



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

YAN DO CARMO CÂNDIDO

Podcast É GOL NA ARQUIBANCADA: série Jornalismo, Futebol e
Paixão - o caso Vasco da Gama

JUIZ DE FORA - MG

2025

YAN DO CARMO CÂNDIDO

**Podcast É GOL NA ARQUIBANCADA: série Jornalismo, Futebol e
Paixão - o caso Vasco da Gama**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na
Faculdade de Comunicação da Universidade
Federal de Juiz de Fora como requisito básico
para a conclusão do Curso de Jornalismo.

Orientador (a): Prof. Dr. Ricardo Bedendo

JUIZ DE FORA - MG

2025

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Cândido, Yan do Carmo .

Podcast É GOL NA ARQUIBANCADA: série Jornalismo, Futebol e Paixão - o caso Vasco da Gama / Yan do Carmo Cândido. -- 2025. 37 p. : il.

Orientador: Ricardo Bedendo

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2025.

1. jornalismo esportivo. 2. segmentado. 3. Vasco da Gama. 4. ética. 5. podcast. I. Bedendo, Ricardo, orient. II. Título.

17/03/2025, 10:50

SEI - Documento para Assinatura

Processo: 23071.911085/2025-81
Documento: 2285632



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO

GRADUAÇÃO EM **Jornalismo**

Formato da Defesa: (X) presencial () virtual () híbrido

Ata da sessão (X) pública () privada referente à defesa do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Podcast É Gol na Arquibancada: série Jornalismo, futebol e paixão - o caso Vasco da Gama**, para fins de obtenção do grau de Bacharel em **Jornalismo**, pelo(a) discente **Yan do Carmo Cândido**, sob orientação da Prof. Dr. Ricardo Bedendo, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Aos 12 dias do mês de março do ano de 2025, às 12 horas, na sala 220 da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), reuniu-se a Banca examinadora, composta pelos seguintes membros:

Titulação	Nome	Na qualidade de:
Doutor	Ricardo Bedendo	orientador
Doutor	João Paulo Carrera Malerba	membro da banca
Doutor	Gustavo Teixeira de Faria Pereira	membro da banca

https://sei.ufjf.br/sei/controlador_externo.php?acao=usuario_externo_documento_assinar&id_acesso_externo=316976&id_documento=2540982&id_orgao_acesso_externo=0&infra_hash=d580faebc1386744dd60d1... 1/4

17/03/2025, 10:50

SEI - Documento para Assinatura

Processo: 23071.911085/2025-81
Documento: 2285632

- Orientador (a)
- Coorientador
- Membro da banca

AVALIAÇÃO DA BANCA EXAMINADORA

Tendo o(a) senhor(a) Presidente declarado aberta a sessão, mediante o prévio exame do referido trabalho por parte de cada membro da Banca, o(a) discente procedeu à apresentação de seu Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação e foi submetido(a) à arguição pela Banca Examinadora que, em seguida, deliberou sobre o seguinte resultado:

(x) APROVADO

() REPROVADO, conforme parecer circunstanciado, registrado no campo Observações desta Ata e/ou em documento anexo, elaborado pela Banca Examinadora

Observações da Banca Examinadora caso haja necessidade de anotações gerais sobre o Trabalho de Conclusão de Curso e sobre a defesa, as quais a banca julgue pertinentes

Nada mais havendo a tratar, o(a) senhor(a) Presidente declarou encerrada a sessão de Defesa, sendo a presente Ata lavrada e assinada pelos(as) senhores(as) membros da Banca Examinadora e pelo(a) discente, atestando ciência do que nela consta.

INFORMAÇÕES

Para fazer jus ao título de bacharel, a versão final do Trabalho de Conclusão de curso, considerado **Aprovado**, devidamente conferida pela Secretaria do Curso de **Jornalismo**, deverá ser tramitada para o Repositório Institucional, dentro do prazo de 05 dias úteis da realização da banca.

https://sei.ufjf.br/sei/controlador_externo.php?acao=usuario_externo_documento_assinar&id_acesso_externo=316976&id_documento=2540982&id_orgao_acesso_externo=0&infra_hash=d580faebc1386744dd60d1... 2/4

17/03/2025, 10:50
Processo: 23071.911085/2025-81 Documento: 2285632
Juiz de Fora, 12 de março de 2025.

SEI - Documento para Assinatura

Assinatura digital dos membros da Banca Examinadora



Documento assinado eletronicamente por **Ricardo Bedendo, Professor(a)**, em 12/03/2025, às 13:03, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **João Paulo Carrera Malerba, Chefe de Departamento**, em 12/03/2025, às 13:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Teixeira de Faria Pereira, Professor(a)**, em 12/03/2025, às 13:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Yan do Carmo Cândido, Usuário Externo**, em 12/03/2025, às 19:45, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Ufjf (www2.ufjf.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **2285632** e o código CRC **F75805DE**.

https://sei.ufjf.br/sei/controlador_externo.php?acao=usuario_externo_documento_assinar&id_acesso_externo=316976&id_documento=2540982&id_orgao_acesso_externo=0&infra_hash=d580faebc1386744dd60d1... 3/4

17/03/2025, 10:50
Processo: 23071.911085/2025-81 Documento: 2285632

SEI - Documento para Assinatura

https://sei.ufjf.br/sei/controlador_externo.php?acao=usuario_externo_documento_assinar&id_acesso_externo=316976&id_documento=2540982&id_orgao_acesso_externo=0&infra_hash=d580faebc1386744dd60d1... 4/4

Agradecimentos

Agradeço primeiramente aos meus pais, Celeste e Adilson. Mãe, obrigado por estar sempre ao meu lado, acreditar em mim e ser a minha maior força. Sem você eu não chegaria aqui. Pai, obrigado por todo o suporte durante todo esse processo e por me dar o maior presente que eu poderia receber: me fazer vascaíno.

À minha irmã, Sofia. Obrigado por ser a minha melhor amiga. Admiro muito a sua coragem e tenho muito orgulho de quem você é. Posso ser o irmão mais velho, mas minha inspiração é você.

Ao meu orientador, Ricardo Bedendo, que foi quem primeiro acreditou que eu conseguiria fazer este trabalho. Obrigado por toda a paciência, suporte e parceria durante a produção deste trabalho.

Aos meus amigos da faculdade, Vinicius, Bernardo, Davi e Igor. Cair na mesma sala que vocês foi a melhor coisa que poderia ter acontecido quando entrei na Facom. Obrigado por todas as conversas, resenhas e trabalhos que fizemos juntos. Esses anos passaram mais rápido graças a amizade de vocês.

Aos amigos Caio Francis e Michel, agradeço por terem me auxiliado na produção do último podcast. Vocês foram fundamentais para que o projeto fosse concluído.

Aos meus amigos de infância e da vida, Pedro, Fellipe, Mateus e Lucas. A amizade se tornou uma palavra pequena para descrever o que a gente é. Obrigado por se tornarem meus irmãos.

Agradeço ao Club de Regatas Vasco da Gama, por ser a minha vida, minha história e meu primeiro amigo. A paixão por esse clube mudou minha vida e me trouxe até aqui

Por fim, faço um agradecimento especial à minha namorada, Maria Fernanda. Obrigado por ser minha companheira de todas as horas, por acreditar em mim mais do que qualquer outra pessoa, por todo o amor e cuidado comigo. É impossível pra mim falar o quanto você é importante na minha vida e toda a ajuda que você me deu não só nesse trabalho, mas em todos os momentos. Eu te amo.

*“E quem não te conhece, me pergunta porque te
seguí (porque eu te amo)”*

Resumo

Este trabalho é um memorial teórico prático sobre o jornalismo esportivo segmentado, com foco no Club de Regatas Vasco da Gama. De forma geral, é abordado um contexto histórico do jornalismo esportivo, passando pela origem do rádio até a chegada do momento atual. São apresentados exemplos de jornalistas segmentados com foco no Vasco da Gama e como realizam os seus trabalhos, além de toda a discussão ética em torno da torcida dentro da profissão. É apresentado e desenvolvido o modelo de podcast, muito utilizado como um catalisador do jornalismo esportivo segmentado e que serviu como base para a parte prática do trabalho. O podcast “É Gol na ArquiBancada” foi criado com o intuito de dialogar com pessoas da profissão a respeito do tema principal. Também contamos com um diário de reportagem que passa por todos os processos de produção do podcast.

