio mesmo com a parceria entre a Fifa e a LiveMode, empresa que gerencia e detém o canal de streaming Cazé TV. O ponto alto desse acordo ocorreu durante a disputa da Copa do Mundo Qatar 2022 quando o torneio ganhou maior abrangência em termos de cobertura e transmissão online. Segundo dados do Relatório Final de Sustentabilidade da FIFA World Cup Qatar 2022, produzido pela FIFA, a FIFA World Cup Qatar 2022 LLC (Q22) e o Comitê Supremo para Entrega e Legado (SC), os canais de mídia social da FIFA registraram um tráfego significativamente maior. O total de engajamentos (811 milhões) aumentou 448% em relação a 2018. Foram registradas 3,6 bilhões de visualizações de vídeos registradas durante o torneio, o que representa um aumento de 202% no mesmo período. O relatório mostrou um aumento no consumo do torneio, que reflete a evolução do cenário midiático, incluindo TV linear, streaming digital, mídias sociais e plataformas próprias e operadas pela FIFA.

O ecossistema do streaming esportivo envolve uma variedade de participantes, incluindo plataformas de streaming como Prime Video, YouTube, Amazon, ligas e organizações esportivas, clubes, atletas, patrocinadores, fãs/torcedores, canais independentes e os próprios jornalistas em suas diferentes funções, como narradores, repórteres, comentaristas, produzindo conteúdo sobre esportes.

Diante da justificativa deste artigo, observa-se que, enquanto o streaming possibilita maior liberdade de atuação para os jornalistas em relação aos meios tradicionais, também apresenta desafios para a profissão, principalmente nas questões referentes a ética. Afinal, nas plataformas digitais ainda é comum observar repórteres fazendo propaganda e merchandising; jornalistas que promovem marcas e até aplicam cupons de promoções com seus nomes; que declaram abertamente para que time torcem; que usam um tom exagerado nas declarações para gerar vídeos e posts virais que serão espalhados pelos algoritmos e repórteres que só “informavam”, mas que agora emitem opinião, contribuindo para o estreitamento da fronteira entre reportagem e comentário.

Metodologia e teoria

O livro “Comunicação e Mídia do Esporte” (2024), do pesquisador e professor da Universidade de São Paulo, Ary Rocco Júnior, foi utilizado, junto com a pesquisa documental em reportagens especializadas na área de streaming esportivo, como base teórica deste artigo, por possibilitar a compreensão desse novo ecossistema de transmissões esportivas e, consequentemente, conduzir os procedimentos metodológicos para a realização de entrevistas semiestruturadas (Bernal, 2010).

O principal objetivo dessas entrevistas foi coletar informações detalhadas e, posteriormente, identificar as tendências que impactarão o trabalho jornalístico nesse novo cenário. Foram realizadas cinco entrevistas com jornalistas e pesquisadores selecionados pela diversidade de atuação

em torno da temática. Com isso, foi possível garantir, minimamente, que os resultados reflitam a realidade e as diferentes dinâmicas existentes na área, além de permitir a composição de uma amostra indicadora de práticas produtivas do ecossistema do streaming esportivo brasileiro.

O depoimento do radialista e *head* de transmissões da LiveMode/Cazé TV, Márcio Castro, auxiliou na construção do panorama sobre o fenômeno midiático de Casimiro Miguel. Já as declarações do jornalista e *head* do YouTube Esportes, Victor Machado; do jornalista, repórter e comentarista do canal rádio Craque Neto, Fredy Junior e do professor, pesquisador e assistente de Comunicação e Marketing no Centro de Práticas Esportivas da Universidade de São Paulo (CEPEUSP), Pascoal Luiz Tambucci, foram fundamentais na análise do protagonismo do YouTube nas transmissões esportivas ao vivo. Por último, o jornalista André Hernan, que atuou como repórter na SporTV e é proprietário do canal @andrehernan e colunista do UOL, ajudou a entender as novas dimensões e a autonomia no jornalismo esportivo *live streaming*.

Segundo Rocco (2024), a informação esportiva é apenas uma parte do conteúdo esportivo veiculado pelos meios de comunicação digital. Essa visão de conteúdo foi aprofundada pelo desenvolvimento das redes sociais, sendo toda possibilidade de engajamento e interação provocadas por essa tecnologia.

Seriam essas as novas dinâmicas do jornalismo esportivo na era das plataformas de streaming? é a pergunta central deste artigo, sendo as respostas vinculadas aos depoimentos dos entrevistados.

