

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA - UNESP
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - FAAC

CURSO DE JORNALISMO

LUAN BRIZOLA ESTEVAM

**CLUBISMO E JORNALISMO: UMA ANÁLISE SOBRE
IMPARCIALIDADE NOS PODCASTS DO GE EM SÃO PAULO**

Bauru - SP

2025

LUAN BRIZOLA ESTEVAM

**CLUBISMO E JORNALISMO: UMA ANÁLISE SOBRE
IMPARCIALIDADE NOS PODCASTS DO GE EM SÃO PAULO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade
de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, para
obtenção do título de Jornalista.

Orientadora: Profª Draª Karina Woehl de Farias

Bauru - SP

2025

E79c Estevam, Luan
Clubismo e Jornalismo: Uma Análise Sobre Imparcialidade
Nos Podcasts Do GE Em São Paulo / Luan Estevam. -- Bauru,
2025
52 p.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Jornalismo) -
Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de
Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientadora: Karina Woehl de Farias

1. Podcast. 2. Imparcialidade. 3. Clubismo. 4. GE Santos. 5.
GE Palmeiras. I. Título.

LUAN BRIZOLA ESTEVAM

**CLUBISMO E JORNALISMO: UMA ANÁLISE SOBRE IMPARCIALIDADE NOS
PODCASTS DO GE EM SÃO PAULO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), Bauru, para obtenção do título de Grau acadêmico Bacharel em Jornalismo.

Área de Concentração: Jornalismo

Data da defesa: 30/06/2025

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Karina Woehl de Farias

UNESP - Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) - Campus de Bauru

Prof^a. Dr^a. Aline Cristina Camargo

UNESP - Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) - Campus de Bauru

Prof^a. Dr^a. Kelly de Conti Rodrigues

UNESP - Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) - Campus de Bauru

DEDICATÓRIA

Dedico esta pesquisa ao meu avô, Manoel Estevam, que faleceu durante o desenvolvimento desta monografia e que sempre, através de sua forma simples, linda e introvertida, me moldou como pessoa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha orientadora Karina Woehl de Farias por ter sido essencial para o desenvolvimento deste trabalho que me orgulho muito.

À minha namorada Livia, que sempre está ao meu lado me apoiando em todos os momentos, independente das circunstâncias.

À minha família, que me incentiva nos meus desejos e que está ao meu lado para o que der e vier.

Aos meus amigos, Antonio Vinicius, Felipe Nunes, Guilherme Berto e Nathan Sampaio, que estiveram me incentivando durante o desenvolvimento do TCC e durante a graduação.

Ao projeto RUV Podcasts, que me ajudou a desenvolver um grande gosto por *podcasts* e me motivou na escolha do tema do TCC.

ESTEVAM Luan Brizola. **Clubismo e jornalismo: uma análise sobre imparcialidade nos podcasts do GE em São Paulo**. TCC (Monografia) do curso de jornalismo - FAAC - UNESP, sob a orientação da prof^a. Dr^a. Karina Woehl de Farias, Bauru, 2025.

RESUMO

Este estudo tem como propósito analisar a relação de clubismo e imparcialidade dos jornalistas e dos podcasts *GE Palmeiras* e *GE Santos*, produzidos pelo portal Globo Esporte. O trabalho tem como objetivo verificar se os profissionais quebram as normas de imparcialidade que regem a profissão e como são as relações de clubismo dos jornalistas que apresentam os programas. Com o aumento das produções audiofônicas, como os *podcasts*, a pesquisa busca analisar esses programas através do contexto da pódosfera, como ferramenta de divulgação jornalística, em especial no campo esportivo. O estudo utiliza uma pesquisa qualitativa, fundamentada em análise de conteúdo dos episódios selecionados, juntamente com a revisão bibliográfica. O trabalho busca analisar a abordagem dos programas com as questões de gêneros jornalísticos, como o diversional, informativo e opinativo, além da análise dos posicionamentos imparciais dos jornalistas dos programas. Além disso, a pesquisa demonstrará que os *podcasts* do Globo Esporte irão se utilizar de um recurso externo ao jornalismo, por meio da *Voz da Torcida*, para que possam ter alinhamentos que sigam as normas de imparcialidade no jornalismo.

