

Casimiro Miguel: a “espontaneidade programada” e a (re)configuração da televisão na Cultura da Conexão no Brasil

Casimiro Miguel: “programmed spontaneity” and the (re)configuration of television in the Culture of Connection in Brazil

Casimiro Miguel: “espontaneidad programada” y la (re)configuración de la televisión en la Cultura de la Conexión en Brasil

Carolina Frazon TERRA¹
Adeílson Toledo TORRES²

Resumo

O artigo analisa Casimiro Miguel como um fenômeno midiático no Brasil, destacando sua habilidade em integrar mídias tradicionais e digitais. Casimiro é descrito como um *media hub*, conectando plataformas e públicos de maneira inovadora. O texto introduz conceitos como "espontaneidade programada" e "efemeridade programada", que descrevem como ele constrói suas transmissões ao vivo, criando uma sensação de autenticidade e urgência. A trajetória de Casimiro é analisada como um exemplo de hibridização entre Conteúdo Gerado por Usuários Profissionais (PUGC) e Conteúdo Gerado Profissionalmente (PGC), impactando a experiência da televisão na cultura da conexão. O UGC (Conteúdo Gerado pelo Usuário) é definido como conteúdo criado por usuários para plataformas online, sem fins lucrativos.

Palavras-chave: Casimiro Miguel, *media hub*, espontaneidade programada, efemeridade programada, cultura da conexão.

Abstract

The article examines Casimiro Miguel as a media phenomenon in Brazil, highlighting his ability to integrate traditional and digital media. Casimiro is portrayed as a "media hub," connecting platforms and audiences innovatively. The text discusses concepts like "programmed spontaneity" and "programmed ephemerality," describing how he

¹ Professora doutora do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Universidade de São Paulo (USP). Orcid: 0000-0003-4016-3747. E-mail: carolterra@usp.br

² Doutorando da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP). Orcid: https://orcid.org/0009-0003-4135-4091. E-mail: adeilson.torres@usp.br



constructs his live broadcasts to create a sense of authenticity and urgency. Casimiro's journey is analyzed as an example of hybridization between Professionally User-Generated Content (PUGC) and Professionally Generated Content (PGC), impacting the television experience in the connection culture. UGC (User-Generated Content) is defined as content created by users for online platforms without profit motives.

Keywords: Casimiro Miguel, media hub, programmed spontaneity, programmed ephemerality, connection culture.

Resumen

El artículo examina a Casimiro Miguel como un fenómeno mediático en Brasil, destacando su habilidad para integrar medios tradicionales y digitales. Casimiro es presentado como un "hub de medios," conectando plataformas y audiencias de manera innovadora. El texto discute conceptos como "espontaneidad programada" y "efemeridad programada," describiendo cómo construye sus transmisiones en vivo para crear una sensación de autenticidad y urgencia. El recorrido de Casimiro se analiza como un ejemplo de hibridación entre Contenido Generado por Usuarios Profesionales (PUGC) y Contenido Generado Profesionalmente (PGC), impactando la experiencia televisiva en la cultura de conexión. El UGC (Contenido Generado por el Usuario) se define como contenido creado por usuarios para plataformas en línea sin fines de lucro.

Palabras clave: Casimiro Miguel, hub de medios, espontaneidad programada, efemeridad programada, cultura de conexión.

Introdução

A cultura da conexão no Brasil se caracteriza por uma crescente integração entre mídias tradicionais e digitais, impulsionada pela popularidade de youtubers, *streamers*, influenciadores digitais, e pela força das redes sociais no país. Segundo o relatório *We Are Social & Hootsuite* (Kemp, 2024), havia 187,9 milhões de usuários de mídia social no Brasil em fevereiro de 2024, o equivalente a 86,6% da população total do país, no período da pesquisa.

Esse cenário, permeado pelas dinâmicas de convergência, participação e inteligência coletiva (Jenkins, 2006), propicia o surgimento de figuras que desafiam os modelos tradicionais de comunicação e reinventam a lógica dos meios de comunicação de massa. Nesse contexto, Casimiro Miguel, *streamer* e influenciador digital, destaca-se como um fenômeno midiático que transcende a figura do produtor de conteúdo, consolidando-se com o que chamaremos de *media hub*, pois conecta plataformas, conteúdos e públicos de forma inovadora. Sua trajetória, marcada por uma aparente



espontaneidade em suas transmissões ao vivo, revela, na verdade, um processo de construção meticuloso que se apoia em um profundo conhecimento da dinâmica da mídia e um domínio das ferramentas de interação da era digital.

Este artigo, a partir de um estudo de caso sobre Casimiro Miguel, investiga como sua experiência com a televisão tradicional o impulsionou na construção de uma plataforma híbrida entre diferentes tipos de conteúdo digital. Compreenderemos essa hibridização a partir de três conceitos: Conteúdo Gerado pelo Usuário (UGC), Conteúdo Gerado por Usuários Profissionais (PUGC)³ e conteúdo gerado profissionalmente (PGC)⁴. O UGC, como definido por Chen (2018), é "aquele criado por usuários para plataformas online, sem fins lucrativos". Já o PUGC, segundo o mesmo autor, é "o conteúdo produzido por usuários que possuem expertise em uma determinada área, que pode ser monetizado e que se aproxima dos padrões de qualidade do conteúdo profissional" (Chen, 2018). Por fim, o PGC é aquele criado por empresas de mídia e profissionais com fins comerciais. Nosso argumento é que Casimiro Miguel, ao transitar entre o PUGC e o PGC, cria um modelo híbrido de produção e consumo de mídia, que impacta o cenário midiático brasileiro, contribuindo para uma perspectiva relevante para a experiência da televisão na cultura da conexão.

