



## A TWITCH COMO FERRAMENTA DE PRODUÇÃO PARA O JORNALISMO ESPORTIVO E AUDIOVISUAL

Paulo Vitor Candido Monteiro<sup>1</sup>

Lize Búrigo<sup>2</sup>

**Resumo:** o estudo proposto tem como objetivo entender de que forma o jornalismo esportivo e audiovisual pode utilizar a *Twitch* como ferramenta para as suas produções. A partir disso, comparam-se as semelhanças e diferenças dos programas ‘Café Com André’ e ‘O Melhor Futebol do Mundo’, exibidos na *Twitch*, com produções jornalísticas e esportivas da TV aberta e de canais fechados. Estes programas são resultado da evolução de um processo que se arrasta desde a década de 1990, quando houve as primeiras tentativas na área do jornalismo de se transmitir os conteúdos em *streaming* pela internet. Por fim, entende-se que ambos os programas emulam características visuais e de linguagem da TV para as suas transmissões na plataforma de *streaming*, mas com um diferencial circunstancial: a interatividade entre os apresentadores e telespectadores. Verifica-se que, na *Twitch*, essa interação diminui a distância entre o produtor e consumidor do conteúdo ao vivo, de forma que o telespectador pode pautar a discussão do programa de maneira orgânica ou paga. Além disso, em função da evolução da tecnologia, as transmissões em *streaming* se tornaram mais acessíveis e com qualidade semelhante à dos conteúdos transmitidos na TV, podendo ser feitas com equipamentos mais acessíveis, democratizando a produção de conteúdo jornalístico e audiovisual. A fundação teórica teve como base intelectual autores como Serrano (2015), Netto (2020), Gutmann (2012), Viela e Silva (2012) e Silva (2008), responsável pelas primeiras reflexões acadêmicas sobre jornalismo *live streaming*.

**Palavras-chave:** *Twitch*. *Streaming*. Jornalismo esportivo. Jornalismo audiovisual. Interatividade.

### 1 INTRODUÇÃO

O jornalismo esportivo e audiovisual deixou de ser produzido quase que unicamente para emissoras de TV a partir do momento que a evolução tecnológica permitiu que conteúdos do gênero estivessem, também, na internet. Com isso, começaram a surgir na *web*, em sites, blogs, redes sociais e plataformas como o *YouTube*, por exemplo, produtos jornalísticos de diferentes editorias. O avanço da tecnologia permitiu que esses tipos de conteúdos estivessem na internet não apenas

---

<sup>1</sup> Graduando em Jornalismo, 2022. E-mail: paulomonteirocan@gmail.com

<sup>2</sup> Prof. Mestre do Centro Universitário UniSATC. E-mail: lizeburigo@gmail.com



em formato *on-demand* (sob demanda) mas, também, *live streaming* (ao vivo). As primeiras tentativas de fazer transmissões ao vivo pela *web* se deram na década de 1990, mas esbarraram nas limitações tecnológicas por parte do transmissor e receptor. A partir da segunda metade da década de 2000, como mostra Silva (2008), no entanto, tal movimento já era possível.

Mais de uma década após a publicação do estudo de Silva (2008), algumas plataformas surgem como espaços focados para a transmissão de conteúdos ao vivo na internet. A *Twitch* é uma das mais relevantes nesse contexto e, apesar de ter surgido como um espaço para transmissões de partidas de videogames em 2011, atualmente já abriga programas com características e focos jornalísticos.

No entanto, a *Twitch* ainda é uma plataforma pouco utilizada para produções jornalísticas, por mais que seja vista como um potencial espaço para a transmissão ao vivo de conteúdos audiovisuais. Somada a isso, está a possibilidade de adaptar o formato dos programas da TV aberta para o serviço de *streaming*.

Diante disso, apresenta-se como proposta desta pesquisa responder o seguinte problema: de que forma o jornalismo esportivo e audiovisual pode se adaptar a *Twitch* para a produção de conteúdo? Para isso, estabeleceu-se como objetivo geral averiguar as possibilidades de conteúdo jornalístico na plataforma em questão.

Para constatar de que forma o jornalismo pode utilizar a *Twitch* para a produção de seus conteúdos, é necessário: compreender o processo de desenvolvimento do jornalismo em *streaming*, do seu início até os dias atuais; identificar as principais características do jornalismo esportivo em *streaming*; e averiguar as diferenças e semelhanças das transmissões jornalísticas esportivas e de outras editorias em comparação com as transmissões da *Twitch*. Esses três pontos formam os objetivos específicos deste trabalho.

Este estudo reuniu características dos programas ‘Café Com André’ e ‘O Melhor Futebol do Mundo’, da *Twitch*, e os comparou com o que se vê na programação jornalística da TV em termos de estética e linguagem visual. A partir disso, percebeu-se semelhanças do formato das transmissões em ambas as plataformas, as quais se diferenciam sobretudo na interatividade, um dos pontos chave desta pesquisa.

De tão acessível e com potencial noticioso, a *Twitch* também passou a ser objeto de experimento do curso de Jornalismo da Unisatc que, em 2021, criou o seu próprio canal na plataforma (ENGEPLUS, 2021), onde foram divulgadas notícias e



realizadas discussões de temas ligados ao jornalismo. A experiência com a plataforma despertou maior interesse deste pesquisador sobre o tema proposto no artigo.

Os métodos de pesquisa utilizados para este estudo consistem em consultas bibliográficas e análise de conteúdos produzidos para a *Twitch*. Portanto, trata-se de uma pesquisa exploratória e qualitativa, dada a necessidade de construção de uma base teórica sobre jornalismo esportivo e audiovisual, streaming e características visuais e de linguagem da TV para melhor avaliação dos programas ‘Café Com André’ e ‘Melhor Futebol do Mundo’.

## 2 JORNALISMO DE TV E JORNALISMO ESPORTIVO

O surgimento da televisão no Brasil se deu em 18 setembro de 1950, pouco mais de 15 anos depois da primeira incursão televisiva no mundo. O pioneirismo, no país, ficou a cargo da TV Tupi, emissora de São Paulo comandada pelo jornalista e empresário de comunicação Assis Chateaubriand, que, um dia após a estreia, levou ao ar o primeiro telejornal brasileiro, chamado de ‘Imagens do Dia’. Naquela época, esteticamente, os noticiários apresentavam cenários com poucos elementos, conforme Araújo (2014, p.14): “traziam uma mesa, uma cortina ao fundo do cenário e uma cartela com o nome dos patrocinadores”.

Em abril de 1952 foi ao ar a primeira edição daquele que, segundo Mello (2009), é considerado o marco do telejornal na história da televisão brasileira: o ‘Repórter Esso’. Transmitido até o dia 31 de dezembro de 1970, o programa informava as notícias em formato muito semelhante ao radiofônico, mas já apresentava algumas das características conhecidas do telejornalismo da atualidade, a exemplo da presença de um apresentador, uma bancada e imagens estáticas.

No entanto, antes mesmo do primeiro telejornal brasileiro ir ao ar, o esporte já se fazia presente na televisão. No dia de estreia da emissora paulista de Chateaubriand, o comunicador Aurélio Campos apresentou o quadro ‘Vídeo Esportivo’ que, segundo Silva (2010), foi o primeiro programa de esportes diários da TV no Brasil.

Pouca gente acreditava que o futebol fosse assunto para estampar manchetes. A rigor, imaginava-se que até mesmo o remo, o esporte mais popular do país na época, jamais estamparia as primeiras páginas de jornal. Assunto menor. Como poderia uma vitória nas raias - ou nos campos, nos ginásios, nas quadras - valer mais do que uma importante decisão sobre a vida política do país? Não, não poderia, mesmo que movesse multidões às



ruas em busca de emoções que a vida cotidiana não oferecia (COELHO, 2011, p.9-10).

Ainda em 1950 foi realizada a primeira reportagem filmada para a TV no Brasil, no jogo entre Portuguesa de Desportos e São Paulo. A reportagem, conforme destaca João de Deus Corrêa (2003) se diferencia da notícia pelo fato de revelar novas fontes, repercutindo fatos com mais repercussão, desdobramentos e profundidade. A produção desta reportagem, segundo Camargo e Gonçalves (2005) é considerada o marco das transmissões esportivas na televisão brasileira.

Ainda de acordo com Camargo (2005), Jorge Kurkjian, Alfonsas Zibas e Paulo Salomão eram os cinegrafistas escalados para a cobertura da matéria da partida em questão. Sampaio (1971, apud CAMARGO, 2005), resgata memórias deste dia da seguinte maneira:

[...] Zibas calmamente se instalou no meio de campo e começou a filmar lances da partida. O juiz foi obrigado a interromper o jogo e a expulsá-lo do campo. A cena foi documentada por Kurkjian, lá das arquibancadas, de onde também filmava o acontecimento esportivo (SAMPAIO, 1971, apud CAMARGO, 2005, p. 24).

Mas foi a partida entre Palmeiras e São Paulo em 15 de outubro de 1950 que, segundo Silva (2010), marcou a primeira transmissão ao vivo de um evento esportivo na televisão brasileira. O autor afirma que no máximo 200 pessoas assistiram ao jogo pela TV, uma vez que o aparelho televisivo ainda era privilégio de poucos no país. Somente anos mais tarde, em 1954, conforme Bistane e Bacellar (2005), houve o registro da existência de mais de trinta mil aparelhos de televisão no Brasil. O levantamento foi feito pela primeira pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) sobre o assunto.

Neste intermeio, a relação entre o jornalismo televisivo e o editorial de esporte na TV passou por alguns momentos marcantes. De acordo com Gonçalves e Camargo (2005), na Copa do Mundo de 1958, realizada na Suécia, já era possível assistir às partidas de futebol no cinema aproximadamente três dias após o jogo, graças à invenção do videoteipe, fita de material plástico utilizada para registro de imagens televisivas, tecnologia hoje obsoleta devido aos meios digitais de gravação. Em 1962, na Copa do Chile, esse tempo foi diminuído para um dia, resultando em uma forte concorrência dos jornais com a televisão.