Palavras-chaves: Jornalismo Esportivo; *Podcast*; Imparcialidade; Clubismo; Globo Esporte.

ESTEVAM Luan Brizola. **Clubismo e jornalismo: uma análise sobre imparcialidade nos podcasts do GE em São Paulo**. TCC (Monografia) do curso de jornalismo - FAAC - UNESP, sob a orientação da prof^a. Dr^a. Karina Woehl de Farias, Bauru, 2025.

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between clubism and impartiality of journalists and the podcasts GE Palmeiras and GE Santos, produced by the Globo Esporte portal. The work aims to verify whether professionals break the impartiality norms that govern the profession and what the clubism relationships of the journalists who present the programs are like. With the increase in audio productions, such as podcasts, the research seeks to analyze these programs through the context of the podosphere, as a tool for journalistic dissemination, especially in the sports field. The study uses qualitative research, based on content analysis of the selected episodes, together with a bibliographic review. The study aims to analyze the programs' approach to journalistic genres, such as entertainment, information, and opinion, as well as the impartial positions of the programs' journalists. Furthermore, the research will demonstrate that Globo Esporte's podcasts will use a resource external to journalism, through the *Voz da Torcida* to ensure their alignments adhere to the standards of impartiality in journalism.

Keywords: Sports Journalism; *Podcast*; Impartiality; Clubism; Globo Esporte

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.2 OBJETIVO.....	11
1.3 OBJETIVO GERAL.....	11
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
2. SURGIMENTO DOS PODCASTS.....	11
2.1 Podcasts esportivos no Brasil.....	15
3. GÊNERO JORNALÍSTICOS NOS PODCASTS.....	18
3.1 Gênero Informativo Nos Esportes.....	19
3.2 Gênero Opinitivo no Jornalismo e no Esporte.....	21
3.3 Gênero Diversional nos Programas Esportivos.....	22
4. ÉTICA E IMPARCIALIDADE NO JORNALISMO ESPORTIVO.....	24
5. CLUBISMO NOS PROGRAMAS ESPORTIVOS.....	28
6. OS PODCASTS DO GLOBO ESPORTE.....	32
6.1 O PODCAST GE SANTOS.....	33
6.2 GE Santos - episódio #350.....	34
6.3 GE Santos - episódio #351.....	36
6.4 O PODCAST GE PALMEIRAS.....	38
6.5 GE Palmeiras - episódio #383.....	40
6.6 GE Palmeiras - episódio #385.....	42
6.7 SÍNTESE DOS EPISÓDIOS.....	44
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	47

1. INTRODUÇÃO

A popularização dos *podcasts* alavancou a divulgação de produtos jornalísticos para a sociedade contemporânea. O feito também afetou as produções esportivas que encontraram nas plataformas de áudio, a possibilidade de integrar e ganhar novos públicos para seus conteúdos. Assim, os programas esportivos tiveram que se adequar a essa nova realidade, adaptando-se a formatos já pré-estabelecidos em outros meios como televisão, rádio e *Youtube*. Entretanto, dois fatores de sucesso desses programas em outras mídias são a imparcialidade e o clubismo. Nesse sentido, observa-se, dessa forma, que os recursos também servem para atrair a audiência e se consolidar, também, no mercado audiofônico.

Nota-se a ascensão dos formatos de *mesacasts* de esportes, dos quais, em alguns casos, desenvolvem produtos para o áudio. Esses programas divulgados em formato de *podcasts*, anteriormente em audiovisual, possuem elementos característicos de uma conversa informal, mais propensa, nos casos de grandes veículos, à imparcialidade dos jornalistas. Essa abordagem, chamada de *resenha*, “se dá por conta de uma tradição brasileira com as mesas-redondas esportivas e com o fato de ter justamente uma proposta mais leve” (Balacó, Guimarães, Rutilli, 2023, p.3).

Dessa forma, entendemos que o clubismo dos jornalistas pode influenciar na opinião dos telespectadores, de modo que a análise correta de uma partida de futebol seja realizada de maneira enviesada. Além disso, a falta de imparcialidade põe em xeque a credibilidade do produto, levando o ouvinte a questionar se aquele programa, de fato, está em conformidade com a realidade dos fatos.