Palavras chave: Jornalismo esportivo; Segmentado, Torcida; Vasco da Gama; Ética; Podcast

1. Sumário Preliminar

1. Introdução
2. Jornalismo Esportivo e futebol: segmentação, paixão e isenção?
 - 2.1. Tecnologia e futebol: novas possibilidades de transmissões
 - 2.2. Jornalismo esportivo segmentado: o caso Vasco da Gama
 - 2.3. Ética e limites no jornalismo: caminhos para a formação
3. O podcast como meio de informação e de ampliação do Jornalismo Segmentado
4. Podcast: “É Gol na ArquiBancada”
5. Considerações finais

1. Introdução

No jornalismo, de forma geral e também especificamente no esportivo, a imparcialidade é vista como o objetivo final, um norte que guia a jornada do profissional. Apesar de ser uma referência para quem atua na área, atualmente é quase consenso que a imparcialidade completa é inatingível, como destacam Montanha e Silva (2012).

Sob o ponto de vista teórico para este trabalho, adotamos, de partida, um percurso bibliográfico que nos ajudou a mapear, também, possíveis respostas à interrogação que pautou a ideia do podcast que vamos apresentar: é possível alinhar segmentação, paixão e isenção na prática do jornalismo esportivo focado no futebol profissional? Para tanto, trabalhamos no capítulo inicial com problematizações conceituais, como as de jornalismo esportivo segmentado, imparcialidade e isenção, paixão no futebol, ética e novas possibilidades de transmissões com as tecnologias digitais de informação e comunicação.

Também destacamos que, com o passar dos anos, o rádio foi se adaptando às diversas mudanças econômicas, políticas e, principalmente tecnológicas, se tornando um meio de comunicação expandido, com profissionais atuando em plataformas, como o YouTube, o Instagram e o Facebook, como apontam Marques e Azevedo (2023). Com todos os avanços e alterações provocadas pela tecnologia digital nos meios de comunicação tradicionais, como rádio e televisão, surgiram as transmissões segmentadas, com o foco em um clube. Aos poucos, os profissionais do jornalismo esportivo foram, então, quebrando ainda mais a barreira de revelar o seu time do coração e, com a torcida declarada, passaram a abrigar narrações apaixonadas e, em alguns casos, até mesmo clubistas. Será abordada a existência deste tipo de transmissão, e todo o seu crescimento na era das mídias sociais digitais.

De acordo com Guerra (2006), os torcedores buscam acompanhar os seus clubes através de meios de comunicação que falem “a sua língua”, agradando ao receptor com o conteúdo produzido. Nos tempos atuais, vem se tornando cada vez mais comum no meio do jornalismo e do entretenimento esportivo, a criação de conteúdo segmentado, focado apenas em um clube específico. O Club de Regatas Vasco da Gama é um dos maiores e mais respeitados clubes de futebol do Brasil. Com uma torcida massiva e que se espalha por todo o país, o Vasco se destaca no meio do jornalismo esportivo segmentado com a presença de diversos nomes de muita repercussão produzindo conteúdo voltado para ele. Portanto, escolhemos o *case* do “time da Colina” para ilustrar e legitimar nossos apontamentos teóricos.

A pauta da ética no Jornalismo é, da mesma maneira, essencial nesse percurso. Segundo Correia (2015), o jornalista esportivo não pode permitir que os seus sentimentos prejudiquem o seu trabalho. Sendo assim, terminamos o capítulo com esta reflexão.

Logo na sequência, consideramos fundamental contextualizar o rádio contemporâneo expandido por meio das tecnologias digitais de comunicação e informação, bem como alguns de seus novos recursos e linguagens, como o podcasting. O formato de podcast passou por um grande crescimento nos últimos anos, ganhando popularidade e se expandindo para diferentes áreas e plataformas. Com o auxílio de autores, como Bonini (2020), o capítulo contextualiza o podcasting e o podcast na contemporaneidade e a forma como essa produção se encaixa no jornalismo segmentado, servindo como um meio de informação e de ampliação do modelo.

A nossa proposta de produzir o Podcast “É Gol na Arquibancada” finaliza os apontamentos escritos deste trabalho. Nesse tópico final, mostramos como surgiu a ideia, como foi o planejamento, a execução, a pós-produção e a avaliação dos conteúdos desenvolvidos.

Enfatizamos que a iniciativa é fruto da parceria com o Footbyte: Núcleo de Estudos em Comunicação, Futebol e Tecnologia, do curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da UFJF. Nossa inserção neste núcleo foi fundamental para a condução deste trabalho. O Podcast traz como convidados jornalistas segmentados com foco no Club de Regatas Vasco da Gama, fazendo uma discussão sobre este tipo de produção de conteúdo, a sua popularização, a credibilidade e os limites entre a opinião, o clubismo e a responsabilidade jornalística. Nesta primeira temporada da série Jornalismo, Futebol e Paixão, foram gravados três episódios, sendo dois por meio da plataforma Google Meet, pois os convidados residem no estado do Rio de Janeiro e um presencialmente na Faculdade de Comunicação da UFJF.

O primeiro entrevistado foi João Almirante, jornalista que direciona o trabalho para o Vasco nos canais do Youtube, “Portão 9” e “Expresso 1923”, além de ser o representante do clube carioca no projeto “A Voz da Torcida”, iniciativa do Globo Esporte (GE), que conta com torcedores de todos os principais clubes do Brasil.

O segundo entrevistado foi Fábio Azevedo, jornalista que atualmente está a frente do canal “Fanático Vascaíno”, onde produz conteúdo sobre o Vasco da Gama, além de transmitir os jogos em formato radiofônico. Azevedo possui uma grande carreira na comunicação, tendo passado por ESPN, Fox Sports e pelo jornal O Globo, antes de seguir para o jornalismo segmentado.

O terceiro entrevistado foi Giovane Rezende, jornalista que atualmente trabalha como assessor na Prefeitura de Juiz de Fora. Vascaíno declarou, o profissional trabalhou durante anos na imprensa, passando pelas rádios Catedral, Solar, CBN Juiz de Fora, Globo Juiz de Fora e Play Hits.

2. Jornalismo Esportivo e futebol: segmentação, paixão e isenção?

A pergunta deste capítulo nos convida a pensar e a propor algumas problematizações conceituais que podem nos apontar possíveis respostas. Fazer o elo de ligação entre jornalismo, jornalismo esportivo, futebol, segmentação, paixão e isenção é, de fato, um desafio provocativo e inquietante. Azevedo e Marques (2023) nos ajudam a refletir sobre a imparcialidade nas transmissões esportivas, com ênfase no futebol. Assim, trazemos para o debate a existência e o crescimento do jornalismo esportivo segmentado, observando as práticas realizadas por esse tipo de produtor de conteúdo e entendendo seus limites.

O jornalismo esportivo surgiu em meados do século XIX, na França (Fonseca, 1997), com o jornal *Le Sport*, que dedicava suas páginas para falar sobre haras, turfe, caça, canoagem, bilhar, boxe, natação e alguns outros esportes. Desde então, o estilo passou por diversas mudanças e evoluções, chegando ao cenário que encontramos hoje em dia. No Brasil, o futebol se consolidou através das décadas como o esporte mais popular e atualmente domina a imprensa esportiva em todos os meios. Essa popularização massiva do futebol em “terras tupiniquins” se deu muito por conta do casamento entre o esporte bretão e o grande meio de comunicação do mundo durante o seu surgimento: o rádio (Guerra 2006).

A primeira transmissão de futebol no Brasil aconteceu em 1931, na oitava edição do então campeonato brasileiro de futebol, no jogo entre a Seleção de São Paulo e a Seleção do Paraná. O responsável por narrar foi o locutor Nicolau Tuma, da Rádio Educadora Paulista. Ele não é considerado o primeiro a executar essa tarefa, pois Amador Santos já realizava transmissões desde a década de 1920 no Rio de Janeiro. No entanto, Tuma foi quem deu ritmo à narrativa, se tornando o pioneiro no estilo de narração que perdura até a atualidade (Guerra, 2006).

A relação inseparável entre jornalismo, futebol e paixão não é algo recente. Na década de 1930, quando o rádio esportivo ainda se popularizava no Brasil, já era possível observar o dilema da torcida e da isenção nas transmissões esportivas. Guerra (2006) afirma que Ary Barroso, grande compositor da música popular brasileira e locutor esportivo, se tornou o primeiro narrador polêmico do rádio no Brasil, por torcer abertamente para o Flamengo e dar opiniões durante as suas transmissões.

O locutor Jorge Curi, em depoimento dado ao programa “Globo Repórter”, da Rede Globo, em 1981, contou que Barroso dizia: “Falta contra nós. Ele não dizia contra o Flamengo, dizia contra nós” (Guerra, 2006, p.26 e 27). Ary Barroso também foi o primeiro a utilizar um sinal sonoro em uma transmissão, em 1934, tocando sua gaita após os gols,

excluindo o tradicional “grito de gol” dos narradores de futebol. Segundo Jorge Curi, a gaita tocava mais nos gols do Flamengo, o que deixava os torcedores rivais muito irritados (Guerra, 2006).