Mas a Copa de 1970, a primeira transmitida ao vivo para grande parte do país, foi o grande marco da editoria de esportes na televisão brasileira. Foi quando o telespectador brasileiro pôde acompanhar detalhadamente os jogos da Seleção Brasileira, na conquista do tricampeonato mundial. A partir daí o jornalismo esportivo passou a ser parceiro inseparável da TV no Brasil. Nessa década, foram criados quadros e programas esportivos que sobrevivem até hoje, como o “Gols do Fantástico”, o “Esporte Espetacular” e o “Globo Esporte”, todos da Rede Globo de Televisão (SILVA, 2010, p. 2).

Com o passar dos anos, a evolução tecnológica na TV brasileira fez com que mais detalhes pudessem ser registrados na cobertura esportiva. Com isso, segundo Barbeiro e Rangel (2006, p.98), “a quantidade de pautas relacionadas ao esporte aumentou, sendo ainda mais exploradas nas transmissões esportivas e nos noticiários de TV.”

### 3 STREAMING E A INSERÇÃO DO JORNALISMO

Rayburn (2013, apud SERRANO, 2015), define o *streaming media* como uma tecnologia que permite a entrega de mídia (áudio e vídeo) por meio de rede. Nos moldes atuais, esse conceito pode ser encarado de duas formas: *on-demand*, onde um arquivo é gravado e o usuário decide quando irá assisti-lo; e *live streaming*, quando o conteúdo é transmitido ao vivo para os usuários, sendo este segundo o principal foco de estudo deste artigo.

Silva (2008), coloca o avanço das conexões sem fio (*Wi-Fi*, 3G e 4G) e das tecnologias de dispositivos digitais móveis (*smartphones* e *notebooks*), ainda na década de 2000, como fatores importantes para o início da transmissão de conteúdo jornalístico instantâneo, tanto para a internet quanto para a TV. Em seu artigo, lançado em 2008 e intitulado de ‘Jornalismo *Live Stream*: tempo real, mobilidade e espaço urbano’, o autor descreve situações em que jornalistas fizeram uso dessas tecnologias para a produção de matérias ao vivo.

Jornal NH Online, Novo Hamburgo-RS, dia 30 de maio de 2008. Temperatura baixa em Novo Hamburgo/RS e o repórter João Ávila, do Jornal NH *Online*, entrevista ao vivo do centro da cidade o meteorologista Nilson Wolf no que seria a primeira reportagem em um jornal *online* para a *web* com a tecnologia 3G. Um celular 3G e um aplicativo Qik (tecnologia para transmissão em *stream*) foram utilizados na reportagem (SILVA, 2008. p. 4).

Nesse contexto, Silva aponta também para as divergências técnicas entre o *live stream* e o *broadcasting*. O primeiro pode ser realizado com o uso de



ferramentas consideradas mais “simples”, a exemplo de um *smartphone* ou *notebook* com câmera e conexão *Wi-Fi* ou 3G/4G. O segundo, utilizado em emissoras de rádio e TV, tem como base o uso de “um aparato mais complexo formado por uma estrutura mais pesada e que exige um maior número de profissionais envolvidos no processo de cobertura” (SILVA, 2008, p. 4).

Silva (2019), coloca que é necessário atualizar a ideia de jornalismo *live stream* proposto por Silva (2008) em seu artigo, não em função da obsolescência do que foi dito pelo autor, mas sim pela potencialização de seus apontamentos em um cenário que, atualmente, conta com novas e mais avançadas tecnologias. Se em 2008 Silva cita *Qik*, *Justin.tv*, *Kyle.tv*, *Cover It Live*, *Moghulus*, *Live Broadcast* e *Fixwagon* como algumas das principais plataformas de *streaming*, hoje em dia nenhuma destas detém mais esse status, o qual é ocupado atualmente por *YouTube*, *Facebook*, *Twitch* e *Instagram*, que também permitem a transmissão de conteúdo ao vivo pela internet.

Soma-se a isso o fato de que, atualmente, a produção de conteúdo em *streaming* é pautada por dispositivos que oferecem uma melhor qualidade de imagem, os quais estão inseridos em um ambiente com novas alternativas digitais de edição, bancos de dados mais robustos, melhores condições de conectividade e aumento da qualidade de transmissão via internet (SILVA, 2019). O autor, junto a Palacios (2018, apud SILVA, 2019), destaca ainda que as mídias sociais estão reconfigurando e potencializando esse cenário, criando até mesmo novas dinâmicas de contato entre aqueles que produzem e aqueles que consomem as notícias nas redes.

[...] além do próprio aumento da potência de transmissão dos veículos, inclusive com redes de telefonia móvel de quarta geração (4G), com a já anunciada aproximação do 5G, e da diversidade de serviços oferecidos para essas transmissões (PALACIOS, 2018, apud SILVA, 2019. p. 31).

Nesse contexto, Martins (2015, apud SERRANO, 2015), afirma que, para o *live streaming*, a velocidade de download (recebimento de dados pela internet) é muito importante para quem está consumindo o conteúdo, ou seja, assistindo ao *streaming*. É a velocidade da internet do usuário que irá determinar a qualidade de vídeo ou áudio que ele poderá usufruir em uma transmissão.

Já em relação ao usuário que está transmitindo conteúdo em *live streaming*, de acordo com Martins (2015, apud SERRANO, 2015), a velocidade de *upload* (quando você envia dados para a internet) é determinante para a transmissão.



Compreende-se que, quanto maior a qualidade de imagem e áudio do conteúdo a ser transmitido, maior precisa ser a taxa de *upload* da internet, uma vez que o arquivo que estará sendo transmitido será mais pesado.

Destacando os pioneiros, é interessante reforçar o fato de que, atualmente, o jornalismo em *streaming* é observado entre diversos veículos de imprensa do país. Emissoras de rádio e televisão já estão produzindo conteúdo nesse formato, tanto em transmissões ao vivo pela internet quanto sob demanda.

A Jovem Pan, por exemplo, é uma das emissoras de rádio do Brasil que nos últimos anos vem investindo na adaptação de seu próprio conteúdo ao vivo para a internet. Lopes (2019), coloca que em 2007 a empresa já contava com a JP On-line Vídeos, uma *WebTV* com conteúdo jornalístico. Porém, somente sete anos depois (2014), o veículo passou a apostar no *live streaming*, com alguns de seus programas sendo transmitidos ao vivo, e com imagens, pela *web*.

Reforçando os investimentos da emissora em convergências a partir de 2014 a emissora iniciou transmissões regulares na íntegra de seus programas da maneira que já ocorria desde 2002 com o Pânico. Hoje com exceção da programação musical, todas as atrações da emissora são transmitidas em vídeo através do site da [www.jovempan.com.br](http://www.jovempan.com.br) e pelo *streaming* através do *Youtube* e *Facebook* (LOPES, 2019, p. 29).

Já a Band, em 2016, passou a transmitir um de seus principais programas jornalísticos, o Jornal da Band, ao vivo pelo *Facebook*. A rede de televisão foi pioneira entre os canais abertos, aqueles que são transmitidos de forma gratuita, no movimento *live streaming* em redes sociais. Em uma matéria exibida no dia 08 de julho daquele ano, o jornalista Juliano Dip, da Band, afirmava que a transmissão on-line contava “com a mesma qualidade da televisão digital”, com “informação ao vivo para você ver e comentar na hora” (UOL, 2016).

Desde então, outros veículos de imprensa brasileiros têm apostado na produção de conteúdo em *streaming*, no formato *live* e *on-demand*. Emissoras de TV como SBT, Band e Record possuem seus próprios canais no YouTube, onde realizam transmissões ao vivo de seus programas, os quais são deixados na íntegra para que as pessoas possam assistir a hora que quiserem. Já a Globo conta com a sua própria plataforma de *streaming*, intitulada de Globoplay, por onde é possível assistir à programação ao vivo do canal, conteúdos exclusivos e, também, programas na íntegra.



### 3.1 JORNALISMO ESPORTIVO: DA EXPANSÃO NA TV PAGA AO LIVE STREAMING

As transmissões de conteúdo ao vivo pela internet estiveram atreladas aos esportes desde o início. De acordo com Bialik (2015, apud SERRANO, 2015), o primeiro *live streaming* de áudio e vídeo simultâneo foi de uma partida de beisebol estadunidense entre *Cleveland Indians* e *Seattle Mariners*, em abril de 1997. No entanto, poucas pessoas acompanharam a transmissão ao vivo, em função da baixa velocidade dos provedores de internet da época.

Entender qual era o cenário do jornalismo esportivo quando a partida entre *Cleveland* e *Seattle* foi transmitida é importante para compreender o caminho percorrido pela editoria até a consolidação no *streaming*. E, nesse contexto, a TV por assinatura tem um papel de destaque.

Àquela altura, década de 1990, o jornalismo esportivo já estava consolidado tanto nos jornais impressos quanto no rádio e na televisão (COELHO, 2011). Esse período em específico é tido como um momento-chave para a editoria que, no Reino Unido, por exemplo, passava por um crescimento impulsionado pela TV paga, tendo como resultado uma expansão da cobertura esportiva também em outros canais (NETTO, 2020).

Gasparino (2013), reforça a discrepância entre a cobertura jornalística esportiva em canais de TV paga e TV aberta. O autor coloca que uma pessoa com televisão por assinatura consegue acompanhar campeonatos de basquete, vôlei, tênis e outros esportes menos populares, sendo que, quando o assunto é futebol, são dedicados períodos pré e pós-jogos com mesas de debate, análises em vídeo dos lances da partida, entrevistas e muito mais. No entanto, ao trazer esse olhar para a televisão aberta, “raramente será encontrado outro assunto que não futebol” (GASPARINO, 2013, p. 12).

Ainda sobre o jornalismo esportivo na década de 1990, Netto (2020), afirma que a forte relação entre mídia e esporte fez com que a editoria se tornasse uma das mais importantes, em termos comerciais, da indústria jornalística. Boyle (2017, apud NETTO, 2020) coloca que, nos jornais impressos, esse sucesso comercial se deu em função da capacidade do jornalismo esportivo garantir conteúdos relevantes aos seus leitores.