Portanto, essa pesquisa busca analisar a forma que os jornalistas esportivos nos *podcasts* do GE (Globo Esporte), lidam com o clubismo, a relação com a parcialidade nas análises e a divulgação de notícias aos ouvintes. Além disso, o recorte da análise se dá pelas equipes do Palmeiras e Santos, antes e após a final do Campeonato Paulista 2024, ou seja, um período em que os jornalistas necessitam fazer uma avaliação precisa das equipes, de forma que hajam de forma imparcial e que não se sujeitem ao clubismo.

A partir de uma abordagem qualitativa, com uso da análise de conteúdo e revisão bibliográfica, o estudo busca descrever como os apresentadores atuam nos *podcasts GE Palmeiras* e *GE Santos*. O trabalho propõe conceituar, com base nas

referências teóricas, as diferentes formas de produção do jornalismo esportivo — como os gêneros informativo, opinativo e diversional —, verificando a presença ou ausência de clubismo nas análises. Além disso, pretende-se avaliar se a imparcialidade é adotada como princípio nos episódios e como ela se manifesta nas posturas dos apresentadores.

1.2 OBJETIVO

O objetivo da pesquisa é observar o conceito jornalístico da imparcialidade durante o período das finais do Campeonato Paulista 2024, entre Palmeiras e Santos, com o olhar para os *podcasts* do GE São Paulo. Além disso, perceber a relação do clubismo nas análises jornalísticas, e se pode vir a ser o que os comentaristas e apresentadores primam nos programas.

1.3 OBJETIVO GERAL

Verificar se os *podcasts* *GE Palmeiras* e *GE Santos* primam pela imparcialidade ou se dedicam ao clubismo para realizar análises das equipes no torneio estadual.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Descrever como ocorre a abordagem dos jornalistas em relação aos *podcasts* *GE Palmeiras* e *GE Santos*;
- Conceituar, a partir das referências bibliográficas, as práticas jornalísticas como, jornalismo diversional, informativo e opinativo;
- Verificar se há presença de clubismo nos programas;
- Avaliar se a imparcialidade jornalística conduz os episódios do *GE Palmeiras* e *GE Santos* e de seus apresentadores nos episódios.

2. SURGIMENTO DOS PODCASTS

O surgimento do antecessor dos *podcasts* está datado em 1990, com a criação do *Internet Talk Radio*, pelo estadunidense Carl Malamund. Neste programa,

as pautas eram sobre possíveis evoluções tecnológicas que seriam observadas no futuro, além de entrevistas com profissionais da tecnologia. A diferenciação para outros projetos era que o público só poderia ouvi-los através da realização de *downloads* dos arquivos por meio da internet (Politi, 2024).

Quase 10 anos depois, uma revolução tecnológica surge para reinventar o cenário da distribuição de áudio com a criação de um programa que realizava a seleção, *downloads* automáticos e armazenava conteúdos audiofônicos nos computadores (Tigre, 2021). Apesar do processo de *download* automático já estar presente na sociedade, a utilização desse recurso era realizada, em grande parte, por empresas que estavam buscando o lucro.

Com a profusão de aparelhos portáteis reprodutores de arquivos de áudio, notadamente os de formato MP3, surgiram várias novas ideias de como automatizar o acesso ao conteúdo de audioblogs e demais programas de áudio. O método que mais teve sucesso foi a possibilidade desse *download* ocorrer automaticamente através de programas chamados “agregadores”, utilizando uma tecnologia já empregada para blogs: o feed RSS (*Really Simple Syndication*) (Assis; Luiz, 2010, p. 2).

O uso do RSS foi uma forma de facilitar a difusão de conteúdos para o grande público, visto que se tratava apenas de um *feed*, do qual as pessoas poderiam acessá-lo e receber os novos conteúdos automaticamente. Contudo, para que o material de áudio fosse publicado, necessitou-se a criação de um *enclosure*¹, para que se pudesse armazenar o arquivo de áudio e os *downloads* automáticos fossem realizados. Dessa forma, conforme afirmam Assis e Luiz (2010), o programador estadunidense, Dave Winer, desenvolveu um *enclosure* para que um jornalista pudesse disponibilizar suas entrevistas, por áudio, na *internet*.