Se na década de 1930 a narração com torcida ainda era algo embrionário no jornalismo esportivo, atualmente é algo que cresce e fica cada vez mais popular entre os apaixonados pela prática esportiva. A expansão do rádio, tornando-o hipermediático, multiplicou os meios possíveis para consumo das informações, e também deixou a produção de seu próprio conteúdo mais acessível, como abordado por Kischinhevsky (2016):

É preciso definir o rádio como um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites de jornais, os portais de música. A escuta se dá em AM/FM, ondas curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via streaming) ou sob demanda (podcasting ou através de busca de arquivos em diretórios). A escuta se dá em múltiplos ambientes e temporalidades, graças a tecnologias digitais que franqueiam também a produção, a edição e a veiculação de áudios a atores sociais antes privados do acesso a meios próprios de comunicação. (Kischinhevsky, 2016: 279).

O rádio, portanto, é uma base importante para compreendermos as dinâmicas das relações históricas entre os meios de comunicação, o jornalismo e as informações do futebol. Assim, com a maior facilidade de produzir e consumir o conteúdo jornalístico, práticas iniciadas no começo do casamento entre o futebol e a imprensa esportiva vão sendo ampliadas e ganham dimensões ainda mais polêmicas, em especial no que se refere às responsabilidades dos jornalistas com a ética e a isenção na divulgação dos fatos. As inovações nas tecnologias de comunicação e informação assumem papel cada vez mais estratégico nas configurações de todos os atores do jogo. Para quem atua na área jornalística não é diferente: olhares, experiências e decisões também são expandidas e desafiam os jornalistas.

2.1 Tecnologia e futebol: novas possibilidades de transmissões

O que no início era transmitido através do impresso e depois pelo rádio, com o passar do tempo foi ganhando outros contornos e dimensões de produção, divulgação e reverberação das narrativas. Em 1950, a televisão chegou ao Brasil e, poucos anos após, emissoras já realizavam a transmissão de jogos de futebol com imagens. Lançada nos Estados Unidos em

1956 e introduzida na TV brasileira em 1960, a tecnologia do videotape (Porto Júnior et. al, 2018) chegou trazendo uma grande mudança na forma como as pessoas acompanhavam o esporte.

A ferramenta possibilitava que os jogos e lances fossem gravados e permitia aos torcedores e aos integrantes da equipe de transmissão, ainda que lentamente e com pouca qualidade de imagens, rever cada momento, fazendo com que a relação entre futebol e tecnologia alcançasse um potencial cada vez maior de intervenção nas tomadas de decisões dentro e fora dos campos (Bedendo, 2023). A chegada do videotape demarca, ainda, um clássico momento que envolveu um dos maiores jornalistas esportivos de todos os tempos: Nelson Rodrigues não escondia sua torcida pelo Fluminense e, em um dos programas de televisão que participava ao lado de outros nomes importantes, como Armando Nogueira, afirmou que o “video-tape é burro”. Com essa expressão, de maneira bem parcial, Rodrigues se contrapunha aos argumentos dos colegas que, ao analisarem a repetição das imagens de um Fla-Flu, perceberam que o árbitro não havia marcado um pênalti para o Flamengo (Bedendo, 2023).

As transmissões esportivas seguiram se aperfeiçoando e ficando cada vez mais tecnológicas com o passar dos anos. Em 1986, a TV Globo, em sua cobertura da Copa do Mundo daquele ano, realizada no México, trouxe a implementação do “tira-teima” (Bedendo, 2023). Tratava-se de um computador utilizado para traçar as linhas de impedimentos que eram ou não marcados durante a partida, e “acabar com a dúvida” dos torcedores e jornalistas que acompanhavam o espetáculo. O “tira-teima” também entrava em ação em lances onde havia incerteza se a bola havia ou não ultrapassado a linha do gol.

Se em algum momento a tecnologia se mostrou influente apenas na transmissão dos jogos, tornando acalorado o debate entre comentaristas e torcedores durante e após as partidas, com o passar do tempo, os meios digitais impulsionados pela internet foram se apossando também dos gramados, interferindo de forma direta nas decisões de arbitragem, nas opiniões dos torcedores, dirigentes, jogadores e no placar das partidas. Toda a tecnologia da informação e da comunicação digital abriu também caminho para um jornalismo que, necessariamente, se viu influenciado e obrigado a se aproximar, ainda mais, dos seus públicos.

Um polêmico representante do jornalismo esportivo nos tempos atuais, é o ex-jogador e grande ídolo do Sport Club Corinthians Paulista, José Ferreira Neto, ou como é conhecido, o Craque Neto, apresentador de um dos programas esportivos de maior sucesso no Brasil, “Os Donos da Bola”, da Rede Bandeirantes. Ele é também um dos proprietários da web-rádio

“Rádio Craque Neto”, que pode ser acessada em reprodutores de mídia para computador, como o Media Player, Realplayer, Winamp e Quicktime. Além disso, a rádio está presente nas principais redes sociais, como o Facebook, X, TikTok e Instagram; além dos canais no YouTube e na Twitch TV.

Na rádio, a programação conta com transmissões de jogos das quatro maiores equipes de São Paulo: Corinthians, Palmeiras, Santos e São Paulo. Tendo uma relação muito forte com o “Timão”, Craque Neto não se poupa de torcer para o clube do coração durante as transmissões, e nem mesmo de “secar” os grandes rivais. Segundo Azevedo e Marques (2023, p. 13), o comentarista é uma “figura irreverente, autêntica, que diz o que pensa sem filtros, Neto deixa de lado a imparcialidade, vibrando de maneira excessiva em lances favoráveis a seu ex-clubes e time do coração, o Corinthians”.

Porém, apesar do sucesso da web-rádio de Neto e seu reconhecimento como apresentador dentro do jornalismo esportivo, Azevedo e Marques (2023), acreditam que o clubismo exacerbado durante as transmissões compromete a atividade.

O fanatismo e o clubismo de Neto atrapalham o exercício da função de comentarista. O que se tem são observações acerca das circunstâncias da partida e não sobre a técnica do jogo. No entanto, o ex-jogador faz bom uso dos recursos parassonoros, tendo no improviso e na emoção suas principais características, o que desperta grande engajamento dos torcedores corinthianos. (Azevedo e Marques, 2023, p. 16)

A afirmação de Azevedo e Marques, nos leva a questionar se, de fato, a paixão declarada de Craque Neto pelo Corinthians é algo prejudicial ao seu trabalho, ou se é apenas uma vertente comunicacional seguida pelo ex-jogador que, mesmo comentando e transmitindo jogos de outros clubes, bebe da fonte do jornalismo segmentado quando fala sobre o “Timão”.

Além de Neto, outros profissionais da imprensa esportiva estão migrando para essa “modalidade” de transmissão. Na nossa pesquisa, fizemos o recorte de alguns desses exemplos, com ênfase no Club de Regatas Vasco da Gama.

2.2. Jornalismo esportivo segmentado: o caso Vasco da Gama

Fundado em 21 de agosto de 1898, o Club de Regatas Vasco da Gama iniciou sua trajetória, como diz o próprio nome, como um clube de remo, na cidade do Rio de Janeiro. O

departamento de futebol do Vasco foi criado apenas em 1915, dando início a uma das histórias mais bonitas do esporte no Brasil. Em 1923, venceu seu primeiro Campeonato Carioca, em 1924 lutou contra o racismo vindo dos outros clubes do Estado através da Resposta Histórica¹, em 1948 se tornou o primeiro campeão continental de futebol do mundo e seguiu colecionando conquistas memoráveis ao longo das décadas.

Historicamente, o Vasco se consolidou entre as maiores torcidas do Brasil, com entusiastas espalhados por todo o território nacional. Em pesquisa divulgada em maio de 2024 pela Quaest/CNN/Itatiaia², o clube carioca aparece na quinta colocação entre as torcidas brasileiras. Com esse grande volume de torcedores e o já abordado crescimento da produção de conteúdos segmentados sobre futebol, o Gigante da Colina se destaca com diversos jornalistas e comunicadores de grande repercussão trabalhando com exclusividade no seu dia a dia.

O canal do YouTube, “Portão 9”, parceria entre os jornalistas vascaínos João Almirante e Gustavo Mehl, é um veículo de comunicação segmentada sobre o Vasco que trabalha de forma quase exclusiva, com transmissões ao vivo após os jogos do time. Durante a programação, a conversa descontraída entre os apresentadores e os ocasionais convidados repercute o desempenho da equipe na partida em questão, muitas vezes analisando as estatísticas, a performance dos atletas e dialogando com as opiniões emitidas no chat ao vivo. A *live* é feita sem se prender a um tema específico, alternando os assuntos ao longo das horas, podendo abordar além do futebol, a política do clube, momentos históricos e assuntos variados que possam surgir.