Na TV paga, a força da transmissão ao vivo de eventos esportivos também é um dos fortes argumentos de venda de pacotes para assinantes – segundo o estudo “*The new living room*”, do grupo *Fan & Media Intelligence*, realizado pela *ESPN* nos Estados Unidos, em 2017, 54% dos entrevistados preferiam assistir esportes ao vivo pela TV a cabo. (NETTO, 2018, apud NETTO, 2020).

No entanto, da mesma maneira que os jornais impressos foram perdendo força com a popularização da internet (NETTO, 2020), a TV paga também vem enfrentando uma queda significativa. Uma pesquisa divulgada pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e repercutida pela *Veja* (2021), por exemplo, mostra que, de janeiro a junho de 2021, o número de assinantes caiu de 14,66 milhões para 13,86 milhões no país, uma média de 160 mil assinaturas a menos por mês.

Um dos possíveis motivos apontados pelo autor para a queda do número de assinantes de TV paga é justamente o surgimento de serviços de *streaming*. Plataformas como a *DAZN*, por exemplo, que transmite eventos esportivos ao vivo por menos da metade do preço dos pacotes de TV por assinatura, passaram a incomodar as mídias tradicionais (NETTO, 2020).

O cenário das transmissões de eventos esportivos com cobertura jornalística em plataformas de *streaming* começou a ganhar força na década passada. Em 2010, a *ESPN* se torna pioneira no mercado ao lançar o aplicativo *Watch ESPN*, em que assinantes da rede na TV paga podem assistir a transmissões ao vivo simultâneas, e conteúdos exclusivos, em *smartphones* e *desktops* (NETTO, 2020).

Esse modelo, de pagar para ter acesso ao *live streaming* de um evento esportivo, também foi aderido pelo *YouTube* em 2015. Na ocasião, a plataforma, que já havia transmitido ao vivo o mundial de surfe de maneira gratuita no ano anterior, passou a transmitir os jogos da Copa do Rey, competição de futebol da Espanha, pelo valor de R\$ 9,90 por partida (TECHTUDO, 2015).

Já em 2016, a transmissão ao vivo de partidas de futebol em plataformas *live streaming* ganhou uma nova característica. No ano em questão, a *BeIN Sports*, rede de televisão por assinatura, iniciou a transmissão da liga espanhola de futebol feminino por meio do *Facebook Watch*, plataforma de conteúdos ao vivo anexada ao próprio *Facebook* (TECMUNDO, 2016).

E foi justamente no *Facebook Watch* que as transmissões de partidas de futebol em formato *live streaming* começaram a render milhões de visualizações. Em 2017, ocorreu a primeira transmissão de um clássico brasileiro com exclusividade pela



internet, no jogo entre Athletico Paranaense e Coritiba, o qual foi transmitido nas respectivas páginas dos clubes no *Facebook* e *Youtube*.

Já em 2018, o *Facebook* adquiriu os direitos de transmissão da Liga dos Campeões da Europa, para transmissão de partidas ao vivo pelo *Facebook Watch*. No Brasil, a competição, que teve alguns de seus jogos transmitidos em canais de TV aberta e TV paga, passou a ser comandada pela Esporte Interativo, canal de televisão voltado para esportes, na plataforma.

Dados divulgados pelo *Facebook* em 2019 mostram que, de agosto de 2018 a junho de 2019, mais de 24 milhões de pessoas da América Latina assistiram a pelo menos um minuto das partidas da Liga dos Campeões pela plataforma. O ápice das transmissões ocorreu na final da competição, no jogo entre *Liverpool* e *Tottenham*, que gerou mais de cinco milhões de visualizações e mais de 4 milhões de interações (FACEBOOK, 2019).

Nesse meio tempo, entre 2018 e 2019, outras partidas de futebol começaram a ser transmitidas no *YouTube* e *Facebook Watch*, a exemplo da Taça Libertadores da América – exibida ao vivo na rede social de Mark Zuckerberg. Mas 2019 em específico é considerado um ano marcante para a transmissão de conteúdos esportivos pela internet no Brasil, por conta da chegada do *DAZN*, primeiro serviço de *streaming* de esportes ao vivo e sob demanda do mundo, no país.

Citado por Netto (2020) como uma das plataformas a balançar as estruturas da TV paga com relação aos esportes, o *DAZN* iniciou as suas operações em 2016 no Japão, Alemanha, Áustria e Suíça. Nos anos que se seguiram, a empresa, que tem como foco exclusivo a transmissão de eventos esportivos, expandiu sua atuação para países como Canadá, Estados Unidos, Itália, Espanha e, então, Brasil (GOAL, 2021).

A plataforma retomou o modelo pago adotado pelo *ESPN Watch* lá em 2010, mas adaptada ao formato de outros serviços de *streaming*, como Netflix, cobrando uma mensalidade para que os usuários pudessem ter acesso às transmissões. Campeonatos como a Copa Sul-Americana, *Ligue 1*, Campeonato Italiano de Futebol e Série C do Futebol Brasileiro já foram transmitidos pela *DAZN*, a qual chegou até mesmo a fechar parcerias com Rede TV! (UOL, 2019) e Band (UOL, 2020), com o sublicenciamento de algumas competições para a TV aberta.

Atualmente, a transmissão de eventos esportivos, com cobertura jornalística, é vista em quase todas as principais plataformas de *streaming* do mercado. *Prime Video*, *HBO Max*, *Star+* e *Apple+* são serviços que, apesar de não



terem como foco principal o esporte, transmitem partidas de basquete, beisebol e futebol ao vivo para os seus assinantes.

Paralelo a isso, existem outras plataformas que continuam trabalhando com o jornalismo esportivo live *streaming* sem a necessidade de uma assinatura mensal. *YouTube*, *Facebook Watch* e, mais recentemente, a *Twitch*, por onde foram transmitidas partidas da *NBA*, principal liga de basquete do mundo (THE ENEMY, 2021), e Campeonato Carioca (UOL, 2022), são algumas das redes que apostam nesse formato gratuito.

No entanto, não é só a falta da necessidade de uma assinatura mensal que diferencia essas três plataformas dos outros serviços de *streaming* citados anteriormente. Isso porque tanto *YouTube* quanto *Facebook Watch* e *Twitch* permitem que as pessoas que estão acompanhando a transmissão ao vivo possam interagir com os apresentadores e, também, entre si por meio de um chat aberto em tempo real. Nesse contexto, compreende-se também a fala de Netto (2020, p.29): “o ao vivo gera uma força de cruzamento de mídias, o engajamento nas redes sociais enquanto se assiste a um evento”.

#### 4 TWITCH: DO SURGIMENTO AOS DIAS ATUAIS

Foco de estudo deste trabalho, a *Twitch*, é descrita por Montañó (2014, apud Serrano, 2015), como uma plataforma de *streaming* voltada principalmente para a transmissão de jogos e esportes eletrônicos. No entanto, a descrição de 2014 não condiz totalmente com o que é visto em 2022 na plataforma, que atualmente abrange uma maior diversidade de conteúdo e transmite desde podcasts até partidas de futebol.

Para entender como a *Twitch* foi de uma plataforma voltada para a transmissão de games até um espaço de produção de conteúdo ao vivo diverso é necessário resgatar o seu histórico. Isso porque a *Twitch* surgiu em 2011, não como um site em si, mas sim como uma extensão da *Justin.tv*.

A *Justin.tv* foi uma plataforma aberta de *live streaming* lançada em março de 2007 por quatro amigos, os quais decidiram transmitir a vida deles 24 horas por dia, sete dias por semana, durante oito meses, na internet (Serrano, 2015). Durante os seus sete anos de existência, a plataforma foi utilizada para a transmissão de



conteúdos sobre vida cotidiana e jogos eletrônicos, com a interação entre produtores e telespectadores por meio de um bate-papo gratuito.

Entre os diversos canais da plataforma, os que eram voltados para jogos eletrônicos possuíam uma maior audiência (SERRANO, 2015). Isso fez com que em junho de 2011 a *Justin.tv* criasse uma extensão do site, separada da plataforma inicial, e voltada exclusivamente para a transmissão de *games*: a *Twitch* (MONTAÑO, 2014, apud SERRANO, 2015).

Devido ao sucesso e fama, três anos após o lançamento do *Twitch*, o site *Justin.tv* foi desligado em 2014. O *Twitch* superou as expectativas dos criadores e se tornou muito mais utilizado que o *Justin.tv*. *Twitch* é considerada a maior rede de transmissão de jogos competitivos do mundo (SERRANO, 2015, p. 30).

Assim como a própria *Justin.tv* foi ganhando ramificações de conteúdo com o passar dos anos, a *Twitch* também expandiu os gêneros de conteúdos transmitidos. Atualmente, a busca da plataforma é dividida em cinco categorias: jogos, música, *e-sports*, *creative* e vida real, as quais podem estar ao vivo (*live streaming*) ou gravada (*on-demand*). Estas podem ser entendidas da seguinte forma (Quadro 1):

Quadro 1: Entendendo gêneros de conteúdos transmitidos

<b>JOGOS</b>	Transmissão de games eletrônicos, geralmente não competitivos, os quais são divididos de acordo com os seus gêneros (Ação e Aventura, Jogo de tiro, <i>MOBA</i> e Estratégia, Terror, Luta, Cartas e Tabuleiro e etc...).
<b>MÚSICA</b>	Transmissão de conteúdos musicais, divididos em subgêneros (performances e eventos, produção e debate musical e etc...).
<b>E-SPORTS</b>	Transmissão de campeonatos de jogos eletrônicos, divididos de acordo com o game ( <i>Counter-Strike: Global Offensive</i> , <i>Fortnite</i> , <i>VALORANT</i> , <i>League of Legends</i> , <i>Call of Duty: Warzone</i> e etc...).
<b>CREATIVE</b>	Transmissão de processos criativos de diferentes conteúdos, divididos em subgêneros (Arte, Comediantes e Bebes, Desenvolvimento de jogos e <i>softwares</i> , Artesanato e criações e etc...).
<b>VIDA REAL</b>	Transmissão de conteúdos diversos, divididos em subgêneros ( <i>Talk-shows</i> e <i>podcasts</i> , <i>ASMR</i> , Viagens e Atividades Ao Ar Livre, Esportes, Eventos especiais, política e tecnologia, conversas e etc...).