Por conta da criação deste sistema de difusão de mídias audiofônicas, o empresário e ex-apresentador de televisão do canal estadunidense MTV Adam Curry, desenvolveu, em 2004, o *iPodder*, sendo, portanto, o primeiro serviço de transmissão de áudio reconhecido como *podcast* (Avelar; Prata; Martins, 2018, p.1). O termo *podcasting*, inclusive, é proveniente da junção sufixo “pod”, de iPod, com o sufixo *casting*, do termo *broadcasting* - que seria uma “transmissão pública e

¹ São uma forma de anexar conteúdos de multimídia a *feeds* RSS com objetivo que seja pré buscado.

massiva de informações que, quando feita através de ondas eletromagnéticas de rádio também pode ser chamado de radiodifusão” (Assis; Luiz, 2010, p.1).

Curry, inclusive, tinha como objetivo “oferecer ao público uma transmissão diferenciada de programas de rádio personalizados, onde as pessoas pudessem escolher o que queriam ouvir, na hora em que quisessem ouvir” (Vanassi, 2007, p. 53).

Assim, os *podcasts* começaram a se aprofundar para as mais diversas temáticas como, por exemplo, o campo da educação, saúde e na comunicação (Avelar; Prata; Martins, 2018, p. 2). Por conta do início da grande popularidade desse novo meio audiofônico, o produto começou a ganhar definição e notoriedade.

Notadamente na radiofonia, esta nova forma de produção e escuta de informações sonoras adquiriu contornos e alcances que contribuíram, inclusive, na própria definição do meio. Atualmente, há até a celebração do Dia do *Podcast*, comemorado em 30 de setembro. A efeméride foi criada pelo podcaster americano Steve Lee, do Netcast Studio, com o objetivo de divulgar a mídia e torná-la cada vez mais conhecida (Avelar, Prata, Martins, 2018, p. 2).

No contexto do Brasil, o dia 20 de outubro de 2004, foi registrado oficialmente como a data em que se publicou, pela primeira vez, um *podcast* no país. O programa foi uma produção de Danilo Medeiros, com o programa *Digital Minds*, e surgiu “devido ao desejo do autor em se diferenciar dos blogs que existiam” (Assis; Luiz, 2010, p.3). Essa popularização dos *podcasting* não foi instantânea, pois, segundo afirmam Assis e Luiz (2010, p.4), os blogs do país até conseguiam subir arquivos de áudios para os usuários, entretanto não se caracterizavam como *podcasts*, por conta de não ser possível utilizar o *feed* RSS.

Após o aumento no número de programas no Brasil, a população brasileira desenvolveu gosto pela nova mídia apresentada. Os *podcasts*, que se assemelham às diversas características dos programas de rádio, assumem um papel de apego na sociedade brasileira. Assis (2011) afirma que se cria essa “intimidade” por meio da interlocução entre locutor e ouvinte, assim como ocorre na rádio.

[...] os podcasters criam essa intimidade com seus ouvintes, ou podouvintes. Da mesma forma que um locutor de rádio fala com seus ouvintes, o podcaster também se dirige a eles. É uma prática comum, inclusive, nos podcasts brasileiros, uma sessão de leitura e comentário dos e-mails recebidos no período anterior, trazendo o ouvinte ainda mais para perto da experiência do podcast e da intimidade dessa relação (Assis, 2011, p.8).

Com sua popularização, os *podcasts* ganharam forma conforme os anos se passaram, sendo uma importante forma de divulgação de produtos jornalísticos para a sociedade contemporânea. Segundo a pesquisa realizada em 2024 e 2025 pela Associação Brasileira de Podcaster (ABPOD), a frequência de consumo diário dos ouvintes brasileiros é de 40,23%, sendo utilizado majoritariamente o *Spotify* para escutar os programas. Ainda nessa pesquisa, os conteúdos de notícia são os mais buscados pelos ouvintes (23,79%), em seguida pelos de entretenimento (23,07%), enquanto os de esportes são os menos procurados (6,16%).