As *lives* de Casimiro, longas e descontraídas, desafiam a tendência da mídia digital de produzir conteúdo curto e de fácil consumo, criando um paralelo com a experiência da televisão tradicional, mas em um novo ambiente digital e interativo. Sua presença multiplataforma – transitando entre Twitch, YouTube, Twitter/X e TikTok – exemplifica o que Jenkins (2006) define como cultura da convergência, em que velhas e novas mídias colidem e o poder do produtor e do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis, reiterando Casimiro como figura central do seu *media hub*.

Para compreendermos a centralidade de Casimiro no cenário midiático brasileiro, é fundamental explorar o conceito de *hub* a partir da teoria de redes, que analisa a estrutura e a dinâmica de sistemas complexos como a internet. Em "Linked: A Nova Ciência dos Networks", Albert-László Barabási define *hubs* como:

[...] nós ou hubs altamente conectados. Esses hubs, como o Yahoo! ou Amazon.com, são extremamente visíveis - para onde quer que nos viremos, sempre existe um outro link apontando na direção deles. Na rede que se encontra por trás da Web, muitos nós não populares ou

³ Professionally User-Generated Content.

⁴ Professionally Generated Content.



pouco percebidos, que possuem apenas um pequeno número de links, são sustentados por esses poucos sites da Web altamente conectados. (2002, p. 52)

Os *hubs* se destacam em redes complexas por possuírem uma quantidade desproporcional de conexões, o que os torna pontos de referência e facilita a navegação e a circulação de informações. No contexto da mídia, podemos entender um *media hub* como um indivíduo, empresa ou plataforma que agrega e distribui conteúdo de diversas fontes, conectando diferentes plataformas, públicos e fluxos midiáticos. Casimiro Miguel, com sua presença multiplataforma, sua capacidade de ressignificar conteúdos e seu poder de engajar uma vasta audiência, se configura, *a priori*, como um *media hub* que redefine a experiência da televisão na cultura da conexão brasileira.

Um exemplo dessa convergência foi a transmissão da Eurocopa 2024, segundo a qual, através da marca CazéTV, foram transmitidos 25 jogos exclusivos na Twitch, YouTube, Samsung TV Plus e Prime Video. Segundo Rodrigues (2024), os números das audiências médias somaram mais de um milhão de pessoas, e mais de 10 milhões de dispositivos únicos. Números tão expressivos comprovam não só a relevância deste *media hub*, mas também como a propagabilidade em múltiplas plataformas ocasionadas por parcerias entre PUGC e PGC se mostram promissoras, sobretudo com a notável participação na maior parte da programação do próprio Casimiro, que personifica a marca CazéTV.

Embora a propagação de conteúdo por *media hubs* provoque transformações culturais significativas, este artigo privilegia uma abordagem fenomenológica do tema, reconhecendo, contudo, a relevância da perspectiva cultural, conforme apontam Jenkins, Ford e Green (2013):

(...) usamos termos e expressões como “propagar”, “propagável”, “propagabilidade” para descrever essas formas cada vez mais penetrantes de circulação da mídia. A “propagabilidade” se refere ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios, às vezes com a permissão dos detentores dos direitos autorais, às vezes contra o desejo deles. (..), queremos desafiar os leitores a refletir sobre as metáforas que todos usamos quando falamos sobre como conteúdos se movimentam através do cenário cultural, a fim de resistir a uma terminologia que poderia distorcer a maneira como compreendemos essas tendências e continuar buscando termos que descrevam com mais exatidão a complexidade dos modos como todos nos envolvemos com textos na mídia. (Jenkins, Ford e Green, 2013, p. 19-20)



A seguir, entre diversas possibilidades metafóricas propomos o uso do termo “programável” para acompanhar outros termos, iremos utilizá-lo para analisar as características específicas dos conteúdos produzidos por Casimiro, evidenciando como certas artificialidades são estrategicamente construídas e propagadas, contribuindo para transformações na cultura da conexão, que de alguma forma emula a percepção de seguir uma programação, como na era da televisão clássica, já apontada por Arlindo Machado (2000) como uma poética da transmissão ao vivo, que neste caso é transmitida pela internet.

Como primeiro exemplo, propomos o conceito de “espontaneidade programada”, que identificamos como uma forma de parecer que tudo que está acontecendo numa transmissão está sendo improvisado ou adaptado de acordo com a fluidez da conversa dos apresentadores. Como observa Machado (2000), mesmo quando se tenta controlar todos os aspectos de uma transmissão ao vivo através de convenções e materiais *stand-by*, não se consegue alterar sua natureza essencial, criando uma tensão permanente entre o planejado e o improvisado. Essa programação anterior à transmissão, que provavelmente exige um roteiro, reunião de pauta, entre outras práticas comuns num ambiente de produção televisiva, se mantém nisto que chamamos de 'espontaneidade programada', mas fica menos aparente, e vez ou outra vem à tona indícios de tal estrutura e fluxo de trabalho comum para grandes produções, mas esses sinais são percebidos somente aos mais atentos.

O conceito de "espontaneidade programada" dialoga diretamente com a expressão “amadorismo calibrado” de Crystal Abidin (2017, p. 1), assim definida:

O amadorismo calibrado é uma prática e estética em que atores em uma economia de atenção trabalham especificamente na elaboração de uma autenticidade artificial que retrata a estética crua de um amador, independentemente de serem ou não amadores por status ou prática, ao se apoiarem na ecologia de desempenho de plataformas apropriadas, recursos, ferramentas, linguagem cultural e capital social⁵.

Ou seja, a espontaneidade programada que defendemos se aproxima desse amadorismo calibrado, à medida em que os agentes forjam ambas. Mesmo que sejam

⁵ Calibrated amateurism is a practice and aesthetic in which actors in an attention economy labor specifically over crafting contrived authenticity that portrays the raw aesthetic of an amateur, whether or not they really are amateurs by status or practice, by relying on the performance ecology of appropriate platforms, affordances, tools, cultural vernacular, and social capital. (tradução nossa)



profissionais produzindo conteúdo, simulam o amadorismo como maneira de aproximação das audiências.