O projeto iniciado em 2020, como dito pelos próprios criadores, é um espaço para uma “resenha” entre os torcedores, servindo para celebrar os bons momentos e também como uma forma de “terapia” nas grandes derrotas, porém, sem perder a sua veia jornalística, com responsabilidade no momento de emitir opiniões e também sempre prezando pela credibilidade na hora de informar ao seu público. Além da programação tradicional com os pós-jogos, o “Portão 9” ocasionalmente também realiza entrevistas com figuras importantes no cenário do cruzmaltino. O ex-presidente do Vasco, Jorge Salgado, já participou de uma transmissão do canal, assim como seu vice-presidente, Carlos Osório, o candidato à presidência do clube, Julio Brant, e o ex-diretor de futebol, Carlos Brazil, todos figuras

¹ Documento publicado pelo Vasco da Gama em 1924, se recusando a excluir seus jogadores negros e operários para participar do Campeonato Carioca daquele ano. <https://vasco.com.br/conteudo/1924-a-resposta-historica/>

² Informação retirada da matéria do UOL: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2024/05/15/pesquisa-cnn-itatiaia-quaest-torcidas.htm>

importantes politicamente e dentro do futebol do Vasco. Nessas conversas, Almirante e Mehl se posicionam como porta-vozes da torcida, buscando trazer questionamentos levantados pelo grande público e fazendo o papel do jornalista de tocar em temas considerados sensíveis e trazê-los para debate.

Além das figuras conhecidas no cenário político, o canal já recebeu outros jornalistas esportivos que torcem para o Vasco da Gama, como Lédio Carmona, comentarista do Grupo Globo, e um dos grandes fenômenos da comunicação no Brasil atualmente, Casimiro Miguel, da CazéTV. Essa presença de convidados e o debate saudável entre os torcedores vascaínos no “Portão 9”, levou os membros do canal a se juntarem com outros criadores de conteúdo sobre o “Gigante da Colina” e criarem um novo canal, agora com uma programação diária e um trabalho jornalístico feito de forma constante.

O “Expresso 1923” é um projeto formado por seis produtores de conteúdo que torcem para o Vasco da Gama: João Almirante, Gustavo Mehl, Felipe Thiroux, Roberto Júnior (Juninho MDG), Danilo Dantesko e Renato Vicente. O canal é apresentado como um lugar onde são emitidas opiniões, informações e torcida, tudo pelo Vasco. Diferente do “Portão 9”, onde não existe uma programação pré-definida, o Expresso conta com um padrão de conteúdos produzidos ao longo da semana. Na segunda, às 22h, o canal tem o “Colina de Passe”, programa de debate esportivo, sempre com um convidado diferente, discutindo o momento que vive o clube, dentro e fora das quatro linhas.

Nos demais dias, acontece o “Expresso Diário”, telejornal que agrupa todos os principais assuntos do dia relacionados ao CRVG. E, quando o Vasco joga, tem transmissão da “Rádio Expresso”, com uma narração no estilo radiofônico, contando com o narrador Gustavo Portella, o Mineiro Vascaíno, e os outros integrantes do canal, variando entre as funções de apresentador, comentarista e repórter diretamente do local da partida.

Segundo Guerra (2006, p.42), “se pode ver na transmissão do futebol esse laço afetivo da mídia com o torcedor, já que este busca nos meios de comunicação (rádio e tv) o intermediário para acompanhar a partida. E essa transmissão ‘na sua língua’”. A demanda do torcedor por uma transmissão “na sua língua”, pode ser vista de certa forma como a gênese do jornalismo esportivo segmentado e para as transmissões esportivas feitas por torcedores. Na “Rádio Expresso”, os profissionais que acompanham o jogo ao vivo, trabalham nitidamente com a torcida declarada para o Vasco, com todo o conteúdo, opiniões e informações sendo direcionadas para este público específico, trazendo o laço afetivo entre mídia e torcedor, citado por Guerra (2006).

Apesar do sentimento claro pelo clube, é possível perceber o cuidado com os destemperos nos momentos de dificuldades da equipe durante a partida e a escolha um pouco mais branda nas palavras em situações de crítica aos profissionais que estão em campo, se diferenciando do que foi elucidado por Marques e Azevedo (2023), a respeito da Rádio Craque Neto.

Vendo o crescimento do estilo de comunicação esportiva segmentada na internet, os veículos tradicionais também buscam entrar nesse tipo de programação. O Grupo Globo, maior conglomerado de mídia do país e responsável pelos direitos de transmissão das grandes competições do futebol brasileiro, como o Brasileirão e a Copa do Brasil, criou seu próprio meio de produzir conteúdo na internet, voltado para cada um dos principais clubes do país de forma exclusiva. O Globo Esporte, ou simplesmente GE, site focado em esportes da Globo, possui o projeto “A Voz da Torcida”, por meio do qual um produtor de conteúdo de cada um dos principais clubes do país aparece como representante da torcida em meio à cobertura feita pela emissora. Em se tratando do Vasco, o já citado João Almirante foi o escolhido para ser “A Voz da Torcida”. Almirante grava um vídeo curto para o site “ge.globo.com” após todos os jogos do Cruzmaltino, comentando o resultado e o desempenho da equipe de forma mais breve. Além disso, o representante do Vasco participa do podcast “GE Vasco”, programa que conta com a presença dos setoristas que cobrem o dia a dia do clube para o GE. Neste caso, os participantes comentam de forma mais aprofundada sobre o campo e a bola, além de trazer informações sobre outros assuntos, como a participação no mercado de transferências e a política interna.

O fenômeno do jornalismo esportivo segmentado, lado a lado com o advento das redes sociais digitais, se tornou não só atrativo para a torcida dos clubes, mas também para jornalistas já conhecidos e respeitados, que deixaram a “mídia tradicional”, para produzir conteúdo voltado para o seu clube do coração.

Um grande exemplo é Fábio Azevedo, que trabalhou em rádios tradicionais, como a Tupi, e canais, como ESPN e Fox Sports, mas seguiu para o caminho do YouTube quando criou o canal “Fanático Vascaíno”, em 2021. Nele, Azevedo produz conteúdos diários sobre o Vasco da Gama, com um vídeo trazendo as principais informações a respeito do clube e faz *lives* ocasionais no horário da noite, onde interage com o público através do *chat* e aborda os temas importantes de forma mais aprofundada.

Além disso, o jornalista realiza transmissões ao vivo dos jogos do clube no formato radiofônico, atuando como um “narrador torcedor”, trazendo seu sentimento de forma muito clara ao longo das horas ao vivo. Se diferenciando do “Expresso 1923”, Fábio faz toda a

transmissão sozinho, sem a presença de um comentarista ou qualquer outra pessoa por trás das câmeras, trazendo assim uma interação maior entre público e apresentador, que preza pela participação ativa da audiência que o acompanha.

Com todas as suas diferenças, os canais segmentados de futebol já são uma realidade dentro do jornalismo esportivo e, neste contexto, vemos alguns questionamentos importantes surgindo. O torcedor e o profissional não deveriam andar separados? Qual o limite para essa torcida dentro do jornalismo? E qual o caminho para a formação dessa ética dentro da profissão?

2.3 Ética e limites no jornalismo: caminhos para a formação

O esporte de forma geral, e mais especificamente o futebol, é algo que mexe com os sentimentos das pessoas, e também com os jornalistas, como abordado por Correia (2015). No caso dos profissionais da comunicação esportiva, é natural considerar que todos possuem um clube do coração, uma paixão que se nutre desde cedo e que desperta emoções acaloradas em diversas situações. Porém, ao contrário dos torcedores “comuns”, no trabalho jornalístico, existe um limite para que o sentimento não atrapalhe no cumprimento de seu dever. Correia (2015, p. 22) afirma que “O jornalista desportivo não pode permitir que as emoções prejudiquem o seu trabalho, de modo a salvaguardar a sua ética profissional.”.

A missão de não deixar as emoções afetarem o seu trabalho, muitas vezes traz dilemas complexos para quem trabalha com o futebol. Um tabu histórico para os jornalistas esportivos é a confissão ou não da equipe que torce e a dúvida se essa revelação será benéfica ou prejudicial para a sua jornada dentro da profissão:

Alguns jornalistas veem que revelar a sua preferência clubística é um meio para credibilizar a sua transparência; outros revelam que em nada essa posição interfere com o seu trabalho e por outro lado, outros revelam mesmo que uma posição clubística pode comprometer o seu trabalho. (Correia, 2015 p. 28)

Quando o assunto deixa de ser o clube e passa a ser a seleção nacional, a história se altera, e podemos ver uma torcida declarada de quem transmite os jogos, comenta ou opina sobre o tema que deixa de ser interesse de uma pequena parcela e passa a ser algo que envolve todo o país.