Entretanto, por mais que os *podcasts* menos buscados sejam os de esportes, nota-se como os veículos de mídia esportiva estão expandindo sua atuação para plataformas com o intuito de variar os formatos de distribuição de conteúdo e, ao mesmo tempo, conquistar novos tipos de ouvintes. Esse movimento evidencia como os grandes conglomerados de mídia estão atentos à nova realidade de consumo da sociedade, dessa forma há uma crescente busca por formatos mais flexíveis e portáteis. Em 2019, por exemplo, o *Spotify* afirmou em relatório que sua audiência dobrou no período do segundo trimestre daquele ano (Orlando, 2020, p.2).

Os grandes veículos de comunicação e os produtores de conteúdo esportivo, ao explorar a potência das mídias audiofônicas, conseguem realizar análises, debates sobre temas relevantes no mundo do esporte e atualizações e de forma mais acessível, além de uma dinâmica condizente com as exigências que o público atual espera.

Os podcasts assumem cada vez mais importância no cenário midiático brasileiro. Embora o formato podcast não seja exatamente uma novidade, foi nos últimos anos que esse modelo de comunicação conseguiu mais força do que nunca, ganhando ampla variedade de programas e temas e registrando aumento de ouvintes e receita. Na área do jornalismo esportivo não foi diferente [...] (Orlando, 2020, p.1).

A percepção dos veículos de comunicação em torno da relevância que os podcasts poderiam vir a assumir no cenário midiático futuro contribuiu para a popularização desse formato de distribuição de áudio no Brasil. Por conta disso, os veículos de mídia começaram a reconhecer o potencial dos podcasts junto ao grande público e direcionam seus esforços para adaptar e transferir grande parte de

seus conteúdos para essa mídia em expansão, com destaque aos programas de esportes.

2.1 Podcasts esportivos no Brasil

Com a ascensão dos *podcasts*, os programas esportivos tiveram que se adequar a essa nova realidade, adaptando-se e utilizando-se dos formatos já pré-estabelecidos em outros meios como televisão, rádio e *Youtube*. Entretanto, dois fatores de grande sucesso desses programas em outras mídias são a falta de imparcialidade e o clubismo, portanto, observou-se que eles poderiam utilizar destes recursos para atrair a audiência e se consolidar, também, no mercado audiofônico, em especial pelo uso da difusão das informações e opiniões.

O jornalismo esportivo tem raízes profundas no método de atuação profissional, desde a *Grande Resenha Facit*, do qual se tratava de uma grande mesa redonda em que os profissionais debatiam e opinavam sobre os jogos dos times cariocas. O programa tinha como trunfo os jornalistas analisando os jogos com a “paixão do torcedor” (Memória Globo, 2021), dessa forma, os ânimos sempre foram exaltados, fazendo com que refletissem nos programas televisivos e radiofônicos atuais. De acordo com Palhares (2022, p. 50), “o jornalismo esportivo: tem forte apelo ao público, trabalha com paixões, de forma majoritária, com a vertente profissional [...]”. Inclusive, esse trabalho com o apelo emocional e com a paixão são situações das quais os jornalistas necessitam administrar de modo adequado, para que suas funções jornalísticas estejam como prioridade e que não sejam prejudicadas no processo.

As raízes do jornalismo esportivo são provenientes do século XIX, no ano de 1856, com os primeiros sinais pelo periódico “O Atleta”, do qual apresentavam dicas sobre o aprimoramento físico para a população (Ribeiro, 2007, apud Gurgel, 2009). Contudo, de acordo com Silveira (2018, p.25), a primeira notícia esportiva da qual se há registro é de 1872, de uma corrida de cavalos que ocorreu no Rio de Janeiro.

O trabalho jornalístico nos esportes começou a se expandir, de fato, no início do século XX, através do jornal *Fanfulla*. Coelho (2003, p.8), enfatiza que o jornal não era voltado para as elites paulistanas e que nem formava opinião, porém atingia um número significativo de pessoas na cidade de São Paulo. O periódico, inclusive,

divulgava notícias acerca dos jogos de clubes italianos, que levariam a criação do antigo Palestra Itália, atualmente chamado de Palmeiras.