Fonte: do autor



A existência de mais categorias de conteúdos variados mostra que a *Twitch* não se resume, mais, a transmissão de games. No entanto, a transmissão de campeonatos de e-sports segue sendo o gênero mais visualizado dentro da plataforma. No Brasil, em maio de 2022, o *streamer* (produtor de conteúdo ao vivo) Gaules<sup>3</sup> bateu o recorde nacional de visualizações simultâneas em uma transmissão ao vivo na *Twitch*, durante a partida competitiva de *Counter-Strike: Global Offensive*, a qual atingiu mais de 700 mil visualizações (CORREIO BRAZILIENSE, 2022).

Ainda sobre o funcionamento da *Twitch*, entende-se que qualquer pessoa com um *e-mail válido*, um dispositivo móvel (*smartphone ou notebook*), uma câmera e conexão com internet pode criar um canal na *Twitch* e transmitir conteúdos ao vivo (*live stream*). A plataforma pode ser acessada por qualquer navegador de internet em computadores, em aplicativos para dispositivos *Android* ou *iOS* e consoles de videogame, como *Xbox* e *Playstation* (Serrano, 2015).

O *Twitch* possui serviço de Programa de Parceiros, que os canais de *streaming* podem fazer parte, monetizando o canal com anúncios publicitários e assinaturas. Os canais parceiros podem ter qualidade máxima, transmissões arquivadas, chat exclusivo para assinantes e personalização do bate-papo. É um serviço sem custo, que para participar o canal necessita ter média de 500 usuários espectadores e ter transmissão periódica três vezes por semana e estar de acordo com os termos e diretrizes do *Twitch.tv* (PIRES, 2015, apud SERRANO, 2015, p. 28).

De tão acessível e com potencial noticioso, a *Twitch* também passou a ser objeto de experimento do curso de Jornalismo da Unisatc que, em 2021, criou o seu próprio canal na plataforma (ENGEPLUS, 2021), onde divulgaram notícias e discutiram temas ligados ao jornalismo. A experiência com a plataforma despertou maior interesse deste pesquisador sobre o tema proposto no artigo.

## 5 IMAGEM, LINGUAGEM E INTERAÇÃO NA TV

Para entrar no mérito das características do que é produzido na *Twitch*, é necessário, antes, compreender como três tópicos específicos se desenvolvem sob a perspectiva da televisão: imagem, linguagem e interação. Os assuntos voltarão a ser

---

<sup>3</sup> Alexandre Borba Chiqueta, popularmente conhecido como Gaules, é um *streamer*, *youtuber*, filantropo e ex-jogador profissional de *Counter-Strike*, um game online multiplayer, ou seja, que é jogado com diversas pessoas. Na *Twitch*, ele transmite suas jogatinas e eventos de e-sports.



abordados na análise do presente artigo, para identificar as semelhanças e diferenças entre as produções em um meio e outro.

Para Gutmann (2012), imagem, linguagem e interação andam de mãos dadas no telejornalismo brasileiro. A autora coloca que tanto a parte visual, a exemplo do enquadramento das câmeras, quanto a característica dos discursos adotados por jornalistas em reportagens e apresentações, tem como objetivo “aproximar” o telespectador para que ele esteja presente no assunto – ainda que não fisicamente.

No telejornal, o contato entre os sujeitos comunicativos (apresentadores e público) e o consequente status de confiança é forjado por um jogo de sentidos regido pelo corpo do apresentador, que convoca a audiência para o interior do discurso através do eixo O – O, expressão cunhada por Véron (1983) que indica o encontro dos olhares entre público e apresentador e opera como estratégia de identificação do discurso informativo. Nos telejornais de rede brasileiras, o público não é figurativizado no estúdio, mas ele está lá, discursivamente, atuando como o endereçado da conversa, sendo posicionado de modo mais próximo ou afastado do mediador (GUTMANN, 2012, p. 67).

Segundo a autora, verbalmente, a aproximação entre apresentador e espectador se dá por meio do uso de vocativos e verbos no imperativo como, por exemplo, “boa noite para você” ou “você que nos acompanha de casa”. Os enquadramentos de câmeras, então, são explorados de diferentes formas e ângulos para transmitir quatro efeitos em uma situação de conversa: distanciamento, aproximação, ênfase argumentativa e inclusão do interlocutor na cena comunicativa (GUTMANN, 2012).

O ‘Repórter Esso’, programa transmitido pela TV Tupi entre as décadas de 1950 e 1970, por exemplo, possuía as seguintes características visuais: um jornalista, enquadrado em primeiro plano (na altura do busto) por diferentes câmeras que se alternam entre si, com um plano estático em seu fundo, o qual lê notícias olhando, ocasionalmente, diretamente para a câmera. Em alguns momentos, a leitura de notícias dá lugar a imagens estáticas (nota coberta) ou VT’s.

No contexto da linguagem oral dos telejornais, especificamente, Roldão (2001) cita a sistematização por meio de manuais de redação que trazem regras técnicas para o que é produzido para a TV. “Na televisão, não dá para voltar atrás e ler de novo ou ouvir de novo. É importante pois que o texto seja claro, direto, simples, enfim, tenha as virtudes da linguagem coloquial. O locutor conversa com o telespectador” (PATERNOSTRO, 1999, apud ROLDÃO, 2001, p. 4-5).



O uso da linguagem oral para aproximação do público também vai de encontro com o que Silveira (2009) diz sobre o jornalismo especializado. De acordo com a autora, este tipo de fazer jornalístico leva em consideração as afinidades dos indivíduos para agrega-los, ou seja, uni-los em torno de um gosto comum.

Já a interatividade, segundo Viela e Silva (2012), não se trata de algo novo na TV brasileira. As autoras defendem que, por anos, a televisão buscou explorar essa conexão com o público, seja por meio de cartas, computadores ou telefonemas. A digitalização do mundo, destacada por Silva (2008), no entanto, trouxe mudanças na forma como se dá esse contato entre produtor e telespectador.

Atualmente os sites das emissoras são muito acessados tanto para ter acesso a conteúdos exclusivos como para participar de enquetes e rever conteúdos já veiculados. Mesmo o conceito de interatividade já existindo na televisão analógica, acessar esses conteúdos através do próprio aparelho televisor é, sem dúvidas, a primeira vez (VIELA; SILVA, 2012, p. 6).

Vale ressaltar que o conceito de interação e interatividade não é unanimidade entre autores e pesquisadores. No artigo A TV Digital e a Interatividade: um olhar sobre as possibilidades da TV interativa, Viela e Silva (2012) trazem diferentes perspectivas acerca do assunto. Em algumas delas, como a de Becker e Montez (2005, apud VIELA; SILVA, 2012), a interação é tratada como algo que “pode ocorrer diretamente entre dois ou mais entes atuantes”, enquanto a interatividade é “necessariamente intermediada por um meio eletrônico, usualmente um computador”.

André Lemos (1997, apud VIELA; SILVA, 2012), trabalha com cinco diferentes níveis de interatividade entre o telespectador e a TV. Os dois últimos, nível 3 e nível 4, são abordados da seguinte maneira pelo autor:

Nível 3 – já aparecem sinais de interatividade de características digitais. O telespectador pode então interferir no conteúdo por meio de telefonemas (como foi no caso do programa “Você Decide”, da Rede Globo de Televisão), por fax ou correio eletrônico.

Nível 4 – é o estágio da chamada televisão interativa em que se podem participar do conteúdo a partir da rede telemática em tempo real escolhendo ângulos de câmera, diferentes encaminhamentos das informações, etc (Lemos, 1997, apud VIELA; SILVA, 2012, p. 5).

Becker e Montez (2005, apud VIELA; SILVA, 2012) complementam o entendimento de Lemos (1997) com mais três níveis de interatividade, os quais se aproximam um pouco mais da relação atual entre transmissor e telespectador. De acordo com os autores, no nível 5 o “usuário pode ter uma presença mais efetiva no conteúdo, podendo participar através de meios de baixa qualidade como *webcams*”.



Já no nível 6, a qualidade da internet do usuário seria tão boa a ponto dele poder enviar vídeos da mesma qualidade de transmissão da emissora. O nível 7, por sua vez, trabalha com o conceito de interatividade plena, “onde o telespectador passa a se confundir com os transmissores” (BECKER; MONTEZ, 2005, apud VIELA; SILVA, 2012, p. 5).

Em um contexto mais recente, trabalha-se também o conceito de segunda tela, que, segundo Médola e Silva (2015), é resultado do uso simultâneo de dois ou mais dispositivos móveis por parte do telespectador. Nesse caso, diz respeito à utilização simultânea da TV e sua programação e de outro aparelho com acesso à internet, como *smartphones* ou *notebooks*.

Os autores defendem ainda que o uso da segunda tela pode acrescentar “ao processo de significação da experiência televisiva” (MÉDOLA; SILVA, 2015). Essa interação do telespectador com a TV e um segundo dispositivo pode se dar de maneira espontânea, sem que haja o estímulo da programação para isso, ou de forma conduzida pela própria emissora de televisão.

## **6 ANÁLISE DOS DADOS**

A proposta do presente estudo está embasada na compreensão de como conteúdos jornalísticos, esportivos e audiovisuais podem ser produzidos para *Twitch*, descrita por Montaño (2014, apud SERRANO, 2015), como uma plataforma de *streaming* voltada principalmente para a transmissão de jogos e esportes eletrônicos.