A imparcialidade no jornalismo desportivo é gerida de forma bastante peculiar, pois depende muito do evento que está a decorrer. Isto significa por exemplo quando é uma causa nacional, por exemplo aquando de um jogo de futebol onde a Selecção Nacional é a protagonista a parcialidade e a naturalidade tomam “conta” do jornalista desportivo. Todo o discurso do jornalista desportivo é virado para o conjunto através de expressões como “nossos jogadores” , a “nossa selecção”, passando a mensagem de favoritismo, tornando-se mais um adepto. (Correia, 2015 p. 24)

Com a vertente do jornalismo segmentado em uma crescente, a modalidade de transmissão feita com uma parcialidade por parte dos profissionais, deixou de ser algo voltado apenas para a seleção e agora podemos ver jornalistas que torcem para os mais variados clubes realizando esse tipo de trabalho. Em sua tese, Correia (2015) afirma que a narração é uma exceção quando se diz respeito à imparcialidade no jornalismo esportivo. Para Correia (2015, p. 23), “na narração deste tipo de eventos, tanto na rádio como na televisão há espaço para sensações, emoções e até opiniões”.

Por mais que as emoções transmitidas na narração façam parte do produto tanto no jornalismo tradicional, quanto no meio segmentado, a ética segue sendo necessária para manter a credibilidade enquanto profissional. Christofolletti (2008) elucida que:

Não basta então que repórteres e editores optem pela melhor foto ou o papel de maior qualidade para a impressão. Se a publicação não demonstrar comprometimento com valores jornalísticos ou preocupação com seu público, terá manchada sua imagem socialmente. (Christofolletti, 2008)

As ideias apresentadas por Correia (2015) e Christofolletti (2008) entram em acordo com a análise feita por Azevedo e Marques (2023) a respeito da Rádio Craque Neto e a forma com que, muitas vezes, o clubismo e a torcida por parte dos profissionais de comunicação podem atrapalhar o dever jornalístico em situações específicas. Porém, como também abordado por Correia (2015), podemos ter algumas exceções no que diz respeito à demonstração de sentimentos. Se na transmissão de jogos da seleção, onde temos a união do público em uma única torcida, o narrador e os comentaristas podem se comportar como adeptos, é possível traçar um paralelo entre esse tipo de narração e as narrações segmentadas de clubes, nas quais vemos o conteúdo voltado majoritariamente para uma única torcida, tendo assim a participação dos jornalistas torcedores, pensada para levar a emoção para este grupo específico.

Portanto, tendo em vista os pontos abordados pelos pesquisadores, vemos que de fato existe um limite para a torcida dentro do jornalismo quando se trata do meio tradicional, e que podemos ter algumas exceções nas mídias segmentadas. Além disso, como bem dito por Christofolletti (2008), os valores éticos da profissão devem ser sempre respeitados por parte do jornalista, que precisa manter a sua credibilidade com o público que ele busca atrair, seja ele torcedor de um clube específico, fã do esporte de forma geral ou torcedor da seleção nacional.

3. O podcast como meio de informação e de ampliação do Jornalismo Segmentado

De acordo com a definição apresentada de forma simples por Bonini (2020, p.14), “Podcasting é uma tecnologia para distribuição, recepção e escuta sob demanda de conteúdo sonoro produzido por tradicionais editores, como rádio, companhias editoriais, jornalistas e instituições educacionais, ou criado por produtores independentes”. O termo podcasting se originou em 2004, cunhado pelo jornalista do jornal “The Guardian”, Ben Hammersley, que combinou as palavras “broadcast” e “pod”, que referencia o iPod, aparelho da Apple.

Apesar desse surgimento no início dos anos 2000, foi apenas na década seguinte, mais especificamente em 2012, que Bonini (2020) atribui o grande crescimento do fenômeno podcast nos Estados Unidos, com a transformação do modelo em um “meio de consumo massivo”, dando início à “segunda era do podcasting”. Bonini (2020) trouxe em seu texto referência a diversos artigos escritos por pesquisadores da área que abordaram o fenômeno que se tornou o podcast nos tempos atuais, com a grande maioria focando na democratização da produção radiofônica e na transformação das audiências em produtores. Para além do lado independente do modelo, também foi destacada a existência de uma comercialização do podcast vinda dos meios mais tradicionais:

Enquanto pesquisadores de mídia enfocavam o aspecto potencialmente libertador como ferramenta para comunicação independente, acessível mesmo para os não-profissionais, o podcasting foi imediatamente adotado pela mídia pública tradicional, pela mídia corporativa (rádio, TV, jornais) e por produtores profissionais com fins comerciais. (Bonini, 2020, p.19)

Com toda essa liberdade trazida pelos podcasts, e ainda com a possibilidade de se sustentar o projeto através de financiamentos coletivos, como dito por Bonini (2020), o formato atingiu patamares grandiosos, tendo ainda como trunfo, o desprendimento das fronteiras geográficas, permitindo aos produtores de conteúdo que atinjam, por exemplo, todo um país ao invés de apenas uma região.

Graças ao podcasting e ao uso crescente de smartphones e redes sociais, estes se moveram além das fronteiras geográficas das rádios que o veiculavam, passando a ser desfrutados por milhões de pessoas de todo o mundo. Em poucos anos, downloads desses programas cresceram exponencialmente no mundo anglófono, tornando-se um conteúdo de consumo de massa. (Bonini, 2020, p.25)

Com o crescimento exponencial do consumo de podcast através dos anos, o modelo deixou de ser algo produzido em maioria de forma independente e abraçou cada vez mais o comercial, que se disseminou no meio com o surgimento do já citado financiamento coletivo, a expansão no uso dos smartphones e também a criação de redes sociais com base sonora (spotify, Soundcloud e Deezer). Dessa forma, se tornou possível monetizar cada vez mais o produto, contando inclusive com patrocínios aos programas e anúncios acontecendo durante toda a transmissão. Esse processo desde a criação, até o sucesso e a comercialização do podcast abordado por Bonini (2020), foi citado pelo autor como uma radiodifusão, mas não de forma democrática como era vista em seu surgimento, mas sim uma “radiodifusão comercial”.

Tendo posto o contexto do crescimento do podcast, é importante falar sobre a presença desse tipo de conteúdo em formato de vídeo, vertente que se tornou um fenômeno no YouTube e atingiu números impressionantes na plataforma

Apesar de ser uma plataforma focada em vídeo, as pessoas estão cada vez mais acessando o YouTube para procurar podcasts. Uma pesquisa recente com adultos canadenses descobriu que 43% das pessoas “foram ao YouTube para ouvir podcasts no ano passado”. Isso colocou o YouTube à frente do Apple Podcasts (34%) e do Spotify (23%). (Alexander, 2019, s.p, tradução nossa, online)

Visando maximizar ainda mais a distribuição dos podcasts, os produtores, que já disponibilizam os programas completos em plataformas de áudio e no YouTube, também passaram a produzir vídeos curtos com partes de seus episódios e publicá-los em canais separados, conhecidos como “canais de cortes” ou “canais de clipes”. A existência desses vídeos mais curtos permite ao programa que chegue em muito mais pessoas dentro da plataforma, sendo mais importante para o crescimento do podcast do que o próprio programa completo.

Segundo Alexander (2019, tradução nossa, online), “criar um canal separado para clipes permite que os podcasters aproveitem o algoritmo de recomendação do YouTube, que exhibe conteúdo sobre assuntos específicos nos quais um espectador já está interessado.” A autora exemplificou através do “H3 Podcast”, que está entre os mais ouvidos dos Estados Unidos e é comandado por Ethan Klein. O canal do YouTube “H3 Podcast”, onde é exibido o programa completo, possuía na publicação do artigo dois milhões de inscritos, enquanto o canal de cortes “H3 Podcast Highlights” contava com 1,3 milhão de assinantes. Mas apesar do número maior de inscritos, o “canal principal” tinha um número menor de visualizações se

comparado ao de cortes, 208 milhões para o “H3 Podcast” e 388 milhões para o “H3 Podcast Highlights”.

Alexander (2019) também cita o lado comercial do produto podcast dentro do YouTube, com o ganho de receitas através de anúncios, podendo se relacionar com o que foi abordado por Bonini (2020) a respeito da “radiodifusão comercial” possibilitada pelo modelo.

O podcasting também tem sido um caso raro em que todas as peculiaridades do YouTube parecem se alinhar para criadores individuais. Eles podem expandir seu público sem desligar o existente, e ganham dinheiro com a receita de anúncios em um momento em que a incerteza sobre qual conteúdo é monetizável no YouTube é uma preocupação crescente. (Alexander, 2019, s.p, Tradução nossa, online)

Diante desse contexto do podcast nos dias atuais, seja nos agregadores de mídia sonora ou no YouTube, é necessário adentrar na vertente jornalística do modelo. Vicente (2018) aborda que o podcast deu espaço a alguns gêneros jornalísticos pouco presentes na rádio tradicional, como o “jornalismo literário” e o “radiodocumentário”. Além disso, o autor também afirma que “o podcast também se mostrou um espaço possível para um jornalismo mais combativo e independente”. O autor destaca o já abordado por Bonini (2020), distanciamento do podcast atualmente em relação às suas origens.