Ainda no início do século passado, a divulgação de notícias esportivas ganhava forças, em especial no Rio de Janeiro. O noticiamento das partidas de futebol amadureceu até que surgiu o Jornal dos Sports, em 1930 (Coelho, 2003). O autor esclarece em seu texto que as redações esportivas no passado tinham como objetivo “tourear a realidade” para atingir o grande público, visto os preconceitos presentes na sociedade.

Com o passar dos anos, os diários esportivos foram evoluindo em diversos aspectos como o surgimento de novos veículos direcionados aos esportes e, principalmente, ao alcançar um número expressivo de pessoas de classes mais populares como audiência. A mudança do jornalismo esportivo com o passar do tempo ainda tinha como objetivo, assim como Coelho (2003) evidenciou que era no passado, atingir um número expressivo de pessoas e, dessa forma, porém se adequando à nova realidade que eram produções mais ligadas ao entretenimento.

Tendo isso em vista, os programas em sua maioria possuem características de informalidade que buscam aproximar o telespectador do conteúdo falado, dessa forma, a produção dos *podcasts* tende a ter similaridades com os antecessores. Ademais, Balacó, Guimarães e Rutilli (2023), afirmam que os formatos em *mesacasts* são os mais populares no país, entre os outros quatro formatos utilizados no Brasil, demonstrando uma popularidade em crescimento do estilo.

A metodologia dos *podcasts* e *mesacasts* se assemelha a um método muito utilizado em programas de televisão: as conversas de bar. Os *mesacasts*, por exemplo, podem ser definidos como “um formato de *podcast* que privilegia o bate papo entre os participantes, apresentando a configuração de uma roda de conversa [...]” (Balacó; Guimarães; Rutilli; 2023, p. 6). Essa forma de apresentar os programas de maneira mais informal tem como proposta que os programas sejam mais “soltos”, como se fosse uma “falação”.

A falação esportiva é a resenha que é feita no bar, na rua, em casa, no rádio, em casa ou no podcast. Até existe uma mesa, como nos botequins. E, neste ambiente, a resenha aparece, reinventada para o contexto de podcast [...] (Balacó, Guimarães, Rutilli, 2023, p.5).

A falação se demonstra como uma forma de aproximar o público alvo do conteúdo dos programas, fugindo do estereótipo de “jornalismo centrado”, dos quais lembram um jornalismo tradicional e que a audiência está acostumada a acompanhar no dia a dia. Relembrando uma resenha esportiva, os jornalistas focam nessa proposta, mas sempre com a tentativa constante de manter o profissionalismo para não quebrar questões éticas e de imparcialidade da profissão, além de não se renderem ao clubismo.

As resenhas esportivas estão presentes há muito tempo, mas o seu uso reflete perfeitamente o que são os programas de esporte nos dias atuais. A busca incessante em desassociar o tradicionalismo para aproximar a audiência torna o uso do termo resenha mais comum, fazendo com que os veículos esportivos utilizem frequentemente. “É comum nas rodas de conversa entre personagens do esporte que um bate-papo informal e descontraído seja chamado de resenha. Os veículos de comunicação que trabalham com futebol já trabalham com o termo” (Balacó, Guimarães e Rutilli, 2023, p. 3). Esse método informal visa transformar o meio esportivo, ainda mais, em um ambiente descolado, tanto para a mídia quanto para o público.

Segundo os autores (2023, p. 4), a provável origem do termo resenha surgiu do programa televisivo *Grande Resenha Facit* - citado anteriormente -, com isso a expressão tomou o gosto da população e se popularizou cada vez mais, tornando-se, assim, o ponto de partida de determinados programas esportivos.

O estilo de bate-papo, resenha e, em especial, as mesas redondas, explicitam que esse tipo de produção “serve como referência ao produtor de *podcast*, e encontra viabilidade na memória do ouvinte na “podosfera” como mesacast.” (Gambaro e Santos Filho, 2022, p. 11). No Brasil, essa característica de produção já possui diversos adeptos no âmbito dos *podcasts*, como os canais *Flow Sport Club*, *Charla Podcast*, *Futeboteco*, entre outros que buscam o máximo da aproximação com os ouvintes por meio dessas propostas informais.