O artigo analisará como Casimiro constrói um modelo de produção e consumo de mídia que reconfigura a experiência da televisão na cultura da conexão brasileira. Será investigado como sua estética caseira e sua habilidade em traduzir conteúdos complexos para uma linguagem acessível o aproximam do público, consolidando-o como um "líder tribal" na "aldeia global" do *streaming*, redefinindo a relação entre produtores e audiência e impactando a produção e o consumo de mídia no país. Em termos metodológicos, este estudo de caso sobre Casimiro Miguel combina análise de conteúdo de seus vídeos e publicações nas redes sociais com uma revisão bibliográfica das obras de autores como Henry Jenkins, Marshall McLuhan, José van Dijck e Byung-Chul Han, a fim de traçar um panorama da cultura da conexão e seus reflexos na mídia brasileira. A pesquisa abordará a trajetória profissional de Casimiro na televisão tradicional e sua influência na construção de sua persona digital; a exploração da "efemeridade programada" em suas *lives* e como ela se contrapõe ao conteúdo sob demanda; a expansão de seu alcance como *media hub* multiplataforma, transitando entre diferentes plataformas; a construção de sua "autenticidade programada" em contraste com a artificialidade da hipercultura digital; a inversão da lógica da comunicação de massa e a cultura participativa em suas transmissões; e a transformação da "resenha" em uma experiência digital compartilhada e globalizada.

Discussão: a construção de Casimiro como *Media Hub*

- *Do "Homem da Mídia" ao Media Hub: a trajetória híbrida de Casimiro*

A trajetória de Casimiro Miguel demonstra como a experiência na mídia tradicional pode impulsionar a construção de um *media hub* de sucesso na era digital. Sua passagem pelo canal Esporte Interativo (atual TNT Sports), de 2014 a 2020, representou uma imersão em um ambiente midiático em constante transformação. A convergência entre plataformas *online* e *offline*, a diversificação de conteúdos e as novas práticas de consumo exigiam que as empresas de mídia buscassem novas estratégias para se conectar com o público, especialmente o público jovem, ávido por novas experiências e linguagens. O próprio Esporte Interativo, buscando adaptar-se a esse novo cenário, experimentou novas formas de produção e linguagem, investindo



em programas como "EI Games" e "De Sola", que exploravam o humor e a informalidade para aproximar-se desse público.

Ao ingressar no Esporte Interativo em 2014, Casimiro demonstrou habilidade em se conectar com o público, utilizando uma linguagem informal e humor irreverente ao falar de futebol, elementos que o canal buscava incorporar em sua programação. Ele participou ativamente dos experimentos do canal, o que o impulsionou a desenvolver sua própria voz e estilo de comunicação. A familiaridade com os bastidores da produção televisiva e com as expectativas do público o preparou para, posteriormente, desenvolver seus próprios formatos de programa nas plataformas digitais.

A criação de seu canal na Twitch, em 2018, marca sua passagem de "homem da mídia" para *media hub*. Casimiro migra para o ambiente digital trazendo consigo seu capital, ou seus capitais, caso consideremos que o capital possui três dimensões: econômico, cultural e social (Bourdieu, 2007, p. 107). Em suma, as *expertises* construídas na televisão expressam estes capitais, para além de um conjunto de conhecimentos técnicos. Entendemos que Casimiro detenha tais capitais e habilidade de construir uma programação regular para suas *lives*, gerenciar a interação com o público e utilizar a linguagem da TV de forma inovadora. Vale ressaltar que o acúmulo destes diferentes tipos de capitais tende a ser gradual no ambiente digital, sendo construído através de acordos comerciais, parcerias e experiências acumuladas ao longo da trajetória dos produtores de conteúdo, similar ao que ocorre com empresas de mídia tradicionais, bem como por meio das legitimações de sua audiência, seja assistindo aos seus conteúdos, reproduzindo sob outros formatos (cortes, por exemplo) ou se engajando sob a forma de comentários.

Além disso, compreendendo a força da "mídia propagável" (Jenkins, Ford e Green, 2013), Casimiro expande seu alcance para além da Twitch, criando canais no YouTube, perfis em redes sociais e incentivando o compartilhamento de seus bordões. Ele consolida, assim, sua posição como um *media hub*, um nó central na rede de fluxos midiáticos, conectando diferentes plataformas, públicos e conteúdos. Sua habilidade em negociar e estabelecer parcerias com grandes empresas de mídia, como YouTube, Amazon Prime Video e entidades como a Federação Internacional de Futebol (FIFA) e o Comitê Olímpico Internacional (COI), demonstra sua capacidade de transitar entre o mundo do entretenimento e o mundo dos negócios, consolidando seu modelo híbrido de produção e consumo de mídia.



- A “*efemeridade programada*”: criando valor na “*Cultura da Conexão*”

Para este estudo, propomos o conceito de “efemeridade programada”. A efemeridade caracteriza-se por sua natureza breve, passageira e temporária, similar à experiência de uma performance artística. Nesse contexto, consideramos efêmero o momento único de uma expressão - seja uma fala, um olhar ou um movimento. O termo “programada”, já justificado anteriormente neste texto, enfatiza a artificialidade de seguir uma sequência predefinida de ações.

A “efemeridade programada” refere-se à sensação de urgência em acompanhar algo em tempo real, similar à experiência de assistir a um jogo de futebol ao vivo, pela consciência de que aquele momento não se repetirá. As plataformas potencializam essa experiência através de recursos técnicos como alertas, destacando especialmente as transmissões ao vivo de grandes streamers, como exemplifica o caso do Casimiro na Twitch.

Embora os conceitos apresentados contribuam para o fenômeno, o elemento crucial para o sucesso de Casimiro Miguel como media hub reside em uma estratégia específica: suas longas transmissões ao vivo raramente são disponibilizadas na íntegra posteriormente. Esta característica deliberada cria uma sensação de urgência e exclusividade, forçando o público a acompanhar as lives em tempo real, o que intensifica naturalmente o engajamento e a experiência compartilhada.