No sentido da constituição dessa tradição, vale destacar que, embora tenha surgido como um recurso de disponibilização de arquivos de mídia, o podcast superou essa fase, distanciando-se de sua base tecnológica inicial – download, RSS, vinculação à tecnologia Apple – para configurar-se numa nova modalidade de produção e consumo sonoro e audiovisual. (Vicente, 2018 p. 20)

Trazendo para o lado do jornalismo esportivo, Balacó, Guimarães e Rutilli (2023), abordaram a existência de podcasts da área e seus diferentes estilos comunicacionais. Os autores fazem um paralelo entre os programas de “mesa-redonda”, popularizados ao longo das décadas na televisão e no rádio e os “mesacasts”, descritos como “uma conversa descontraída, sem limite de tempo, sem censura nas falas e com curiosidades que não seriam ditas em um modelo tradicional no rádio brasileiro” (Balacó; Guimarães; Rutilli, 2023, p. 1). No artigo, é dito que esse modelo de mesacast é a chamada “resenha esportiva”, tradicional na mídia e que se modernizou com o crescimento dos podcasts e das redes sociais. Balacó, Guimarães e Rutilli (2023) trazem algo que já foi citado anteriormente por Alexander (2019),

no caso, a criação de cortes de momentos marcantes do programa que são disponibilizados em vídeo no YouTube.

Balacó, Guimarães e Rutilli (2023) atribuem a popularização do termo “resenha” dentro do jornalismo esportivo ao programa veiculado pela TV Rio e pela TV Globo nos anos de 1960 e 1970, “Grande Resenha Facit”, que contava entre outros nomes, com Nelson Rodrigues, Armando Nogueira e João Saldanha, profissionais históricos do jornalismo brasileiro. O artigo afirma ainda que o programa “fundou o debate esportivo na televisão”, dando origem a tudo o que vemos até hoje. Na definição apresentada, é possível perceber a semelhança entre o que era feito antigamente e o que é feito hoje em dia nos mesacasts: “O programa consistia em apresentar um bate-papo informal com grandes personalidades da imprensa esportiva falando sobre futebol de um jeito descontraído. Nada muito diferente do que se tem como resenha atualmente.” (Balacó; Guimarães; Rutilli, 2023, p.4)

A popularização do modelo de mesacast e a presença dele em diversas redes sociais, seja em formato de áudio ou vídeo, completo ou em cortes, anda lado a lado com o tema escolhido para este trabalho: o jornalismo esportivo segmentado. O formato em questão, como dito anteriormente, se tornou um fenômeno no Brasil e no mundo, abrindo portas para as pessoas produzirem conteúdo fora da mídia tradicional, falando de forma mais descontraída e dialogando com o público.

Com isso, podemos perceber que o podcast potencializou essa produção de conteúdo focada em um único clube de futebol. Exemplos já citados, como o canal “Expresso 1923”, deixam muito claro a maneira que o formato de resenha esportiva se aplica dentro do jornalismo segmentado. Apesar de não ser gravado em um ambiente presencial com a mesa em si, o projeto segue claramente o modelo de mesacast elucidado por Balacó, Guimarães e Rutilli (2023), com os apresentadores participando remotamente e debatendo o dia a dia do clube. Na programação do canal em questão, o programa que mais se assemelha ao que é descrito pelos autores é o “Colina de Passe”, onde sempre é recebido um convidado relacionado ao Vasco da Gama para conversar sobre os principais assuntos em alta do Cruzmaltino e também sobre a sua trajetória como torcedor e profissional.

Mesacast é um formato de podcast que privilegia o bate-papo entre os participantes, apresentando a configuração de uma roda de conversa ou mesa-redonda digital, com a presença de amigos ou convidados que falam de assuntos que entendem (como especialistas do tema) ou que gostam (em um estilo mais informal). (Balacó; Guimarães; Rutilli, 2023 p.6)

Se na TV e no Rádio as mesas-redondas se encontram em um cenário de discussão sobre o futebol de forma geral, abordando diversos times do Brasil e do exterior, os mesacasts segmentados usufruem da liberdade possibilitada pelo modelo para se aprofundar em um clube específico. Outro exemplo de programa segmentado com foco no Vasco da Gama que segue o modelo de mesacast, é o já abordado anteriormente, podcast “GE Vasco”, produzido pelo Globo Esporte, que coloca o jornalismo segmentado em destaque dentro de uma emissora tradicional.

Apesar de ser um podcast e de ter um clima leve entre os participantes, o “GE Vasco”, por ser um programa ligado à Rede Globo, tem algumas particularidades editoriais que o diferenciam do “Expresso 1923”, por exemplo. Mesmo tendo um participante em comum, João Almirante, vemos uma mudança em relação ao palavreado utilizado, com pouquíssimos xingamentos e também uma duração mais definida, girando em torno de uma hora. Apesar de contar fixamente com um torcedor declarado do clube em todos os episódios na figura do Almirante, o programa completa sua bancada com o apresentador e um ou dois setoristas do Cruzmaltino, o que traz uma veia mais jornalística e menos torcedora para a mesa.

Assim como dito sobre outros podcasts anteriormente, o “GE Vasco” também se encontra nas plataformas digitais de áudio e possui a sua versão em vídeo no YouTube, que é transmitida ao vivo em sua maioria no dia seguinte aos jogos do Vasco, mas o programa também possui algumas particularidades em relação a sua distribuição. Além das plataformas tradicionais de podcasts, ele também é disponibilizado no site “ge.globo.com”, podendo ser acessado pelos leitores do site.

Nos cortes, o programa se diferencia do modelo tradicional abordado por Alexander (2019), não possuindo um canal de cortes no YouTube para disponibilizar vídeos curtos, e sim colocando-os no site do “ge”, como um complemento das matérias publicadas. Se algo for veiculado pelo site citando um possível reforço, é comum encontrar no meio da matéria um corte retirado do podcast “GE Vasco” com os participantes debatendo sobre esse assunto em uma edição recente.

No “GE Vasco” o modelo de mesacast e a tradicional resenha esportiva se misturam com a descrição de podcast jornalístico feita por Balacó, Guimarães e Rutilli (2023), sendo “construído com o caráter noticioso e de aprofundamento”. Os setoristas participantes em diversos momentos trazem informações exclusivas dos bastidores do clube, ou mesmo sobre a janela de transferências, com o programa tendo um momento para tratar desse tipo de tema ao longo de sua duração. Em questão de aprofundamento, é muito claro quando vemos a análise dos jogos do clube sendo feita durante um grande momento do podcast, discutindo

aspectos táticos, conversando sobre as decisões tomadas pelo treinador e sobre a performance individual dos jogadores.

Dessa forma, é possível entender como o podcast se tornou um meio de ampliação do jornalismo esportivo segmentado dentro do atual contexto comunicacional. O modelo se disseminou no mundo nos últimos anos, se tornando muito popular em diferentes contextos, podendo atingir o receptor em sua forma original, em áudio, em formato de vídeo no YouTube, ou com os vídeos curtos conhecidos como cortes.

Essa variedade de formas de divulgar o seu produto fez com que o podcast se tornasse atrativo ao público, que pode consumi-lo da forma que preferir, e também aos produtores, que se encontram em uma posição de comercializar seu produto em diferentes frentes. No esporte o modelo de mesa-redonda que vem sendo utilizado há décadas na TV e no rádio, foi modernizado com a criação dos mesacasts, formato que se mostra muito popular atualmente e se tornou um dos principais quando o assunto é o jornalismo esportivo, contribuindo para a disseminação e popularização desse conteúdo, seja ele geral ou no caso dos exemplo citados, segmentado.

4. Podcast: “É Gol na ArquiBancada”

Este capítulo tem como objetivo apresentar todas as etapas da produção do podcast “É Gol na ArquiBancada”, iniciativa prática do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que foi feita com base em tudo o que foi apresentado sobre o jornalismo segmentado ao longo deste trabalho. Aqui explicamos todo o processo por trás dos três episódios da série “Jornalismo, Futebol e Paixão”, desde a concepção da ideia, até a gravação, edição e publicação dos três episódios.