E surge Casimiro Miguel³

No Brasil, a principal revolução das transmissões esportivas via streaming se deve a um influencer carioca, que teve ascensão meteórica, bateu vários recordes de audiência e se consolidou como um dos fenômenos contemporâneos da internet brasileira. Seu nome é Casimiro Miguel. O streamer⁴ começou no jornalismo esportivo em 2014, e integrava o time de apresentadores e comentaristas do canal de TV Esporte Interativo – atualmente TNT Sports Brasil. Em 2020, já na pandemia do coronavírus, começou a fazer *lives* em seu canal da Twitch (plataforma da Amazon especializada em transmissões ao vivo) para comentar, de forma descontraída, o futebol brasileiro e, principalmente, seu time de coração, o Vasco da Gama.

A partir do sucesso de suas *lives*, Casimiro buscou uma parceria com objetivo de transmitir jogos. A empresa LiveMode e Cazé se uniram para revolucionar o mercado do futebol brasileiro, acessando direitos de transmissão dos principais campeonatos do Brasil e do mundo. O ponto alto desta parceria foi no ano de 2022, quando a LiveMode adquiriu os direitos de transmissão digital da Copa do Mundo Fifa 2022 e criou a CazéTV, um canal do YouTube, para transmissões esportivas. Vale ressaltar que essa foi a primeira vez na história que o torneio foi transmitido pela internet.

3 As informações sobre Casimiro Miguel tiveram como base a matéria. CAPUANO, Amanda. Copa do Mundo abraça a internet com Casimiro na transmissão digital. *Veja*, São Paulo, 24 nov. 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/copa-do-mundo-abraca-a-internet-com-casimiro-na-transmissao-digital>. Acesso em 21 jun. 2025.

4 Pessoa que transmite conteúdo audiovisual ao vivo na internet, geralmente através de plataformas digitais como Twitch, YouTube ou Facebook Gaming.

Ainda em 2023, a CazéTV transmitiu os Jogos Pan-Americanos de Santiago, no Chile. O canal se organizou num modelo de cobertura de “Superlive” montada para acompanhar os principais acontecimentos ao longo do dia, com equipes de transmissão se revezando ao longo dos turnos e as modalidades se alternando na tela principal. Em determinados momentos, um mosaico era usado para dividir a transmissão em mais de uma tela com eventos e imagens da própria equipe da CazéTV nos estúdios.

Mas a estratégia acabou não dando certo, não pela forma e sim pelo conteúdo. Com isso, a CazéTV recebeu muitas críticas dos fãs do esporte, isso, porque o canal colocou ex-atletas como comentaristas, mas alguns deles analisaram modalidades que não eram de sua especialidade e cometeram erros incorrendo às vezes em desinformação, além do tom exagerado de entretenimento, brincadeiras e piadas. Foi o caso do surfista Pedro Scooby, que comentou as disputas no skate e da transmissão comandada pelo narrador de futebol Bruno Cantarelli, na partida de beisebol entre Brasil e Colômbia, esporte pouco popular no nosso país.

Para o diretor de Transmissões da CazéTV, Márcio de Castro, no início dos Jogos Panamericanos, alguns integrantes da equipe não se prepararam adequadamente para a cobertura, o que gerou críticas e repercussões. “Colhemos as críticas e fomos muito rápidos na manobra efetiva de mudar, virar a chave para acertar, ter a consciência da preparação, das fontes de informação, de estar preparado, e o Casimiro foi um dos líderes nessa questão” (Castro, 2024).

A CazéTV também transmitiu os Jogos Olímpicos de Paris, em 2024, com uma cobertura de praticamente 24 horas. Realizou a maior *live* da história dos esportes olímpicos, com 4, 8 milhões de pessoas assistindo simultaneamente a final do Futebol Feminino e a conquista da medalha de Bronze pela seleção feminina de vôlei. Considerando os eventos ao vivo e também os programas e reprises, o canal do influenciador Casimiro Miguel produziu 800 horas de transmissões.