Em busca desta resposta o artigo teve como objetivo averiguar as principais características dos programas jornalísticos e esportivos já produzidos para a *Twitch* para, então, assimilar de que forma o jornalismo pode utilizar a plataforma para produções audiovisuais. Para isso, foram analisados os detalhes de imagem, linguagem e interação dos programas exibidos na *Twitch*, ‘Café com André’ e ‘O Melhor Futebol do Mundo’, comparando-os com o que é produzido na televisão.

### **6.1 O MELHOR FUTEBOL DO MUNDO E CAFÉ COM ANDRÉ**

‘O Melhor Futebol do Mundo’ trata-se de um quadro do canal *TNT Sports*, bloco de programação pertencente à *Warner Media* que produz conteúdos esportivos tanto na *Twitch* quanto em um site próprio, no canal de TV paga *TNT*, em redes sociais



e, também, no serviço de *streaming HBO Max*. O programa vai ao ar periodicamente na plataforma, sempre ao término da rodada das principais ligas de futebol europeias.

No programa, quatro jornalistas esportivos que realizam a cobertura de diferentes clubes de futebol da Europa discutem sobre os resultados e acontecimentos da mais recente rodada das ligas europeias, como *Ligue 1* (França), *Premier League* (Inglaterra), *Bundesliga* (Alemanha), *La Liga* (Espanha) e *Serie A* (Itália). Em seus respectivos espaços, realizam uma conversa / debate à distância, transmitindo ao vivo para o público da *Twitch*.

O ‘Café Com André’, por sua vez, é comandado pelo jornalista e narrador André Henning. Ele conduz um programa sozinho em tela, onde fala sobre assuntos que estão em alta no momento, expondo sua opinião sobre determinados temas e lendo mensagens e comentários que espectadores mandam, de forma simultânea, na área de *chat* da plataforma.

## 6.2 CARACTERÍSTICAS DO PROGRAMA O MELHOR FUTEBOL DO MUNDO

A maneira como o programa ‘O Melhor Futebol do Mundo’ é conduzido se assemelha ao que Gutmann (2012) apresenta no âmbito da linguagem visual. Primeiramente por contar com um apresentador, uma figura que, mesmo dividindo o mesmo espaço de tela com outros três jornalistas na transmissão em questão, é responsável pela condução da conversa, delegando os assuntos aos demais.

Na edição do dia 03 de setembro de 2022 do programa, a jornalista Clara Albuquerque assumiu a apresentação da transmissão na *Twitch*. Atualmente é ela quem faz a abertura do ‘O Melhor Futebol do Mundo’, compondo um papel que Gutmann (2012) chama de bancada, que seria a “cabine de comando do programa”. De acordo com a autora, é o apresentador quem “agencia a deleção de vozes para os outros sujeitos do discurso, o que reforça seu lugar de autoridade maior”.

Ao fazer o papel de apresentadora do programa, a jornalista utiliza de uma estratégia que é descrita por Verón (1983, apud GUTMANN, 2012) como uma maneira de aproximar o público do apresentador: o encontro de olhares no “eixo 0 - 0”. Essa técnica diz respeito à quando o apresentador olha diretamente para a câmera para falar com o público. É o que Clara Albuquerque faz nos primeiros minutos de introdução do programa, em um enquadramento que a aproxima do espectador por, justamente, estar “olhando nos olhos” dele ao falar, “colocando-o” na conversa.

Ainda na questão visual, tanto Clara quanto os demais jornalistas em tela (Marcelo Bechler, Tati Montovani e Arthur Quesada), estão enquadrados em primeiro plano (PP). Segundo Gutmann (2012), esse tipo de enquadramento “sugere proximidade em relação à audiência”, reforçando uma “intimidade ainda maior com o suposto interlocutor”.

Nesse caso, pode-se dizer que o plano utilizado pelos jornalistas durante o ‘Melhor Futebol do Mundo’ contribui não apenas para essa aproximação descrita pela autora como, também, para a praticidade de condução do programa. Isso porque a transmissão é administrada pelos próprios profissionais, que precisam estar próximos ao computador (ou outro dispositivo móvel) para visualizarem melhor uns aos outros e, conseqüentemente, se posicionarem perto de suas câmeras.

Além disso, apesar de não estarem em um estúdio de televisão, mas sim em suas próprias residências, os quatro jornalistas possuem um cenário propício para a transmissão. Três deles contam com objetos temáticos do assunto no fundo, como quadros ou placas referentes a times e jogadores de futebol. Todos os cenários são estáticos com intuito de não roubarem a atenção do telespectador (Figura 1).

Figura 1: Objetos temáticos



Fonte: Reprodução / Twitch 1

Ainda que as características citadas assemelham o programa às transmissões tradicionais de TV, há diferenças. Uma delas diz respeito a função do apresentador e a frequência do uso do “eixo 0 – 0”. No ‘Melhor Futebol do Mundo’, essa conexão visual acontece somente nos minutos iniciais da apresentação, visto que no decorrer da conversa os jornalistas olham para a tela do computador, onde se veem na transmissão. Já nos programas jornalísticos de televisão, esse direcionamento do olhar é utilizado sempre que o apresentador fala com o público.

Com isso, a estratégia de aproximação descrita por Gutmann (2012) e ancorada em Véron (1983, apud GUTMANN, 2012) perde o seu sentido na transmissão em questão. A proximidade entre público e apresentador, no entanto, também é construída no programa de outra forma: por meio da interatividade.

No caso do programa em análise, essa interatividade não acontece por meio do envio de vídeos de mesma qualidade ou de forma que o telespectador assume o papel de transmissor pleno, como cita Becker e Montez (2005, apud VIELA; SILVA, 2012). No ‘Melhor Futebol do Mundo’, o contato se dá pelo *chat*, uma ferramenta que está anexada à página da transmissão, mas fora do *streaming* em si (Figura 2). Trata-se de um espaço onde, paralelamente, os telespectadores podem enviar mensagens e conversarem entre si, expondo suas opiniões simultaneamente aos comentários dos jornalistas.

Figura 2: Melhor Futebol do Mundo’



Fonte: Reprodução / Twitch 1

Essas características fazem com que vai ao ar na *Twitch* seja diferente dos programas da TV tradicional em termos de interatividade. Isso porque a plataforma funciona tendo no mesmo espaço a concentração do *chat* e da transmissão, que transcorrem de forma simultânea, de maneira que há uma conexão entre os próprios telespectadores, que pode interagir entre si.

Já na televisão, não há necessariamente simultaneidade e interação entre telespectadores. O processo de interatividade na TV já se deu, segundo Viela e Silva (2012), por meio de *fax*, *e-mails*, cartas e telefonemas. Hoje em dia, os programas utilizam das publicações em redes sociais para fazer essa ponte pelo uso do que



Médola e Silva (2015) chamam de segunda tela. Deste modo aqueles que assistem a transmissão podem interagir entre si, comentando nos posts relacionados ao programa.

Quando as estratégias enunciativas de determinado programa convocam o enunciatário a interagir, a emissora induz ao uso da segunda tela através, por exemplo, de uma *hashtag* para os espectadores acrescentarem a seus comentários na rede. Também existem aplicativos desenvolvidos por empresas independentes das emissoras, que aproveitam a prática do público para oferecer conteúdos relacionados à programação (MÉDOLA; SILVA, 2015, p. 148).

O diferencial do ‘O Melhor Futebol do Mundo’, em termos de interatividade, é o chamado *superchat*. Nele, os telespectadores pagam para que suas mensagens sejam lidas pelos apresentadores, em um determinado momento da transmissão. Algumas dessas mensagens acabam gerando debates entre os jornalistas.

Na edição do dia 03 de setembro de 2022, por exemplo, um telespectador envia um *superchat* durante a transmissão com a seguinte pergunta: “Bechler [um dos jornalistas], o que você acha do Ferran Torres [jogador do Barcelona]? Ele está muito desconectado dos demais jogadores”. O questionamento, assim que lido, é respondido de imediato pelo jornalista.

Por meio dessa interação, o próprio espectador vira comentarista, uma vez que seu comentário e avaliação sobre tal assunto é lido no programa por meio do *superchat*. Esse movimento é nítido na segunda parte da mensagem citada anteriormente: “Ele está muito desconectado dos demais jogadores”. Esse tipo de interação se encaixa no que Primo (2007, apud VIELA; SILVA, 2012, p. 4), chama de interatividade mútua, ou seja, a “cooperação criativa entre os participantes”.

No que diz respeito à linguagem falada, o vocabulário utilizado pelos jornalistas no ‘Melhor Futebol do Mundo’ se assemelha muito ao que se vê nos programas tradicionais de esporte da televisão. Os profissionais usam bordões e gírias comuns do esporte, sem se preocupar necessariamente com a formalização.

Esse posicionamento pode ser visto quando, por exemplo, os jornalistas utilizaram a palavra “cara” para se referir a um ou outro jogador. O termo informal é compreensível, ou seja, não interfere na compreensão do telespectador acerca daquilo que está sendo comunicado. No entanto, se difere da linguagem tradicional dos telejornais.



Segundo Silveira (2009, p. 49), esse tipo de linguagem corrobora com uma das missões do jornalismo especializado, a de coesão social. De acordo com a autora, esta diz respeito a função de “agregar indivíduos conforme suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia à especificidade de cada grupo”.

Ainda segundo a autora, os grupos que buscam uma linguagem e/ou temática que condiz com os seus interesses encontram em programas segmentados, como é o caso do ‘Melhor Futebol do Mundo’, que trata unicamente sobre futebol, uma identificação mais acessível. Isso justifica o uso de palavras mais coloquiais durante o programa.

### 6.3 CARACTERÍSTICAS DO PROGRAMA CAFÉ COM ANDRÉ

No programa ‘Café Com André’, o jornalista André Henning apresenta uma série de reflexões e comentários sobre os principais assuntos e notícias do dia. Ele separa previamente os temas do qual irá tratar e comentar ao longo da transmissão e lê as manchetes de alguns portais e jornais do país, opinando sobre os conteúdos.