Desde muito jovem, sempre tive uma relação muito forte com o esporte, em especial o futebol, e mais que isso, sempre fui apaixonado pelo Club de Regatas Vasco da Gama. Essa paixão e o gosto por ler, escrever e falar sobre esporte foi o que me trouxe inicialmente para a faculdade de jornalismo. Com isso, desde o início do curso, em 2020, a intenção sempre foi que meu TCC se relacionasse com essa área, preferencialmente com algo relacionado ao meu clube do coração.

Em dezembro de 2023, entrei em contato com o professor Ricardo Bedendo e o convidei para ser meu orientador, o que foi prontamente aceito por ele, que foi peça fundamental para a concepção inicial do projeto. Inicialmente trouxe para ele a ideia de fazer uma análise de programas relacionados ao Vasco da Gama feitos pelas grandes emissoras e por produtores independentes. Seguimos com essa proposta durante algum tempo, mas em março de 2024, o professor trouxe para mim a proposta de fazer um trabalho prático, produzir um podcast em parceria com o “Footbyte: Núcleo de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Futebol”, entrevistando profissionais da comunicação que produzem conteúdo voltado para um clube específico, no caso o Vasco. Prontamente aceitei a ideia e iniciei os contatos para encontrar o primeiro convidado do podcast, além de começar a pensar em um nome para o programa.

Após pensar muito e conversar com minha namorada, Maria Fernanda, sobre o assunto, surgiu dela o nome “ArquiBancada”, fazendo uma relação entre a arquibancada dos estádios de futebol e a bancada tradicional dentro dos programas jornalísticos. Apresentei o nome ao meu orientador, que sugeriu adicionar “É Gol” no início para incrementá-lo, e assim foi oficialmente batizado o podcast “É Gol na ArquiBancada”. Em seguida, através do Canva, eu e Maria Fernanda trabalhamos para criar a logo do podcast e optamos por usar a cor cinza no fundo, de forma predominante e a cor branca na fonte, combinação que mais agradou entre as testadas. Além disso, destacamos a palavra “podcast” com o fundo preto e

finalizamos com alguns elementos para remeter ao tema do programa, como a bola de futebol e as ondas sonoras que aparecem em destaque na parte superior.

Figura 1: Logo do podcast “É Gol na Arquibancada”



Com o nome decidido e a logo criada, os esforços foram direcionados para encontrar o primeiro convidado do podcast. Muitos emails e mensagens nas redes sociais foram enviadas para diversas personalidades que trabalham ou trabalharam falando sobre o Vasco em algum momento e, felizmente, tive a sorte de conseguir rapidamente marcar a primeira entrevista. No dia primeiro de abril de 2024, enviei através do Instagram um convite para o jornalista João Almirante participar do podcast, no dia 5 de abril ele me respondeu aceitando e nos dias seguintes mantivemos contato para encontrar uma data para a gravação. Nesse meio tempo já comecei a pensar nas perguntas que iria fazer para o convidado e enviei as que tinha em mente para o meu orientador, que trouxe mais algumas sugestões e no final aprovou a pauta produzida. Após alguns imprevistos e remarcações, no dia 17 de abril foi gravada através do “Google Meet” a entrevista com João Almirante. Por ser uma entrevista com uma pessoa que não reside em Juiz de Fora, foi necessário gravar de forma remota, e assim foi feito. A chamada aconteceu por volta das 14h, e durou aproximadamente 45 minutos. Logo após o fim, o professor Ricardo me enviou o material bruto para fazer a edição.

O processo de edição foi dividido em duas partes: áudio e vídeo. A edição do áudio foi feita através do Audacity e consistia em deixar o bate papo mais fluido, cortando pausas bruscas durante a conversa e adicionar as vinhetas no começo e no final do episódio. Na parte

do vídeo o trabalho foi mais simples e feito de forma breve pelo Clipchamp, precisando apenas cortar o início e o final da gravação, para começar e terminar no momento certo. Feitas as edições e com a aprovação do orientador, o podcast foi ao ar no Spotify no dia 19 de abril, enquanto no YouTube a gravação foi publicada no dia 29 do mesmo mês.

Figura 2: Print do episódio gravado com João Almirante



Com o primeiro episódio publicado nas duas plataformas, segui em busca de mais convidados para participar, tentando inclusive um contato sem sucesso com os ídolos do Cruzmaltino, Edmundo e Pedrinho. Nos meses seguintes encontrei mais dificuldades para conseguir o segundo convidado, com algumas entrevistas sendo desmarcadas e algumas mensagens sem resposta.

No dia 18 de julho, tive uma reunião com o meu orientador para discutir os próximos passos do trabalho, e lá surgiu o nome do jornalista Fábio Azevedo como um possível entrevistado no segundo episódio. Por ser um nome muito conhecido no jornalismo e possuir uma grande quantidade de seguidores nas redes sociais, não consegui contato com ele desta maneira, então, o professor Ricardo Bedendo conseguiu através do produtor da TV Globo e ex-aluno da Faculdade de Comunicação da UFJF, Guilherme Oliveira, o número de telefone do profissional. Com essa grande ajuda, no dia 12 de agosto mandei uma mensagem no WhatsApp de Azevedo que, muito solícitamente, aceitou ser o segundo convidado do podcast.

Assim como no processo de produção do episódio anterior, separei perguntas para serem feitas para o convidado e apresentei para o professor Ricardo, que aprovou a pauta. Por não residir em Juiz de Fora, assim como Almirante, a entrevista com Fábio Azevedo foi gravada remotamente através do Google Meet, na manhã do dia 20 de agosto de 2024. Se assemelhando ao episódio anterior, a conversa durou aproximadamente 45 minutos. A edição

seguiu o mesmo padrão do primeiro episódio, com o áudio sendo editado no Audacity para deixar a escuta mais fluida e o vídeo apenas ajustando as partes sobressalentes no início e no fim do episódio. O programa saiu no Spotify logo no dia seguinte à gravação, 21 de agosto, enquanto o vídeo foi publicado no YouTube em 2 de setembro, ambos aprovados pelo orientador.

Figura 3: Print do episódio gravado com Fábio Azevedo



Após a publicação do segundo episódio no Spotify, fui orientado pelo professor Ricardo a criar um Instagram para a divulgação dos programas, e com isso criei o perfil “@arquibancada.podcast”, onde publiquei cards com os convidados que já haviam sido entrevistados. Esses cards foram produzidos através do Canva, onde criei um modelo único, seguindo a identidade visual proposta no logo do programa. O fundo cinza e a fonte branca se mantiveram, assim como o elemento da bola, que foi ampliado e deixado levemente transparente, ocupando o fundo. O sobrenome dos convidados foi colocado em vermelho para causar um destaque maior dentro da paleta de cores da arte, e por fim, a foto do convidado foi colocada no lado direito do card.

Figura 4: Arte de divulgação do episódio com o jornalista Fábio Azevedo.



Figura 5: Arte de divulgação do episódio com o jornalista João Almirante.



Para finalizar a série, eu e o professor Ricardo Bedendo conversamos e entendemos que seria importante gravarmos um episódio presencialmente, na Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Com isso em mente, começamos a pensar em quem seria o último convidado, e rapidamente surgiu o nome do jornalista formado na Facom da UFJF, Giovane Rezende, vascaíno declarado e que trabalhou por muitos anos na imprensa esportiva de Juiz de Fora, antes de migrar para a parte de assessoria, onde trabalha atualmente. Giovane é um grande amigo que fiz durante o período de estágio

na Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Juiz de Fora e se disponibilizou rapidamente a gravar o episódio na sua antiga faculdade. Os primeiros contatos com ele foram feitos no dia 6 de janeiro, e após checar a sua disponibilidade, marcamos a gravação para o dia 16, às 19h.

Com a pauta já produzida por mim e aprovada pelo orientador, no dia da gravação, saí do estágio na Prefeitura às 17h e por volta de 17h30 peguei um ônibus rumo à Facom. Por conta do tradicional trânsito em Juiz de Fora neste horário, cheguei na UFJF apenas às 18h30, e lá, encontrei com o professor Ricardo Bedendo e com Giovane Rezende para a gravação do episódio. Optamos por gravar na sala 301 e, lá, montamos toda a estrutura necessária para a produção de um podcast, com uma câmera e tripé que pegamos com a faculdade e também microfones para a captação do áudio. O cenário foi uma mesa, comum no abordado neste trabalho, “mesacast”, e um banner do Footbyte, fornecido pelo professor Ricardo Bedendo, assim como as canecas que utilizamos durante a gravação. O amigo Caio Francis, que estava na UFJF no momento, se disponibilizou para operar a câmera durante a maior parte do episódio, e além disso, o podcast foi transmitido ao vivo no instagram do Footbyte, diferentemente dos dois episódios anteriores. A conversa durou aproximadamente 55 minutos, tempo levemente superior aos papos com Almirante e Azevedo.