Voltamos a relacionar essa dinâmica ao que Arlindo Machado (2000) observa sobre a televisão ao vivo, que, ao operar em tempo presente, cria uma experiência única e irrepetível, conectando os espectadores em torno de eventos que acontecem simultaneamente à sua recepção. Assim como na televisão, a transmissão ao vivo no ambiente digital de Casimiro reforça a ideia de que o “aqui e agora” é o elemento central para a construção de uma experiência coletiva e culturalmente significativa.

Essa estratégia dialoga com o conceito de McLuhan (1964) de “aldeia global”, um espaço de comunicação instantânea e tribalizado criado pelos meios eletrônicos. No entanto, enquanto McLuhan entende a “aldeia global” como um meio de convivência civilizatório, nossa abordagem propõe o conceito de *media hub* como um sistema que organiza e distribui fluxos de informação e interação em tempo real. Nas plataformas digitais, o *media hub* não apenas conecta indivíduos, mas também estrutura a experiência coletiva, funcionando como um ponto de convergência de



capitais culturais, sociais e econômicos. Assim, Casimiro não apenas recria a "aldeia global" no ambiente digital, mas também a transforma em um sistema dinâmico de produção e distribuição de conteúdo, onde a interação em tempo real e a efemeridade das transmissões reforçam o senso de pertencimento e de comunidade.

Como Machado (2000) aponta, a transmissão ao vivo, tanto na televisão quanto no ambiente digital, carrega uma tensão entre o imprevisto e o planejamento, entre o fluxo contínuo e a estrutura programada. Essa característica é essencial para entender como Casimiro utiliza o *chat* em tempo real para aproximar o público e criar uma sensação de comunidade. A participação ao vivo, combinada com a efemeridade das transmissões, intensifica a autenticidade da experiência e reforça o valor do momento presente, elementos que Machado identifica como centrais na poética da transmissão ao vivo.

Casimiro compreende a força do agora em um ambiente midiático onde a atenção se torna um bem escasso e valioso. Sua estratégia se contrapõe à lógica do conteúdo sob demanda (*on demand*), típico das plataformas digitais, que fragmenta a audiência e dilui a experiência do consumo. Ao priorizar o "ao vivo", ele captura a atenção do público de forma mais eficaz, criando um paralelo com a experiência da televisão tradicional, mas explorando as ferramentas de interação da era digital para intensificar o engajamento da audiência e assim desafiando a tendência da mídia digital de produzir conteúdo curto e de fácil consumo.

- *Casimiro multiplataforma: estratégias de convergência e propagação*

Casimiro Miguel expande seu alcance para além da Twitch, criando uma forte presença no YouTube, Twitter/X e TikTok, demonstrando sua compreensão da "cultura da convergência" (Jenkins, 2006) e da "mídia propagável" (Jenkins, Ford e Green, 2013). Ele se torna um "homem da mídia" (Han, 2018) da era digital, capaz de navegar no "hiperespaço de possibilidades" (Han, 2019, p. 18) e se conectar com um público globalizado.

O canal "Cortes do Casimiro" no YouTube exemplifica essa estratégia. Os "melhores momentos" de suas *lives*, transformados em "mídia propagável", expandem seu alcance para novos nichos. Os vídeos curtos, com títulos chamativos (*clickbaits*) e formatados para a plataforma, atraem a atenção do público e o convidam a conhecer o universo de Casimiro. No YouTube, ele se beneficia do algoritmo da plataforma, que



recomenda vídeos com base nos interesses dos usuários, expandindo seu alcance de forma orgânica e respondendo à lógica algorítmica das plataformas (Karhawi e Ramos, 2023).

No Twitter/X e no TikTok, Casimiro explora a instantaneidade e o formato de vídeos curtos para manter uma presença constante na mente de seus seguidores, utilizando memes, gifs, trechos de suas *lives* e outros conteúdos que se adequam à lógica de cada plataforma. Ele reconhece a importância da "mídia propagável" em um ambiente saturado, onde a atenção se torna um bem escasso e valioso. Ao criar conteúdo que se propaga facilmente, ele garante que sua marca se mantenha presente na mente do público.

Ao transitar entre plataformas, Casimiro adapta seu conteúdo e linguagem, construindo pontes entre comunidades online e expandindo o alcance de seu *media hub*. Ele demonstra que o sucesso na cultura da conexão depende da habilidade de navegar pelas diferentes plataformas, de adaptar o conteúdo às suas especificidades e de se conectar com diferentes públicos, respondendo às suas demandas e expectativas.

- *A estética "caseira" e a autenticidade: subvertendo a lógica do espetáculo*

Casimiro Miguel subverte a lógica da performance, predominante na cultura digital ao cultivar uma estética caseira em suas transmissões, mesmo com a possibilidade de investir em uma produção mais profissionalizada. Essa escolha por uma produção de "baixa resolução", com webcam e cenário simples, reforça sua autenticidade e o aproxima do público, conectando-o à "fome de realidade" de sua audiência. Carreiro (2018, p. 161), ao analisar a estética da imperfeição em diversos produtos audiovisuais, se refere a essa lógica da estética caseira: "Qualquer produto que pareça fruto de atividade amadora, nos últimos anos, tem ganhado capital cultural (Bourdieu, 2007) baseado na aura de espontaneidade e casualidade neles injetada, muitas vezes, de forma simulada".

A "autenticidade programada" se articula com os elementos da "superexposição" (Han, 2018) e da "hipercultura" (Han, 2019) através da exposição dos bastidores e da aparente sujeira do não-editado. A simplicidade do cenário, a informalidade da linguagem, as gírias e os bordões reforçam a percepção de Casimiro como uma figura "real", próxima e acessível. Em "Casimiro responde críticas sobre a qualidade da sua live" (2021), ele explicita sua preferência pela estética caseira,



rejeitando os padrões de produção profissionais, o que reforça essa construção calculada de autenticidade.