Apesar do sucesso em números, o canal também cometeu alguns deslizes que se inserem no debate entre a ética jornalística e seus limites. Um dos mais comentados foi durante a exibição do programa ao vivo, no dia primeiro de agosto de 2024, chamado Zona Olímpica, que mistura análises, comentários e possui uma abordagem mais informal e descontraída. O jornalista Guilherme Beltrão foi duramente criticado ao afirmar que o nado sincronizado brasileiro não tinha chance de medalhas. Sua frase desrespeitosa e machista foi exatamente essa: “O camarada do nado sincronizado que não tem chance de medalhas tem que ir (para as Olimpíadas) por dois objetivos: se superar e comer gente”.

Após o comentário, Casimiro Miguel, o apresentador Fábio Porchat, a ex-jogadora de vôlei Adenizia e o jornalista Igor Rodrigues, que estavam presentes durante o programa, dão risadas do comentário, demonstrando conivência à falta de ética jornalística. Desta forma, percebe-se que o streaming ampliou as possibilidades de transmissão e também a diversidade de produção de conteúdo esportivo. Todavia, casos como esses, segundo Rocco (2024, p. 184), “aprofundam a discussão antiga sobre entretenimento e informação” e os debates são cada vez mais emergentes.

O protagonismo do YouTube nas transmissões esportivas ao vivo⁵

Dentro do cenário do streaming esportivo, o YouTube é protagonista potencializado pela expansão da internet de alta velocidade e o aumento de dispositivos móveis. Muito mais do que uma plataforma “pós-jogo, atualmente, o YouTube abrange uma experiência para o internauta que gosta do conteúdo esportivo e está inserido no processo de plataformização. A transmissão ao vivo em múltiplas plataformas é a tendência do novo mercado da comunicação esportiva.

Em 2022, o YouTube comprou os direitos de transmissão de 16 jogos do Campeonato Paulista, com dois objetivos diretos: arrecadar com a venda de publicidade e abastecer de conteúdo suas plataformas, incluindo canais de terceiros. Desta forma, o Google, proprietário da plataforma, seguiu renovando a compra do campeonato Paulista, o mais importante do país, e firmou parceria com a LiveMode, empresa que faz a gestão da CazéTV para as transmissões.

A trajetória das transmissões esportivas ao vivo vem antes mesmo do campeonato Paulista. Algumas transmissões começaram a acontecer na plataforma do YouTube em 2019, no estilo rádio, com toda a narração e dinâmica de uma equipe esportiva, mas sem imagens. Segundo Victor Machado (2025), *head* de esportes do YouTube no Brasil, até 2019, a plataforma era conhecida como a casa dos melhores momentos:

Claramente, o histórico de navegação, de busca, era isso. Quando o jogo acabava, as pessoas iam para o YouTube buscar os gols e os lances. Então, a gente era a casa dos melhores momentos. The home of highlights. E aí a gente evoluiu e hoje eu falo que a gente é a casa dos ao vivo (Machado, 2025).

O sucesso das transmissões de canais no estilo rádio fez o YouTube perceber que poderia ser muito mais do que somente o grande âncora do mercado dos pacotes publicitários ou apenas a plataforma para se transmitir jogos. Ele poderia ser também detentor de direitos. Então, no ano de 2020, a plataforma adquire junto a LiveMode os direitos da Copa do Nordeste, primeiro campeonato esportivo com exibição ao vivo, com imagens e acesso gratuito pelo YouTube. A plataforma também preparou um pacote completo para o torcedor com melhores momentos de jogos, conteúdos exclusivos sobre clubes, jogadores, bastidores, entrevistas e entretenimento esportivo em geral.

Atualmente o conteúdo ao vivo é muito extenso dentro da plataforma. Para Machado (2025), as barreiras de pagamento do pay-per-view, a evolução de conteúdo e da própria plataforma impulsionaram os torcedores a buscarem no YouTube, alternativas para assistirem e/ou ouvirem transmissões de eventos esportivos.

Os projetos seguem sempre com foco em fazer com que o torcedor além de consumir o evento esportivo, fique mais tempo consumindo outras oportunidades ali dentro. Por exemplo, o conteúdo mais curto, o YouTube shorts, as live shops, que combinam transmissões ao vivo com a experiência de compra online que acontecem durante as transmissões com vendas de produtos relacionados ao evento e possibilidade de compra imediata (Machado, 2025).

5 As informações sobre as transmissões esportivas pelo YouTube tiveram como base a matéria: YouTube vai transmitir jogos do Campeonato Paulista a partir de 2022. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 7 jun. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2021/06/youtube-vai-transmitir-jogos-do-campeonato-paulista-a-partir-de-2022.shtml> Acesso em 22 jun. 2025.