Em termos visuais, o programa ‘Café Com André’ tem características muito semelhantes à da maioria das transmissões da *Twitch*. Isso porque ele mantém o posicionamento frente à câmera e monitores que usa para realizar a transmissão.

Sendo assim, a transmissão transcorre com André em primeiro plano (PP), da mesma forma que é feita no ‘Melhor Futebol do Mundo’. Gutmann (2012) reforça que esse enquadramento é utilizado para que haja uma maior proximidade entre o telespectador e o apresentador.

De acordo com a autora, o primeiro plano normalmente é explorado para convocar a atenção da audiência e promover um sentimento de cumplicidade, assim como nas conversas cotidianas. Na televisão, por exemplo, esse enquadramento é utilizado também quando o apresentador se coloca em uma posição de autoridade (GUTMANN, 2012).

As semelhanças visuais do ‘Café Com André’ e o ‘Melhor Futebol do Mundo’ também se dão na questão do cenário. No programa, o apresentador conta com um fundo propício e temático para a transmissão, o qual é estático e não desvia a atenção do telespectador do principal, que é o que está sendo tratado por André (Figura 3).

Figura 3: Café Com André



Fonte: Reprodução / *Twitch*

Nesse quesito, guardadas as devidas proporções, existem semelhanças entre o ‘Café Com André’ e alguns programas de televisão. Determinadas características referentes ao cenário e enquadramento da transmissão se assemelham ao que Gutmann (2012) destaca em telejornais brasileiros.

Nos telejornais brasileiros, o cenário normalmente é constituído por uma imagem em segundo plano, a qual pode ser uma redação, um painel com indicadores gráficos ou até mesmo a marca visual do programa. No caso do ‘Café Com André’, itens como uma placa de “no ar” e um quadro com o desenho de um fone de ouvido se transformam em uma espécie de identidade visual do seu cenário.

A dinâmica visual do ‘Café Com André’, no entanto, é diferente da do ‘Melhor Futebol do Mundo’. A começar pelo fato de que, ao longo do programa, André Henning não faz uso do chamado “eixo 0-0”, técnica descrita por Verón (1983, apud GUTMANN, 2012) como uma forma de olhar nos olhos do telespectador e “coloca-lo” na conversa. Diferentemente do que faz Clara Albuquerque, o apresentador não tem o costume de olhar diretamente para a câmera da transmissão em nenhum momento.

Outro ponto que o diferencia do ‘Melhor Futebol do Mundo’ é justamente o fato de contar com apenas uma pessoa física em transmissão. André Henning não divide a tela com nenhum outro repórter, mas faz o papel de apresentador destacado por Gutmann (2012), agindo como um porta voz da discussão e delegando o assunto

para os demais. A diferença, no entanto, é que a delegação das pautas no ao vivo não é feita para repórteres, mas sim para os telespectadores.

A principal diferença do ‘Café Com André’ para o ‘Melhor Futebol do Mundo’ e demais programas da *Twitch* é justamente a frequência da interatividade ao longo do seu programa. Isso porque os telespectadores são peça central da transmissão como um todo, uma vez que funcionam como o receptor e influenciador das discussões.

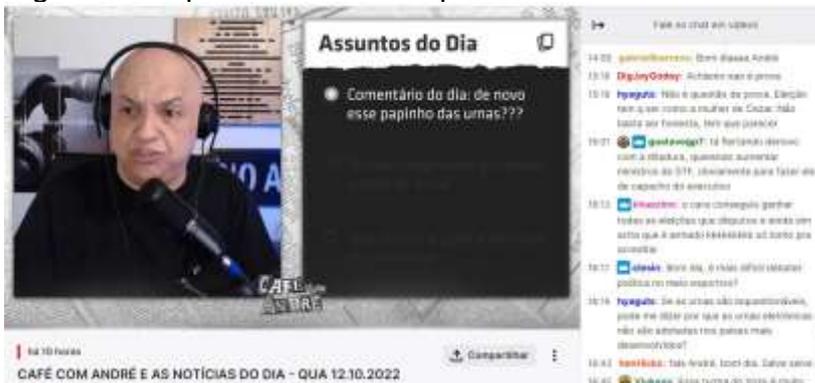
A importância do telespectador no Café Com André é tanta que, em determinados momentos, é o *chat* quem “divide” tela com André Henning (Figura 4). As mensagens enviadas naquele espaço aparecem em tempo real na própria transmissão. Em outros momentos, ficam em uma área a parte (Figura 5), assim como no programa da *TNT Sports*.

Figura 4: Importância do telespectador



Fonte: Reprodução / Twitch

Figura 1: Importância do telespectador 2



Fonte: Reprodução / Twitch



A frequência com que as mensagens do *chat* são lidas por André Henning na transmissão é superior ao do ‘Melhor Futebol do Mundo’. Assim como no programa da *TNT Sports*, também é possível pagar para que a mensagem seja lida na hora pelo apresentador. No entanto, frequentemente ele para o que está falando para comentar o que está se desenrolando na área de bate-papo.

Um dos possíveis motivos para essa frequência de interação com os telespectadores, além do fato de estar sozinho em tela, é porque a conversa no *chat* se desenvolve por conta própria. Sendo assim, ao mesmo tempo que André Henning está desenvolvendo o seu raciocínio sobre um determinado assunto, quem o assiste pela *Twitch* comenta entre si o que acham de tal tema.

Esses comentários, volta e meia, acabam pautando o rumo da transmissão do ‘Café Com André’. Em termos de interatividade, então, acaba-se encaixando no que Becker e Montez (2005, apud VIELA; SILVA, 2012), chamam do 7º nível de interação, quando “o telespectador passa a se confundir com os transmissores”.

Essa interação constante, entre apresentador e telespectador, é descrita por Jenkins (2006, apud VIELA; SILVA, 2012), como parte de uma cultura participativa. Essa expressão é usada para elucidar a relação entre quem produz o conteúdo e quem o consome.

Os autores ratificam a ideia de que não existe mais passividade dos espectadores com relação aos meios de comunicação. Tal participação, segundo Viela e Silva (2012), é baseada em uma interação constante em um “novo conjunto de regras ainda não completamente entendidas”.

Vale ressaltar, ainda, a forma como André conduz o seu programa. Assim como o ‘Repórter Esso’ nos primórdios da TV brasileira, ele também lê manchetes e notícias. A diferença, no entanto, é que essas matérias são expostas na tela (Figura 6) e são acompanhadas de comentários e reflexões do apresentador.

Figura 2: Repórter Esso



Fonte: Reprodução / Twitch

#### 6.4 A EVOLUÇÃO DO TWITCH E DO STREAMING

Com base no que relatou Silva (2008), ‘O Melhor Futebol do Mundo’ e ‘Café Com André’ possuem características que revelam a evolução do *streaming*. A qualidade técnica de ambos os programas aponta para mudanças circunstanciais na plataforma e na maneira como os jornalistas a utilizam para a produção de conteúdo.

Quando escreveu o artigo *Jornalismo em live streaming: tempo real, mobilidade e espaço urbano*, Silva (2008) tratou sobre as potencialidades das produções jornalísticas ao vivo na internet. Algumas delas acabaram se concretizando, como o uso do celular, que foi tratado pelo autor como um dispositivo que, na época, emergia como o “principal disseminador da prática do imediatismo”.

Em 2008, o autor já tratava sobre o uso das tecnologias móveis e digitais e conexões sem fio para produções jornalísticas que envolviam não apenas a TV como, também a internet. Tanto o ‘Melhor Futebol do Mundo’ quanto o ‘Café Com André’ fazem uso desses dispositivos, que eram considerados como potencialidades, para os seus programas.

Silva (2008), no entanto, tratava sobre o *live streaming* na época com um olhar voltado para a facilidade que tecnologias emergentes proporcionariam para transmissões em deslocamento no espaço urbano. Em suma, ele olhava para esses dispositivos como facilitadores para as transmissões na rua, por exemplo – como quando um repórter entra ao vivo em um telejornal.

Por mais que isso possa ser feito hoje em dia, sendo explorado em algumas transmissões da *Twitch*, o ‘Café Com André’ e ‘O Melhor Futebol do Mundo’ não se



valem da evolução tecnológica de dispositivos, como os *smartphones*, para transmitirem em um espaço urbano. Os dois programas optam por apresentarem seus conteúdos em um cenário interno, como se fosse um “estúdio próprio de TV”, e não na “rua”.

Na edição analisada do programa ‘Melhor Futebol do Mundo’, todos os quatro repórteres estão em suas respectivas residências, com cenários preparados para a transmissão. O mesmo vale para o ‘Café Com André’, onde André Henning entra ao vivo sempre do mesmo local.

Em seu artigo, Silva (2008), cita como exemplo de jornalismo *live streaming* a entrada de um repórter ao vivo para a TV Band, em 21 de abril de 2008, por meio de um “aparelho celular com tecnologia 3G” e “sem câmeras convencionais” ou “uso de satélites ou veículo de micro-ondas”. As tradicionais câmeras de emissoras de televisão, de fato, não são utilizadas nos programas ‘Café Com André’ e ‘Melhor Futebol do Mundo’. Eles também não utilizam satélites para as suas transmissões, visto que não transmitem para um canal de TV, mas sim para a internet.

Martins (2015, apud SERRANO, 2015), coloca a velocidade de *download* e *upload* como algo importante para as transmissões *live streaming*. Esse pode ser encarado como um dos motivos para que tanto André Henning quanto os jornalistas do ‘Melhor Futebol do Mundo’ façam seus programas em suas residências, visto que lá poderão utilizar a conexão de rede por cabo ou *Wi-Fi*, a qual proporciona, normalmente, uma velocidade superior à dos dados móveis.

No contexto esportivo, Netto (2020) já destacava o *streaming* como um dos responsáveis pela queda no número de assinantes da TV paga, assim como um aliado na cobertura de eventos esportivos em veículos tradicionais, como a própria *ESPN*. Um dos pontos levantados pelo autor é justamente a forma como tais produções podem expandir o conteúdo que, na TV por assinatura, por exemplo, está refém de um horário de programação.