A "espontaneidade programada" de Casimiro, sua estética caseira e sua linguagem informal são elementos constitutivos do espetáculo contemporâneo (Debord, 1997). Para Debord, o espetáculo representa a própria sociedade, as relações sociais mediadas por imagens, onde tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação (Debord, 1997). Suas *lives*, cuidadosamente planejadas para gerar engajamento, não escapam dessa lógica espetacular - ao contrário, a reforçam através de uma aparente autenticidade que, paradoxalmente, torna-se mais uma camada do espetáculo. Como observa Debord, "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens" (1997, p. 14). Nesse sentido, a "autenticidade programada" opera como uma estratégia de adaptação à lógica espetacular, onde mesmo a busca por "realidade" e "proximidade" se torna parte da mediação entre público e conteúdo. Casimiro se posiciona como um mediador que, ao mesmo tempo em que parece desafiar as convenções do espetáculo através de sua estética caseira, reforça e atualiza seus mecanismos em um ambiente midiático saturado de imagens e representações.

- *A TV a serviço do Media Hub: cultura participativa e hibridização midiática*

Casimiro Miguel exemplifica uma significativa transformação na relação entre meios de comunicação de massa e plataformas digitais. Tradicionalmente, os meios de comunicação de massa se apropriam das plataformas digitais para expandir seu alcance e influência. No entanto, Casimiro inverte essa lógica ao transformar a televisão em um instrumento a serviço de sua plataforma, respondendo aos desejos de sua audiência de forma ativa e participativa. Essa dinâmica, presente em sua "espontaneidade programada" e em sua presença multiplataforma, reflete a "cultura da conexão" (Van Dijck, 2013) e a "cultura participativa" (Jenkins, 2006).

Um exemplo concreto dessa inversão ocorre quando ele integra um repórter ao vivo em sua *live* após solicitação do público (Casimiro, 2022). Neste momento, a televisão, tradicionalmente emissora unidirecional de conteúdo, passa a responder ao desejo da audiência de uma plataforma digital. Essa cena ilustra como Casimiro usa as ferramentas da mídia tradicional, adaptando-as à lógica da "cultura participativa" (Jenkins, 2006), onde o espectador assume um papel ativo na construção do conteúdo.



A "espontaneidade programada", assim como na Televisão, “a tentativa se confunde com o resultado, o ensaio com o produto final” (Machado, 2000, p. 131) e intensifica essa nova dinâmica de consumo midiático. Como Jenkins (2006) argumenta, não se trata de um meio substituir o outro, mas de uma coexistência onde velhas e novas mídias interagem de modos cada vez mais complexos. Casimiro define uma estrutura para suas *lives*, mas se deixa influenciar pelas demandas do *chat*, criando um espaço de diálogo e colaboração que exemplifica essa coexistência.

Essa hibridização entre plataformas digitais e televisão demonstra o que Jenkins (2006) chama de "cultura da convergência", onde diferentes meios de comunicação coexistem e se complementam, em vez de se substituírem. Enquanto parte do público continua consumindo televisão de forma tradicional, seguindo uma programação linear e sem interação direta, outro segmento busca uma experiência mais participativa, frequentemente utilizando múltiplas telas simultaneamente. Casimiro capitaliza essa tendência ao criar um ambiente onde a televisão serve como mais um elemento em sua estratégia multiplataforma, sem necessariamente substituir ou diminuir o papel da mídia tradicional.

- *A "resenha" digital: reconfigurando um ritual social na Era da Conexão*

As *lives* de Casimiro durante jogos de futebol exemplificam como elementos da cultura tradicional são reconfigurados no ambiente digital. A "resenha", um traço cultural brasileiro que significa assistir futebol coletivamente, é transformada em um espetáculo mediático que, como observa Debord (1997), não se resume apenas a um conjunto de imagens, mas representa uma relação social mediada por imagens. Os comentários irreverentes, reações espontâneas e interações com o *chat* não apenas reproduzem, mas espetacularizam a experiência tradicional da "resenha".

A circulação desse conteúdo nas redes sociais, através de trechos das transmissões e memes, exemplifica o que Jenkins (2006) identifica como característica fundamental da cultura da convergência: a transformação das práticas culturais no ambiente digital. Como o autor argumenta, "a convergência representa uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos dispersos" (Jenkins, 2006, p. 30). Os fragmentos das *lives* de Casimiro circulam por diferentes plataformas, expandindo o alcance da "resenha" para além do momento ao vivo.



Este processo de digitalização da "resenha" demonstra como as práticas culturais são reconfiguradas no ambiente das múltiplas plataformas. O público participa ativamente desse processo ao compartilhar, comentar e criar novos conteúdos a partir das transmissões originais. Como observa Jenkins (2006, p. 31), "a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros". Assim, a "resenha" digital de Casimiro não apenas preserva elementos da cultura tradicional, mas os reconfigura através das possibilidades oferecidas pelas plataformas digitais.

Resultados: (re)tribalização da audiência

A construção da marca pessoal de Casimiro Miguel exemplifica como influenciadores digitais contemporâneos conseguem formar comunidades engajadas ao seu redor. Como observado na análise do canal Cortes do Casimiro, o *streamer* desenvolveu uma identidade consistente através de características específicas em sua produção de conteúdo - horizontalidade, intimidade, coconstrução e narrativa identificatória - que permitem criar conexões autênticas com sua audiência.

O fenômeno vai além da simples transmissão de conteúdo: Casimiro estabeleceu o que pode ser entendido como uma "tribo digital", onde seus seguidores não apenas consomem seu conteúdo, mas reproduzem seus bordões, gírias e maneirismos em suas próprias interações sociais. Esta dinâmica reflete o que a análise do canal demonstrou sobre a construção de sua marca humana - um processo onde a autenticidade e a consistência na produção de conteúdo geram identificação e sentimento de pertencimento.