Outro recurso que aparece em transmissões ao vivo pelo YouTube é o *chat*. A própria plataforma incentiva os diversos canais a utilizarem o *chat* como uma ferramenta potente de interatividade porque constataram que as pessoas gostam de se sentir parte do conteúdo, de dar sua opinião e eventualmente ver sua opinião reverberando dentro do conteúdo. Para Pascoal Tambucci (2025), professor do Centro de Práticas Esportivas da USP – CEPEUSP e especialista em comunicação e marketing, “o consumidor de conteúdo esportivo está cada vez mais exigente porque ele quer participar e interagir, então ele procura um lugar em que possa ter voz”.

Com a crescente audiência das transmissões esportivas ao vivo e por essas serem consideradas de *views*⁶ longos, o conteúdo esportivo tem conseguido cada vez mais impacto e é uma boa porta de entrada para o consumo. A tendência é que a plataforma ganhe cada vez mais audiência porque o conteúdo esportivo já não é mais consumido somente pela tela pequena do celular. O hábito do brasileiro de assistir futebol, que durante muito tempo foi e ainda é ligado à televisão, colabora com o YouTube, na perspectiva da TV Conectada – CTV, que se refere a televisores com acesso à internet.

Se até pouco tempo era a Rede Globo que detinha o monopólio de transmissões esportivas, ao lado de outras poucas emissoras, atualmente, no streaming, o Youtube aparece com destaque absoluto. Isso, porque a LiveMode, empresa que representa a Liga Forte União, fatia os direitos, sendo uma parte para a TV aberta e outra parte para o streaming. Neste sentido, Machado (2025) afirma que “a estratégia é aumentar o número de transmissões, apostando que a fragmentação gera mais receita do que a concentração em uma única plataforma”. Esse formato de negociação, obviamente, dá mais chances para a CazéTV, que pertence à LiveMode.

Contudo, há quem tema que o ambiente do streaming caminhe para o monopólio de transmissões, assim como foi a Globo na televisão aberta. O jornalista Fredy Junior, comentarista do canal rádio Craque Neto, afirma que, hoje, os canais de streaming que não detenham imagens e direitos de transmissão, dificilmente entram na briga da concorrência no digital:

A rádio Craque Neto, que começou no final de 2018, já teve audiências gigantescas, que hoje a gente não está conseguindo mais alcançar, primeiro porque tem mais canais fazendo, e outro também porque com imagem não dá para concorrer, fica meio covarde a briga, é Davi contra Golias, então eu acho que tomara a gente não tenha só esse monopólio (Fredy Júnior, 2025).

Em meio a transformações significativas, como a possibilidade de acompanhar uma diversidade maior de jogos e competições pelas plataformas gratuitas, a reestruturação do cenário midiático esportivo se reflete na disputa pelos direitos de transmissão. Portanto, fica o questionamento se a tendência será também de caminhar para um certo monopólio das transmissões esportivas, ao vivo, no streaming com a CazéTV, LiveMode e o próprio YouTube na liderança deste mercado.

6 Refere-se a visualizações de um conteúdo online, como vídeos ou posts, indicando o número de vezes que foram vistas.

As novas dimensões e a autonomia no jornalismo esportivo live streaming

Na esfera digital, não apenas o aspecto de espetáculo da cobertura de esportes se intensificou (Rocco, 2024), como o jornalismo esportivo ganhou novas dimensões e passou a ter práticas caracterizadas pela volatilidade, pelo imediatismo, pela segmentação em nichos de audiência, pela cobertura mais subjetiva nos canais pessoais, na relação com as marcas, pela coloquialidade, interatividade com a audiência, pelo amadorismo como escolha de estética audiovisual e a ênfase na opinião e análise em relação à informação mais objetiva.

O jornalista André Hernan, que trabalhou como repórter durante 18 anos no Grupo Globo, principalmente no SporTV, pediu demissão do canal e apostou num aspecto mais empreendedor da profissão e numa carreira-solo. Ele fez a migração para o streaming ao lançar, em 2022, seu canal próprio no YouTube, o @andrehernan, que já possui 286 mil inscritos com mais de 23 milhões de visualizações. Para este canal, ele tem contrato com a Network Brasil – NWB, empresa de marketing esportivo digital. Hernan também tem contratos com a Amazon, com a qual faz as transmissões do Campeonato Brasileiro e Copa do Brasil, com o portal UOL, no qual produz uma coluna escrita e também tem um programa em vídeo chamado Zona Mista.