Figura 6: Registro feito no dia da gravação do terceiro episódio



Apesar de seguir o mesmo padrão de edição dos episódios gravados remotamente, o episódio 3 teve algumas complicações na sua pós-produção. No dia seguinte à gravação, recebi em meu email o arquivo da gravação em vídeo feita pela câmera, porém, o tamanho do

arquivo em questão e o formato em que ele chegou até mim, fizeram com que eu não conseguisse editar rapidamente o episódio. O arquivo estava no formato MTS e possuía um total de 7gb, o que dificultou ainda mais a situação, me impossibilitando de convertê-lo para MP4.

Conversando com Caio Francis, que foi quem esteve por trás da câmera durante a gravação, recebi a ajuda necessária para dar continuidade ao trabalho. Ele pediu orientação para o amigo e também estudante do curso de jornalismo da UFJF, Michel Santos, que se prontificou a fazer a conversão para mim. No dia 19 de janeiro, recebi o arquivo compactado e convertido em MP4 pelo Michel, a quem sou muito grato pela disponibilidade e boa vontade em me ajudar no momento de dificuldade. Com o arquivo em mãos, pude iniciar o processo de edição, feito da mesma forma que os episódios anteriores, dividindo entre áudio e vídeo. Após adicionar a abertura e o encerramento, além de editar as pausas para deixar a conversa mais fluida, a entrevista com Giovane Rezende foi publicada no Spotify no dia 20 de janeiro, assim como o vídeo no YouTube, que foi ajustado e lançado no mesmo dia.

Figura 7: Arte de divulgação do episódio com o jornalista Giovane Rezende



Com o terceiro episódio aprovado pelo meu orientador e publicado nas redes sociais, a série “Jornalismo, Futebol e Paixão” foi encerrada, e com ela, também chegou ao fim a parte prática do Trabalho de Conclusão de Curso. Link para os episódios:

Episódio 1 - João Almirante

Spotify:

<https://open.spotify.com/episode/7mHL3e5s794pNvwswEGYku?si=72d4240421004dd4>

YouTube: <https://youtu.be/ULxX8y9fxCU?si=YewPF6Ik-kZxPtgV>

Episódio 2 - Fábio Azevedo

Spotify:

<https://open.spotify.com/episode/6PtJw4fVEXaZNNiOKyVfFY?si=d2169c14f14a4204>

YouTube: https://youtu.be/YRxQBKuUdGg?si=92n3ser_RBt2LUuo

Episódio 3 - Giovane Rezende

Spotify:

<https://open.spotify.com/episode/70cmhdSMM6oPM1oNpZ6HI2?si=0c9a926c9e034664>

YouTube: <https://youtu.be/u022-OOYp0E?si=c1kVXg1ELMizayyS>

5. Considerações finais

O presente trabalho foi feito e pensado com o objetivo de analisar a produção de conteúdo segmentado dentro do jornalismo esportivo, explorando os limites entre a profissão e a paixão do torcedor, passando pelas origens desse tipo de conteúdo, até o presente momento, onde já está difundido no meio da comunicação. Com isso, também foi realizado o trabalho prático de entrevistas com pessoas que produzem e consomem esse tipo de conteúdo relacionado ao Club de Regatas Vasco da Gama, buscando entender como o jornalismo segmentado se encaixa no meio futebolístico atualmente.

Com a pesquisa e a leitura dos textos referenciados foi possível aprender sobre a origem da comunicação esportiva no Brasil, desde o rádio, até a modernidade, com os podcasts, formato utilizado na parte prática do TCC e que como analisado, serviu como um grande catalisador para a produção segmentada dentro do jornalismo brasileiro, trazendo inclusive, formatos já consagrados, como a mesa-redonda, e modernizando para o mesacast.

As produções possibilitaram que fossem colocados em prática grande parte dos ensinamentos adquiridos durante a graduação, abrindo portas para que fosse realizado um programa seguindo formatos que foram estudados durante a escrita deste trabalho. O contato com grandes referências da profissão através do “É Gol na Arquibancada” foi muito importante e trouxe o ponto de vista de quem já está inserido no meio do jornalismo há muitos anos e entendeu as mudanças e modernizações da profissão.

É importante destacar a participação fundamental do meu orientador, Ricardo Bedendo, que foi quem primeiro acreditou que eu conseguiria produzir este podcast e esteve auxiliando e participando de todo o processo desde a sua concepção, no início de 2024.

Acredito que, com este trabalho, foi possível concluir que o jornalismo segmentado é uma realidade na comunicação atual, sendo feito em diferentes estilos, por diferentes pessoas e atingindo diferentes públicos. Os avanços tecnológicos permitiram que a produção de conteúdo não seja atrelada apenas aos meios de comunicação tradicionais, abrindo um leque enorme de possibilidades para quem busca consumir o conteúdo sobre determinado time e também para quem busca produzir este conteúdo, como são os casos dos três entrevistados no podcast.

O podcast “É Gol na Arquibancada” me possibilitou dialogar e entender todas as facetas desse tipo de conteúdo e também, produzir o meu próprio podcast falando sobre esporte e comunicação na internet, o que dialoga diretamente com tudo o que foi pesquisado neste trabalho.

Com isso, acredito que este exercício teórico/prático possui a capacidade de mostrar não só para mim, mas também para futuros comunicadores, que é possível produzir conteúdo de forma independente e visando um público específico, engrandecendo ainda mais as possibilidades dentro da profissão.

REFERÊNCIAS

- ALEXANDER, J (2019) YouTube creators are turning the site into a podcast network. Disponível em: <https://www.theverge.com/2019/9/9/20801873/youtube-podcast-creators-h3-joe-rogan-ethan-klein-hila-david-dobrik-views>
- AZEVEDO, Núbia; MARQUES, Jose Carlos. **PAIXÃO E CLUBISMO NO RÁDIO HIPERMIDIÁTICO: UMA ANÁLISE DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS DA RÁDIO CRAQUE NETO NO YOUTUBE**. *Revista Alteior*, Ano 14 – Volume 02 - Edição 28 – Julho-Dezembro de 2023.
- BALACÓ, Bruno; GUIMARÃES, Carlos; RUTILLI, Marizandra. **A reinvenção da resenha via Mesacast: o modelo brasileiro de podcast esportivo**. In: Anais do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), V. 46, 2023.
- BEDENDO, Ricardo. **Do Video-tape ao VAR: o Footbyte e as mudanças nas arquiteturas do olhar e da experiência de jornalistas esportivos**. 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – PUC-Minas, 2023.
- BONINI, T. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 1, 3 jul. 2020.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.
- CORREIA, Henrique. **PAIXÃO SEMPRE... FANATISMO NUNCA. A Imparcialidade no Jornalismo Desportivo [Futebol]**. Lisboa, Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias de Informação, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2015
- FONSECA, Ouhydes. **“Esporte e crônica esportiva”, em Esporte & Jornalismo**. (org. Pascoal L. Tambucci, José G.M. de Oliveira & José Coelho Sobrinho) São Paulo, Cepeusp/USP, 1997.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV: o jogo da narração** - a imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Tese de doutorado apresentada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação da UFRJ, 2006.

PICORELI MONTANHA, F. A. R.; SILVA, C. **Jornalismo esportivo e imparcialidade: o caso Fla-Press**. Intexto, Porto Alegre, n. 27, p. 69–88, 2012.

PÔRTO JÚNIOR, Francisco Gilson Rebouças; CASTRO, Darlene Teixeira; NUNES, Gleydsson Circuncisão. “**A invenção e três revoluções: uma breve história do audiovisual**”. Revista Humanidades e Inovação v.5, n. 7 – 2018.

VICENTE, Eduardo. **DO RÁDIO AO PODCAST: as novas práticas de produção e consumo de áudio**. In: ANAIS DO 27º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2018, Belo Horizonte. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2018.

Saudades do Tira-Teima? Entenda como Globo checava arbitragem antes do VAR. UOL, 2023. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/07/17/var-como-funcionava-tira-teima-globo.htm#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20o%20Tira,sai%20o%20passe%20da%20bola>>

Pesquisa: Palmeiras supera São Paulo em ranking de torcidas; Fla lidera. UOL, 2024. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2024/05/15/pesquisa-cnn-itatiaia-quae-st-torcidas.htm>>

VASCO. Vasco. 1924 - A Resposta Histórica. Disponível em:

<<https://vasco.com.br/conteudo/1924-a-resposta-historica/>>

GE. ge. A Voz da Torcida. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/voz-da-torcida/>>

PORTÃO 9. YouTube. PORTÃO 9 - CR Vasco da Gama. Disponível em:

<https://www.youtube.com/@portao_9>

EXPRESSO 1923. YouTube. Expresso KTO 1923. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/@Expresso1923>>

FANÁTICO VASCAÍNO. YouTube. Fanático Vascaíno. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/@Fan%C3%A1ticoVasca%C3%ADno>>