Como *media hub*, Casimiro consegue centralizar diferentes modalidades de conteúdo - do esporte ao entretenimento - mantendo uma linguagem própria que é replicada por seus colaboradores e absorvida por sua audiência. Esta capacidade de criar um "ambiente total" de comunicação é particularmente relevante quando observamos que seus diversos canais de conteúdo (Twitch, YouTube, CazéTV) mantêm a mesma identidade e forma de comunicação, permitindo que sua comunidade se reconheça e se conecte independentemente da plataforma.

A formação desta comunidade digital demonstra como as práticas culturais são reconfiguradas no ambiente das múltiplas plataformas. O público participa ativamente desse processo ao compartilhar, comentar e criar novos conteúdos a partir das transmissões originais. Esta dinâmica de participação e pertencimento transcende a



simples relação influenciador-seguidor, criando um verdadeiro fenômeno de retribalização mediada pela tecnologia, onde a autenticidade e a consistência na comunicação são fundamentais para manter a coesão do grupo.

Nesse contexto, o fenômeno Casimiro Miguel, analisado sob a perspectiva da cultura da conexão, alcança uma dimensão ainda maior quando observamos seus resultados expressivos. A CazéTV, por exemplo, consolidou-se rapidamente como um dos principais canais de esportes do YouTube no Brasil, com milhões de inscritos e uma audiência massiva. Esse crescimento acelerado, como destaca Simon (2024), é fruto de uma combinação de fatores, incluindo a linguagem descontraída e identificável das transmissões, a qualidade técnica e a capacidade de criar conteúdo viral. Esses resultados demonstram o poder da "mídia propagável" (Jenkins, Ford e Green, 2013) e a importância da construção de uma "marca forte" no ambiente digital.

A presença de Casimiro como um *media hub* se consolida justamente na sua capacidade de transitar entre diferentes modalidades de produção de conteúdo. Ele não se limita a ser apenas um criador de conteúdo gerado pelo usuário (UGC), como em seus primeiros vídeos na internet. Sua atuação engloba também o conteúdo gerado por usuários profissionais (PUGC), como nas transmissões da CazéTV com uma equipe e uma estrutura de produção mais profissionalizada, e o conteúdo gerado profissionalmente (PGC), como em suas parcerias com grandes empresas de mídia. Essa hibridização entre UGC, PUGC e PGC é um dos pilares de seu sucesso, permitindo que ele alcance diferentes públicos e se adapte às demandas de um cenário midiático em constante transformação.

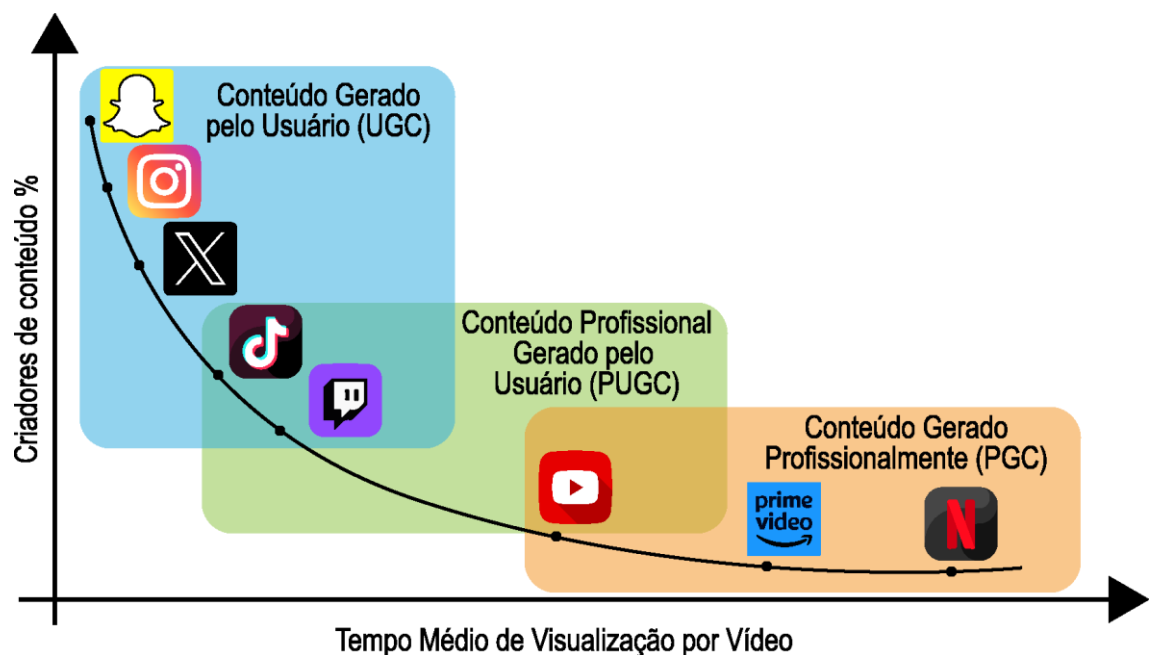
No entanto, é importante ressaltar que o fenômeno "Casimiro Miguel", com sua "espontaneidade programada" e sua "autenticidade programada", não é um acontecimento isolado ou um produto apenas de sua individualidade. Ele é um construto complexo, resultado da interação de diversos fatores – individuais, sociais, culturais, tecnológicos e econômicos – que se manifestam em suas práticas midiáticas e na sua relação com o público. As análises e interpretações apresentadas neste artigo são, portanto, propostas que buscam compreender a complexidade desse fenômeno, sem a pretensão de esgotar todas as suas nuances ou de oferecer uma explicação definitiva.