O jornalista se vê hoje como uma empresa, produz conteúdo jornalístico e negocia por entregas comerciais, sendo estes valores muito diferentes de quando recebia seu salário como funcionário da Globo. “Antes eu pensava num valor X de salário e hoje eu faço uma entrega comercial no meu Instagram pelo mesmo valor que eu recebia por mês” (Hernan, 2025).

Apesar de não abrir os valores comercializados por seus contratos e relacionamentos com marcas, André Hernan (2025) revela que “a remuneração hoje está quatro vezes maior e às vezes cinco de quando eu era funcionário. Então é bastante significativo”.

Já em relação ao crescimento da opinião em relação à informação mais objetiva, Hernan entende que o ambiente digital pode ser perigoso justamente porque é mais fácil abrir a câmera e sair esbravejando algo para obter visualizações do que realizar a checagem e o processo completo da informação jornalística:

É um crescimento desenfreado em relação ao comentário porque é muito mais fácil, hoje em dia, você virar o celular, ligar a câmera e falar, do que buscar o porquê aquilo acontece, né? O porquê é mais difícil porque demanda apuração, demanda você pegar o telefone, ligar, a pessoa te atender, te explicar o porquê, e aí você checar com duas, três fontes e gravar o vídeo, ou abrir uma live. E isso dá muito trabalho. O achismo parece que está à frente da informação (Hernan, 2025).

Considerações finais

Diante dos dados e depoimentos expostos neste artigo, percebe-se que algumas características importantes da comunicação digital estão presentes na maioria dos canais e transmissões esportivas e outras nascem fazendo parte da práxis jornalística do ecossistema do streaming de esportes:

1) Informalidade - O senso comum indica que o público do ambiente das redes sociais é jovem, que esses espaços se destinam ao entretenimento, à leveza das narrativas. O sucesso de streamers como Casimiro, da CazéTV, é ter um estilo menos burocrático do que as narrações tradicionais de TV e, por isso, a informalidade aparece inclusive na forma de se vestir, na descontração da equipe e na forma menos engessada de conduzir a transmissão esportiva;

2) Coloquialidade - Ela se manifesta nos canais e transmissões pelo uso de gírias, regionalismos, frases comuns no universo esportivo, linguagem mais vulgar e até palavrões que certamente não seriam falados numa transmissão mais tradicional. Isso inclui uma linguagem mais relaxada e menos preocupada com a norma padrão;

3) Amadorismo enquanto forma - Não se trata, é claro, de amadorismo no sentido específico, uma vez que as lives são produzidas por profissionais, mas de um resultado com características semelhantes às de um trabalho amador tamanha a informalidade: "a internet caiu", "você estão me ouvindo?", "vou virar aqui a câmera";

4) Opinião e Análise - O streaming acentua a análise devido a sua capacidade de interação e engajamento, aliado à perspectiva de trabalhar em tempo real, ao vivo, em lives. Pessoas querem compartilhar suas ideias e opiniões no intuito de posicionar sua marca, o chamado *personal branding*. O esporte é um elemento forte para se constituir uma comunidade porque traz um sentimento de pertencimento, capacidade de engajamento e representatividade identitária;

5) Interação com a audiência - A interatividade no streaming cria um senso de comunidade entre os fãs, permitindo que eles compartilhem suas opiniões, emoções e paixão pelo esporte em tempo real. Algumas estratégias são o chat ao vivo, as redes sociais integradas e enquetes, recursos que permitem que os torcedores interajam entre si e com os apresentadores durante a transmissão;

6) Conteúdo personalizado - O streaming apresenta como possibilidade deixar uma câmera, quase que durante todo o tempo na equipe de transmissão. Esse formato é baseado no apelo pela segunda tela, que busca fornecer uma experiência complementar para quem assiste, as chamadas reações a partidas e lances do jogo (*reacts*). A curiosidade de ver as reações dos narradores e comentaristas alimenta a intenção de uma perspectiva torcedora de seus integrantes, expressa com gestos de vibração e indignações. Além disso, gera shorts, os famosos cortes dos melhores momentos, que geram mais visualizações e audiência. Ainda, produzem conteúdo personalizado em forma de vídeos de bastidores, entrevistas e análises;