O ‘Melhor Futebol do Mundo’, então, desempenha o papel de estender a discussão acerca dos resultados dos mais recentes jogos das principais ligas de futebol europeias. Os repórteres que acompanharam essas partidas, então, fazem o seu próprio debate na *Twitch*, e não na plataforma onde foi transmitida o jogo – neste caso, normalmente em canais de TV paga, como *ESPN* e *TNT*, ou em outros serviços de *streaming* pagos, como *Star+* e *HBO Max*.



Segundo Netto (2020), a rede social *Twitter* “passou a ser a principal ferramenta de conversa na hora de partidas ao vivo”, assim como o *YouTube* se tornou a “plataforma onde há muitos canais esportivos produzidos por fãs de esportes, jornalistas, mídias esportivas e organizações esportivas”. A *Twitch*, no entanto, conseguiu reunir esses dois elementos (conversa paralela à transmissão e conteúdos esportivos).

Por ser transmitido na *Twitch*, o ‘Melhor Futebol do Mundo’ acaba fazendo não apenas com que conteúdos jornalísticos esportivos sejam expandidos para além da TV paga e aberta como, também, concentrando a discussão dos telespectadores na própria plataforma. Isso porque ela possui a sua própria área de *chat*, permitindo que quem acompanhe o programa não precise ir debater as informações ali apresentadas no *Twitter*, por exemplo, como aconteceria em transmissões na TV.

Apesar de não ter seu conteúdo voltado necessariamente para o esporte, o ‘Café Com André’ ultrapassa essa característica destacada por Netto (2020), que coloca o *Twitter* como a ferramenta para discussões durante as transmissões ao vivo. Isso porque o programa se vale, com frequência, do debate que se desenvolve paralelamente no *chat* da transmissão na *Twitch*, criado e mantido pelas próprias pessoas que acompanham o programa.

Com relação a plataforma, pode-se dizer que ainda possui algumas das características técnicas colocadas por Serrano (2015). A *Twitch* continua podendo ser acessada, praticamente, por meio dos mesmos dispositivos apontados pelo autor na época de publicação de sua monografia: computadores, *smartphones*, *tablets*, *videogames* e, agora, *Smart TV’s*.

Serrano (2015) analisava a arquitetura da tela inicial da *Twitch* com base em cinco pontos: “campo de busca”, “procurar”, “atualize para a inscrição turbo”, “fazer *login*” e “cadastro”. Atualmente, apenas a opção “atualize para a Inscrição Turbo” não está mais localizada na primeira tela, mas sim em um espaço a parte de configuração. De acordo com o autor, esta era uma opção que permitia que o usuário ficasse livre de anúncios publicitários durante as transmissões e tivesse acesso a diferentes *emojis* (ideogramas em mensagens eletrônicas) e símbolos para uso no bate-papo.

O valor para ‘Inscrição Turbo’ continua o mesmo destacado por Serrano (2015): U\$ 8,99. Além disso, a *Twitch* mantém uma opção de inscrição individual dos canais, em que o telespectador paga U\$ 4,99 para ter acesso a benefícios específicos do canal onde está se inscrevendo. O valor também é o mesmo de 2015.



As características técnicas das transmissões na plataforma também não passaram por grandes mudanças de 2015 para 2022. A exceção é a qualidade de vídeo que, segundo Serrano (2015), era dividida em cinco formatos: *mobile* (para dispositivos como *smartphones*), *low* (baixa qualidade), *medium* (média qualidade), *high* (alta qualidade) e *source* (qualidade da fonte que está transmitindo).

Atualmente, produções da *Twitch*, como os próprios programas ‘Café Com André’ e ‘Melhor Futebol do Mundo’, também podem ser assistidos em cinco diferentes qualidades de vídeo: 160p, 360p, 480p, 720p e 1080p (fonte). Quanto maior o número que vem à frente do “p”, melhor a qualidade de imagem da transmissão, que também pode ser assistida no “automático”, com variação de acordo com a velocidade da internet do usuário.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção do jornalismo esportivo e audiovisual em *streaming* começou a ser testada ainda na década de 1990, com o esporte sendo pioneiro nesse movimento. Na época, no entanto, havia uma limitação no que diz respeito às características das tecnologias, tanto por parte do transmissor quanto do receptor / telespectador.

No fim da década de 1990, a velocidade da internet ainda não era suficiente para que transmissões ao vivo com áudio e vídeo pudessem ser feitas. Sendo assim, imagem e áudio de uma transmissão do gênero ficavam comprometidas a ponto de tornar o *streaming*, de certa forma, inviável.

Nos anos 2000 houve um avanço das tecnologias de rede e dispositivos móveis. Com isso, ao fim da década, já era possível utilizar *smartphones* e *notebooks* com câmeras, por meio conexões *Wi-Fi* ou 3G, para fazer transmissões ao vivo tanto pela internet, em plataformas de *streaming*, *sites* e *blogs*, quanto para a TV.

Na época, no entanto, ainda havia uma diferença significativa da qualidade de imagem e som em transmissões por dispositivos e redes móveis em comparação com aquelas que eram feitas pela televisão, via satélite. Essa discrepância foi se tornando cada vez menor ao longo dos anos, na medida em que as tecnologias foram evoluindo, fazendo com que as transmissões em *streaming* se tornassem muito mais acessíveis e com qualidades técnicas próximas aos produtos jornalísticos para TV.

Entende-se que a partir do fim da década de 2000 e início de 2010, conteúdos jornalísticos em *streaming* passaram a se tornar muito mais frequentes.



Emissoras de rádio e TV começaram a testar transmissões ao vivo de seus jornais, bem como plataformas como *YouTube* e *Facebook* passaram a receber transmissões de jogos de futebol. A tecnologia, finalmente, permitiu compartilhar ao vivo pela internet, via *streaming*, o mesmo conteúdo da TV mantendo a qualidade de áudio e vídeo.

Paralelamente a isso surgiu a *Twitch*, plataforma de *streaming* voltada unicamente para a transmissão de conteúdos ao vivo – diferentemente do *YouTube* e *Facebook*, onde esse formato era uma opção, mas não o foco. A plataforma ganhou destaque por transmissões de *gameplays* mas, com o tempo, o conteúdo produzido na *Twitch* foi sendo expandindo, abrindo espaço para o jornalismo.

Esse movimento se transforma em um fato consumado no início dos anos 2020, quando programas de caráter jornalístico passaram a ser transmitidos ao vivo na *Twitch*. ‘O Melhor Futebol do Mundo’, por exemplo, se apropria das características de programas de debates esportivos, como conversas entre repórteres, notícias recentes do mundo do futebol e divisão de temas para discussão, para levar um conteúdo único aos espectadores da *TNT Sports*, um conglomerado de mídia multicanal.

O ‘Café Com André’, por sua vez, se torna um programa de caráter jornalístico na *Twitch* justamente por ser totalmente pautado por notícias relevantes do dia. Manchetes e matérias são lidas ao vivo na transmissão e rendem debates entre apresentador e telespectador em um formato opinativo, mas ainda assim ancorado em informação.

Ambos os programas se valem de características típicas das produções jornalísticas para a TV, como a preocupação com cenário, enquadramento, qualidade de imagem e o uso de um apresentador – aquele que vai captar a atenção falando diretamente com o telespectador e conduzir / delegar a conversa. Sendo assim, tanto o ‘Café Com André’ quanto o ‘Melhor Futebol do Mundo’ mostram que é pertinente produzir conteúdos jornalísticos, seja na área do esporte ou não, para a *Twitch*.

A qualidade das transmissões de ambos os programas é tão capacitada quanto às que vão à TV, mas com o diferencial de serem feitas com equipamentos monetariamente mais acessíveis e em espaços com pouca produção. Com isso, percebe-se também o potencial de democratização de conteúdos jornalísticos, visto que não é necessária uma grande e milionária estrutura, como vemos nas emissoras de TV, para tal.



Conclui-se com este artigo que é possível produzir jornalismo, em especial esportivo e audiovisual para a *Twitch*. A adaptação desse tipo de conteúdo para a plataforma pode se dar de três formas: replicando o exato conteúdo que é veiculado ao vivo na TV; produções complementares da programação televisiva e, até mesmo; um produto original e exclusivo para a plataforma. No entanto, nessa adaptação, há um diferencial crucial que justifica o fazer jornalístico em *streaming*: **a interatividade**.

A mais relevante diferença entre as produções jornalísticas na *Twitch* e na televisão e demais plataformas é justamente a possibilidade de interatividade entre apresentador e telespectador. Paralelamente às transmissões, se desenvolve um *chat* que é alimentado unicamente por comentários ao vivo dos telespectadores com relação ao programa.

Esses comentários fazem parte do programa em si, porque são lidos pelos apresentadores de forma orgânica ou paga e, conseqüentemente, acabam pautando novas discussões. Com isso, a distância entre o apresentador e o telespectador se torna muito menor, uma vez que há uma troca constante de informações em que o conteúdo da transmissão pauta as discussões do *chat* e as discussões do *chat* pautam o conteúdo da transmissão.

Esse meio de interatividade não tem como ser desenvolvido de forma tão imediata e orgânica na TV, tornando as condições de uso e produção da *Twitch* únicas. Isso porque a televisão é um aparelho a parte, em que a participação do telespectador se dá ou de maneira presencial / física ou por meio da interação por redes sociais.

Em resumo, a *Twitch* é uma plataforma que pode ser aproveitada de diversas formas para a produção de conteúdos jornalísticos, independentes ou não, sem a necessidade de grandes investimentos em equipamentos. Para serem bem-sucedidos, todos, no entanto, precisam se adaptar ao principal diferencial da plataforma, que é a interatividade constante e imediata com o público.

Sugere-se, para estudos complementares a partir deste artigo, entender de que forma o jornalismo pode sobreviver economicamente da *Twitch*. A plataforma trabalha com um sistema de monetização, mas é necessário compreender se ele é viável por si só ou ainda dependeria de patrocínios – como a própria TV.



## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Raissa Ferreira. **Os formatos dos telejornais e a transmissão da notícia**: Uma análise sobre o Jornal Nacional e Jornal da Record na Copa do Mundo no Brasil. Juiz de Fora, 2014. Disponível em: < [https://www.ufjf.br/facom/files/2014/03/modelo\\_2014\\_monografias\\_facom\\_ufjf.pdf](https://www.ufjf.br/facom/files/2014/03/modelo_2014_monografias_facom_ufjf.pdf)>. Acesso em: 9 de abr de 2022.

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

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de tv**. São Paulo: Contexto, 2005. 141 p. (Comunicação). ISBN 8572442898.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. **A trajetória da mensagem esportiva: dos sons à imagem paulistana**. Campinas: Unicamp, 2005. Disponível em: < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/4bda965829a410175c1ec3cb770190a0.PDF>>. Acesso em: 20 de abr de 2022.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2011. 120p. (Comunicação). ISBN 8572442138.

CORRÊA, João de Deus. **Pesquisa em jornalismo**. Rio de Janeiro: Mimeo, 2003.

DORNELAS, Helena. **Mais de 700 mil! Gaules supera Casimiro e bate recorde da Twitch Brasil**. Correio Braziliense, 16 de mai de 2022. Esports. Disponível em: < <https://www.correiobraziliense.com.br/esportes/2022/05/5008271-570-mil-gaules-bate-recorde-da-twitch-brasileira-e-supera-casimiro.html>>. Acesso em: 27 de mai de 2022.

Engelplus, **Curso de Jornalismo lança novo canal em plataforma de comunicação**. 14 de set de 2021. Disponível em: < <https://www.engeplus.com.br/noticia/educacao/2021/curso-de-jornalismo-lanca-novo-canal-em-plataforma-de-comunicacao#5>>. Acesso em: 01 de mai de 2022.

FACEBOOK, **UEFA CHampions League 2018 – 2019 reúne mais de 24 milhões de torcedores no Facebook Watch na América Latina**. 12 de jun de 2019. Disponível em: < <https://about.fb.com/br/news/2019/06/uefa-champions-league-no-facebook-watch-temporada-2018-2019-reune-mais-de-24-milhoes-de-torcedores-na-america-latina/>>. Acesso em: 24 de abr. de 2022.

GASPARINO, Henrique. **Estudo da transmissão esportiva na televisão brasileira**. Bauru, 2103. 75 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Comunicação Social, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2013. Disponível em: <



<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/119227/000803557.pdf?sequen>>  
. Acesso em: 22 de abr de 2022.

GIANNINI, Alessandro. **Sinal dos tempos: TV por assinatura perde 6 milhões de clientes em 7 anos.** Veja, 06 de ago de 2021. Cultura. Disponível em: <  
<https://veja.abril.com.br/cultura/sinal-dos-tempos-tv-por-assinatura-perde-6-milhoes-de-clientes-em-7-anos/>>. Acesso em: 24 de abr de 2022.

GOAL, **DAZN: o que é, quais jogos transmite e quanto custa o serviço de streaming de esportes.** 21 de mai de 2021. Disponível em: <  
<https://www.goal.com/br/not%C3%ADcias/dazn-o-que-e-como-e-usado-e-em-quais-paises-o-novo-servico/1rt47l3bts2ra1pdlvwbt4u7k5>>. Acesso em: 24 de abr. de 2022.

GONÇALVES, Micheli Cristina de Andrade; CAMARGO, Vera Regina Toledo. **A memória da imprensa esportiva no Brasil: a história (re) contada através da literatura.** Unicamp. São Paulo: 2005. Disponível em: <  
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1815-2.pdf>>. Acesso em: 9 de abr de 2022.

GUTMANN, Juliana Freire. **O que dizem os enquadramentos de câmera no telejornal? Um olhar sobre formas audiovisuais contemporâneas do jornalismo.** Universidade Federal da Bahia. Fortaleza: 2012. Disponível em: <  
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1606-1.pdf> >. Acesso em: 10 de out de 2022.

JUNIOR, Jairo. **Gaules amplia cobertura da NBA e transmitirá mais de 90 jogos.** The Enemy, 13 de out de 2021. Esports. Disponível em: <  
<https://www.theenemy.com.br/esports/gaules-amplia-cobertura-da-nba-e-transmitira-mais-de-90-jogos>>. Acesso em: 24 de abr. de 2022.

LOPES, Fábio Hermano de Sá. **“Rádio com imagens”: uma análise das transmissões em vídeo da rádio Jovem Pan no YouTube.** João Pessoa, 2019. 69 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Centro de Comunicação, Turismo e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015. Disponível em:  
[https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/20208?locale=pt\\_BR](https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/20208?locale=pt_BR). Acesso em: 22 de abr. de 2022.

MELLO, Jacira Novaes. **Telejornalismo no Brasil. Secal,** Ponta Grossa, 2009. Disponível em: <  
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>>. Acesso em: 9 de abr de 2022.

MÉDOLA, Ana Silvia Lopes Davi; Silva, Elissa Schpallir. **Segunda tela e a reconfiguração das práticas comunicacionais no processo de fruição de televisão.** Revista **Famecos**, Porto Alegre, mar 2015. Disponível em: <  
<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/19107> >. Acesso: 10 de out de 2022.



NETTO, Renata Soares. **Inovação na mídia tradicional esportiva televisiva: o caso ESPN do Brasil**. 2020, 182 p. Dissertação (Mestrado em Produção Jornalística e Mercado) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2020. Disponível em: < <https://tede2.espm.br/handle/tede/486>>. Acesso em: 22 de abr de 2022.

PAYÃO, Felipe. Facebook vai transmitir jogo de futebol ao vivo. TecMundo, 24 de mai de 2016. Disponível em: < <https://www.tecmundo.com.br/futebol/105178-facebook-transmitir-jogo-futebol-vivo.htm>>. Acesso em: 24 de abr. de 2022.

ROLDÃO, Ivete Cardoso do Carmo. Poucas palavras: um estudo da linguagem oral no telejornalismo brasileiro. PUC-Campinas. Campo Grande, 2001. Disponível em: < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/152410570687854250038456548030505924092.pdf>>. Acesso em: 10 de out de 2022.

SILVA, Alexandre Alves da. De Léo Batista a Tadeu Schmidt: a evolução da nota coberta no telejornalismo esportivo. In: Encontro de História da Mídia da Região Norte, 1, 2010, Palmas. **Anais**. Campo Grande: Alcar. 2010. 15.

SERRANO, Rafael Meneguzzi. **Streaming Media: Twitch.tv e a percepção dos usuários em relação a plataforma**. Passo Fundo, 2015. 90 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Superior) – Faculdade de Artes e Comunicação Curso de Publicidade e Propaganda, Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2015. Disponível em: < <http://repositorio.upf.br/handle/riupf/1114>>. Acesso em: 22 de abr de 2022.

SILVA, Alexandro Mota da. **Jornalismo Live Streaming: Um estudo das apropriações jornalísticas da tecnologia de transmissão audiovisual ao vivo no Facebook**. 2019, 282 p. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2019. Disponível em: < <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31966>>. Acesso em: 22 de abr. de 2022.

SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo live *streaming*: tempo real, mobilidade e espaço urbano. In: **VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, UESP (Universidade Metodista de São Paulo), São Bernardo do Campo. Anais... São Bernardo do Campo: 2008 Disponível em: < <https://silo.tips/download/jornalismo-live-streaming-tempo-real-mobilidade-e-espao-urbano>>. Acesso em: 22 abr. 2022.

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas**. Monografia (Bacharel em Jornalismo) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <



<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/22683/000740013.pdf> >. Acesso em: 10 de out de 2022.

TECHTUDO, **YouTube vai transmitir Copa do Rei com Barcelona ao vivo no Brasil**. 30 de out de 2015. Disponível em: < <https://www.techtudo.com.br/noticias/2015/10/youtube-vai-transmitir-copa-do-rei-com-barcelona-ao-vivo-no-brasil.ghtml>>. Acesso em: 24 de abr de 2022.

UOL, **Jornal da Band será transmitido ao vivo no Facebook**. 8 de jul de 2016. Disponível em: < <https://www.band.uol.com.br/noticias/jornal-da-band/videos/jornal-da-band-sera-transmitido-ao-vivo-no-facebook-15921886>> . Acesso em: 10 de abr de 2022.

UOL, **Streamer Casimiro vai transmitir 16 jogos do Campeonato Carioca na Twitch**. 22 de jan de 2022. Disponível em: < <https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/enm/2022/01/22/streamer-casimiro-vai-transmitir-16-jogos-do-campeonato-carioca-na-twitch.htm>>. Acesso em: 24 de abr. de 2022.

VAQUER, Gabriel. **Band fecha acordo com DAZN, oficializa Série C e volta ao futebol nacional**. UOL, 12 de ago de 2020. Disponível em: < [VAQUER, Gabriel. \*\*RedeTV! Fecha acordo com DAZN e compra Campeonatos Mexicano e Turco\*\*. UOL, 29 de jan de 2020. Disponível em: < <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/redetv-fecha-acordo-com-dazn-e-compra-campeonatos-mexicano-e-turco>>. Acesso em: 24 de abr. de 2022.](https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2020/08/12/band-fecha-acordo-com-dazn-oficializa-serie-c-e-volta-ao-futebol-nacional.htm#:~:text=Band%20fecha%20acordo%20com%20DAZN%2C%20oficializa%20S%C3%A9rie,e%20volta%20ao%20futebol%20nacional&text=A%20Band%20oficializou%20hoje%20(12,partir%20deste%20fim%20de%20semana.>. Acesso em: 24 de abr. de 2022.</p></div><div data-bbox=)

VIELA, Mateus Dias; SILVA; João Guilherme Barrone Reis. **A TV Digital e a Interatividade: um olhar sobre as possibilidades da TV interativa**. Universidade Federal de Pelotas, 2012. Disponível em: < <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Arte/article/viewFile/1690/1570> >. Acesso em: 10 de out de 2022.