Como proposta, a Figura 1 ilustra a relação entre plataformas de mídia social, tipos de criadores de conteúdo e tempo médio de visualização por vídeo. Ela funciona como um guia, um instantâneo de um cenário dinâmico, e não como uma classificação



definitiva. Plataformas como o YouTube, embora predominantemente associadas a conteúdo gerado por usuários profissionais (PUGC) e conteúdo gerado profissionalmente (PGC), também comportam conteúdo gerado pelo usuário (UGC). Um exemplo disso é a própria iniciativa do YouTube Originals, com séries e filmes produzidos pela plataforma, característica típica de PGC, coexistindo com o conteúdo de milhares de criadores menores e canais de nicho. A Figura 1 busca ilustrar como o tempo médio de visualização, incentivado pelos algoritmos e ferramentas de cada plataforma, tende a privilegiar determinados tipos de conteúdo e de criadores, tornando a plataforma mais conhecida por um nicho específico.

Figura 1: Exemplificação de plataformas e suas predominâncias por tipos de criadores de conteúdo.



Fonte: Adaptado de CHEN, Y. (2018).

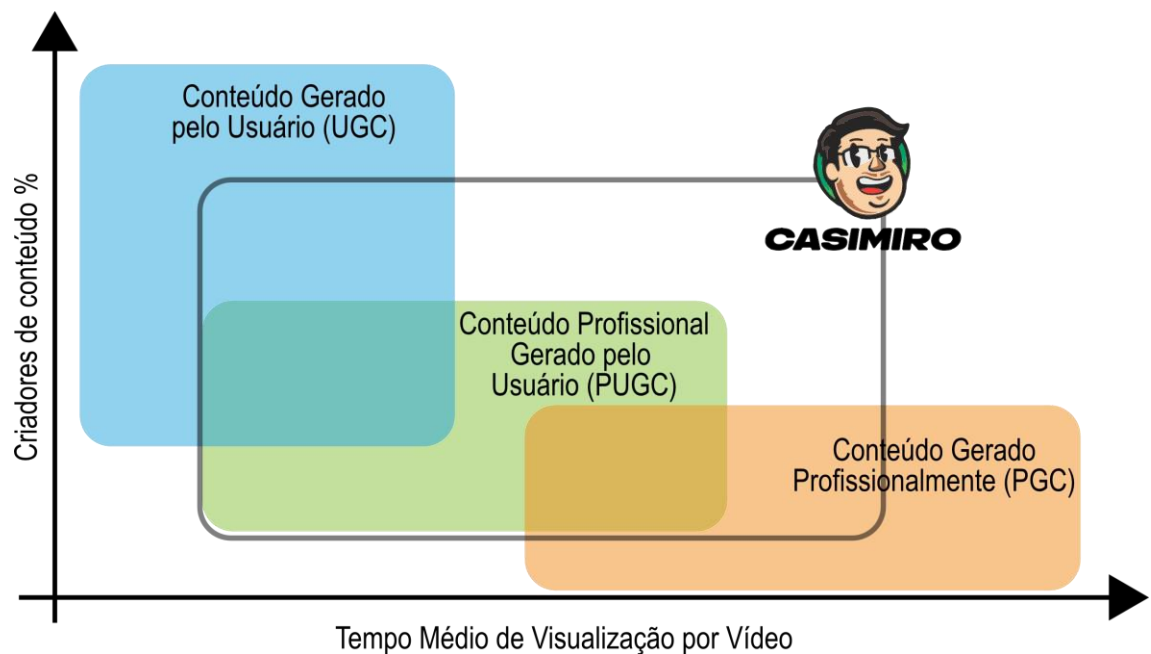
Essa dinâmica de profissionalização do criador de conteúdo, partindo do UGC para o PUGC e, em alguns casos, chegando ao PGC, fica mais evidente ao observarmos a trajetória de criadores como Casimiro Miguel (Figura 2⁶) e Whindersson Nunes. Este último, por exemplo, iniciou sua carreira no YouTube como UGC, criando e compartilhando seus próprios vídeos. Com o crescimento de sua audiência e o

⁶ Retomando o recorte fenomenológico de nossa pesquisa (o caso Casimiro Miguel), a Figura 2 apresenta uma proposta compreensiva de como Casimiro se expandiu enquanto UGC, PUGC e agora PGC.



amadurecimento de sua produção, ele se profissionalizou, tornando-se PUGC, e, posteriormente, expandiu sua atuação para o *streaming*, com especiais de comédia na Netflix, característica de PGC. Casimiro, por sua vez, transita entre o PUGC, com suas *lives* na Twitch e os canais no YouTube com edição e estrutura mais profissional, e o PGC, com as transmissões da CazéTV em parceria com grandes empresas e entidades detentoras de direitos de transmissão. Essas trajetórias demonstram que as fronteiras entre as diferentes categorias de produção de conteúdo são fluidas e que o *media hub* contemporâneo se caracteriza justamente por sua capacidade de transitar entre elas, adaptando-se às demandas de um cenário midiático em constante transformação.

Figura 2: Proposta de compreensão para Casimiro enquanto "media hub".



Fonte: Adaptado de CHEN, Y. (2018).

Após os argumentos gerais trabalhados na seção anterior, devemos considerar que a CazéTV tem avançado em parcerias dentro das plataformas de *streaming*⁷, o que reforça nossa compreensão de que hoje a quantidade de canais de comunicação tende a se expandir ainda mais, até mesmo ampliando suas plataformas autorais. Tal fato já

⁷ Terra Esportes. (2024, 07 de junho). **CazéTV fecha parceria com a Amazon e passa a exibir transmissões no Prime Video** [Notícia]. Terra. https://www.terra.com.br/esportes/cazetv-fecha-parceria-com-a-amazon-e-passa-a-exibir-transmissoes-no-primevideo,bb3ccbd6b9dbccfc15deae8c71657d16nkoxy9sb.html?utm_source=clipboard (acessado em 27 de junho de 2024).



é observável uma vez que a CazéTV possui hoje seu próprio aplicativo, ou seja, já possui uma plataforma proprietária.