7) Autenticidade é um traço da personalidade de pessoas que são consideradas verdadeiras, genuínas e que não se intimidam em expor suas ideias, seus pensamentos e opiniões. A autenticidade é fundamental para criar confiança com seu público e praticamente virou um dos itens mais valiosos do universo digital. Isso, porque, além de fortalecer a relação entre o jornalista que trabalha nas redes e seu público, também define a credibilidade de suas recomendações;

8) Novas formas de monetização - O streaming também permite que plataformas e criadores de conteúdo encontrem novas formas de monetização, como a venda de produtos, patrocínios e assinaturas. Nas transmissões ao vivo, as lives shops têm funcionado bastante e consistem em integrar o comércio eletrônico às partidas esportivas e oferecer ao torcedor produtos para a venda que sejam relacionados diretamente com o conteúdo da live.

Portanto, o streaming é um fenômeno em expansão, que vem democratizando as transmissões de esportes com números que refletem essa realidade, mas também pode ser desafiador em relação ao fazer jornalístico praticado nos programas e transmissões ao vivo, via plataformas de streaming. Os conteúdos audiovisuais esportivos praticados por quatro importantes *players* da área como a Cazé TV, o canal do André Hernan, o próprio YouTube, são alguns exemplos. Logo, este artigo é apenas um pontapé inicial para discussões e análises em torno do cenário das transmissões de partidas de futebol no Brasil por essas principais plataformas digitais.

Vários problemas são apresentados em relação a essa mudança de caminho das transmissões esportivas, mas dois deles são primordiais para o início das discussões entre os jornalistas, professores e pesquisadores: **(1)** Se a prática do jornalismo esportivo comporta cada vez mais entretenimento, então, os pilares do jornalismo estão sendo deixados de lado? **(2)** Diante dessas inovações tecnológicas nas transmissões e, conseqüentemente, no jornalismo esportivo, quais os efeitos dessas inovações diretamente na experiência do público?

Após a compreensão desses pilares que envolvem os elementos da mensagem esportiva (canais, comunicadores e público), será possível promover uma análise abundante em torno do impacto das transmissões via plataformas de streaming no jornalismo esportivo. A demanda é imensa já que essas transformações afetam, cada vez mais, a maneira de fazer jornalismo esportivo. O cenário mudou e, atualmente, o sucesso do comunicador especializado nesse setor depende do planejamento direto que envolve a identificação de estratégias, as tendências de narrativas e os recursos utilizados nas novas formas de transmissões esportivas, como as via streaming. Apontar as tendências e os caminhos do jornalismo esportivo com base nas mídias digitais desponta como uma pauta constante nas universidades e nos meios de comunicação já que o “novo” se torna “velho” em pouco tempo, assim como as notícias das modalidades esportivas, como uma partida de futebol.

Referências

- BERNAL, C. A. **Metodología de la investigación**. Tercera edición. Colombia: Pearson Educación, 2010.
- CASTRO, Márcio de. [Entrevista concedida à Patrícia Rangel Rodrigues]. São Paulo, 2025.
- HERNAN, André. [Entrevista concedida à Patrícia Rangel Rodrigues]. São Paulo, 2025.
- INSIDE FIFA. **Relatório Final de Sustentabilidade da FIFA World Cup Qatar 2022**. Disponível em: <https://inside.fifa.com/tournament-organisation/world-cup-2022-sustainability-report>. Acesso em 22 jun. 2025.
- JUNIOR, Fredy. [Entrevista concedida à Patrícia Rangel Rodrigues]. São Paulo, 2025.
- MACHADO, Víctor. [Entrevista concedida à Patrícia Rangel Rodrigues]. São Paulo, 2025.
- CAPUANO, Amanda. Copa do Mundo abraça a internet com Casimiro na transmissão digital. **Veja**, São Paulo, 24 nov. 2022. Disponível em: https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/copa-do-mundo-abraca-a-internet-com-casimiro-na-transmissao-digital#google_vignette. Acesso em 21 jun. 2025.
- ROCCO JUNIOR, Ary José. **Comunicação e Mídia do Esporte**. São Paulo: Editora Senac, 2024.
- TAMBUCCI, Pascoal Luiz. [Entrevista concedida à Patrícia Rangel Rodrigues]. São Paulo, 2025.
- YouTube vai transmitir jogos do Campeonato Paulista a partir de 2022. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 7 jun. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2021/06/youtube-vai-transmitir-jogos-do-campeonato-paulista-a-partir-de-2022.shtml>. Acesso em 22 jun. 2025.