Considerações Finais

O sucesso de Casimiro Miguel como *media hub* não pode ser atribuído a uma fórmula mágica, mas sim a uma combinação de fatores que vão desde sua experiência na televisão tradicional até sua habilidade em compreender e se apropriar da cultura da conexão brasileira. Seu carisma, sua linguagem única, sua "espontaneidade programada" e sua leitura precisa de um traço cultural – a "resenha" – foram fundamentais para sua ascensão. Além disso, sua perspicácia em negociar parcerias com grandes empresas de mídia, como YouTube, Amazon Prime Video, FIFA e COI, e em expandir sua atuação para diferentes plataformas, inclusive desenvolvendo suas próprias, como a CazéTV, demonstram uma visão estratégica do cenário midiático e um domínio das ferramentas de interação da era digital. Embora Casimiro tenha concorrentes, sua *expertise* em construir e gerenciar sua marca pessoal o consolida como um fenômeno único. As propostas de observação de modelos de produção de conteúdo, como as apresentadas nas Figuras 1 e 2, buscam ir além do caso específico de Casimiro e deste modo oferecer um guia para a compreensão da dinâmica dos *media hubs* na cultura da conexão, podendo servir como ponto de partida para outros criadores de conteúdo que transitam por múltiplas plataformas.

Os resultados obtidos por Casimiro, como o crescimento exponencial da CazéTV e os recordes de audiência em suas transmissões ao vivo, ilustram o potencial desse modelo híbrido de produção de conteúdo, mas não garantem, porém, a perpetuidade de seu sucesso. A cultura da conexão é um ambiente dinâmico e em constante transformação, e as próprias características pessoais de Casimiro, que hoje o consolidam como um "líder tribal", podem se modificar ao longo do tempo, influenciando suas escolhas e seus posicionamentos estratégicos. O caso de Casimiro, portanto, nos ajuda a compreender não apenas as características "programáveis" do conteúdo – como a "espontaneidade programada" e a "autenticidade programada" – mas também os resultados que elas podem produzir em termos de alcance, engajamento e monetização, além de nos permitir observar em que ponto da trajetória de UGC a PGC um produtor de conteúdo se encontra em um determinado momento. Assim como uma "política empresarial" pode ser reformulada, as ações de Casimiro podem se desviar do modelo híbrido que o caracteriza, com possíveis alterações em



suas estratégias de produção de conteúdo, como a redução de ações voltadas para o UGC ou o encerramento de iniciativas PGC.

Para além das especulações sobre o futuro, este estudo de caso demonstra que a trajetória de Casimiro Miguel exemplifica um fluxo comum na produção de conteúdo na era digital: a transição de UGC para PUGC e, posteriormente, para PGC, de acordo com as oportunidades e as habilidades desenvolvidas pelo criador. Esse modelo híbrido, que combina a espontaneidade e a interação da cultura participativa com a estrutura e o alcance da mídia tradicional, aponta para um futuro onde as fronteiras entre produtores e consumidores de conteúdo se tornam cada vez mais fluidas, e onde a capacidade de se adaptar às mudanças e de inovar nos formatos e nas linguagens é essencial para o sucesso.

Referências

ABIDIN, Crystal. #familygoals: Family Influencers, Calibrated Amateurism, and Justifying Young Digital Labor. **Social Media + Society**, [s. l.], p. 1-15, abr./jun. 2017. DOI: 10.1177/2056305117707191.

BARABÁSI, Albert-Laszlo. **Linked: a nova ciência dos networks**. Rio de Janeiro: Leopard, 2002.

CARREIRO, Rodrigo. A hora dos amadores: notas sobre a estética da imperfeição no audiovisual contemporâneo. **Rumores**, São Paulo, v. 12, n. 24, jul./dez. 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/145535/149553>. Acesso em: 27 jun. 2024.

CASIMIRO responde críticas sobre a qualidade da sua live. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (8 min). Publicado pelo canal Casimiro. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OKNlidrfzE8>. Acesso em: 01 jun. 2024.

CASIMIRO. Reagindo: Flamengo x Cuiabá AO VIVO - Brasileirão 2022. [S. l.: s. n.], 2022. 1 vídeo (120 min). Publicado pelo canal Casimiro. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j9q8W9v1t3s>. Acesso em: 01 jun. 2024.

CHEN, Junyi. From UGC to PUGC: The Evolution of Short Video Industry. [S. l.], 2018. Disponível em: <https://meet.bnext.com.tw/articles/view/45752>. Acesso em: 27 jun. 2024.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital**. Petrópolis: Vozes, 2018.

HAN, Byung-Chul.-C. **Hiperculturalidade: cultura e globalização**. Petrópolis: Vozes, 2019.



JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2006.

JENKINS, Henry; FORD, Sam.; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2013.

KARHAWI, Issaaf.; RAMOS, Daniela Osvald. Por uma literacia algorítmica: uma leitura educacional do documentário O dilema das redes. **Interin**, [s. l.], v. 28, n. 1, p. 6-23, jan./jun. 2023. DOI: 10.35168/1980-5276.UTP.interin.2023.Vol28.N1.pp6-23.

KEMP, Simão. Digital 2024: Brazil. **Data Reportal**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 30 ago. 2024.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MCLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

RODRIGUES, Jorge Luiz. Eurocopa na CazéTV supera audiência da Copa do Mundo; veja números. **Lance!**, Rio de Janeiro, 19 jun. 2024. Disponível em: <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/eurocopa-na-cazetv-supera-audiencia-da-copa-do-mundo-veja-numeros.html>. Acesso em: 15 ago. 2024.

SIMON, Allan. 5 motivos que fizeram da CazéTV o maior canal de esportes do YT no Brasil. **UOL Esporte**, São Paulo, 17 jan. 2024. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/colunas/allan-simon/2024/01/17/5-motivos-que-fizeram-da-cazetv-o-maior-canal-de-esportes-do-yt-no-brasil.htm>. Acesso em: 15 jan. 2025.

VAN DIJCK, Josae. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. Nova Iorque: Oxford University Press, 2013.



Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.