O cenário da podosfera esportiva no Brasil demonstra-se como sendo bem definido os estilos de programas preferidos pela audiência. Os dois primeiros colocados do *ranking* elaborado pela plataforma de áudio *Spotify* se apresentam como programas dos quais o tom humorístico se sobressai em relação ao fato noticioso. Em primeiro lugar dos mais ouvidos do gênero, até o momento desta pesquisa, no primeiro semestre do ano de 2025, está o *Bola nas Costas*, do qual se

define como um estilo humorado e envolto de resenha. Em seguida está o *Charla Podcast*, que, da mesma forma que o anterior, é marcado pelo tom humorístico e com a definição de uma conversa de amigos (*Spotify*, 2025).

3. GÊNERO JORNALÍSTICOS NOS PODCASTS

Os gêneros jornalísticos são divididos entre cinco categorias distintas, sendo elas o informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário (Marques de Melo, 2016, p. 40). Essa divisão faz com que seja possível analisar aspectos das atitudes jornalísticas e dividi-las entre os mais apropriados para o conteúdo.

O modo de classificação é um facilitador para que as pessoas possam demonstrar como determinadas ações ou falas dos jornalistas se denominam de acordo com os gêneros.

A classificação das manifestações jornalísticas, no tempo e no espaço, vem sendo objeto de instigante debate entre teóricos, desde que o Jornalismo se converteu em objeto de reflexão acadêmica. Há os que advogam critérios fundamentados na observação empírica, ou seja, ancorados nas práticas cotidianas das empresas. Outros constroem esquemas baseados em variáveis exógenas, subordinadas à natureza das expressões linguísticas correntes na sociedade (Assis; Marques De Melo, 2016, p. 3).

O jornalismo não deve ser nivelado “apenas pelo que se manifesta nos textos” (Assis, Marques De Melo, 2016, p. 4) e, sim, que, apesar de serem fatores importantes, são ilimitados para a análise. Além disso, a função dos gêneros é necessária para que constitua técnicas na indústria jornalística, Assis e Marques de Melo (2016, p. 7), inclusive, afirmam que os gêneros devem ser considerados como meios instrumentais que auxiliam a indústria midiática a produzir conteúdos, consistentes e eficazes, em sintonia com as expectativas da audiência.

Dito isso, é importante observar que eles são fios condutores para as produções nas grandes mídias, em especial para o jornalismo esportivo. A essência da mídia esportiva é a informação somada à opinião, visto os grandes programas difundidos no Século XX, como a *Grande Resenha Facit*.

Esse estilo de programa esportivo de mesa redonda se expandiu para outras mídias como televisão, rádios e, nos dias de hoje, para os *podcasts*, tendo em vista o aumento tecnológico conforme os anos se passaram. Eles podem ser caracterizados pelos seguintes gêneros jornalísticos: informativo; opinativo;

diversional. Essa divisão, se dá pelo fato de que, por se tratar de uma proposta mais informal e fugindo do estereótipo do tradicionalismo, o jornalismo esportivo busca através da divulgação de informações (informativo), opiniões acerca dos jogos, atletas ou situações (opinativo) e o uso de brincadeiras ou comentários divertidos (diversional), atrair os telespectadores para os programas.

Ademais, esse método de produzir jornalismo é, também, observado nos *podcasts* do Globo Esporte, pois possuem uma forma de criar seus conteúdos dos quais levam o tom informativo, opinativo e, um pouco, do diversional aos telespectadores. É notável, também, que as opiniões vão se sobressair em relação às informações.

3.1 Gênero Informativo Nos Esportes

O gênero informativo tem como função difundir as notícias para os espectadores, se isentando da parcialidade, não utilizando figuras de linguagem e sempre apresentará as fontes ou dados para dar credibilidade à notícia. A informação é a principal linha do jornalismo em um âmbito geral, sendo o norteador para os programas e os jornalistas. Inclusive, Tresca (2007, p. 1), afirma categoricamente que “a despeito de todo debate em torno do mito da objetividade [nota do autor omitida], o gênero informativo persiste historicamente e linguisticamente”, sendo o gênero que sempre irá se sobressair entre os outros.

Contudo, a informação perde mais espaço dentro dos veículos esportivos, obtendo sua ênfase ao entretenimento e nas opiniões dos jornalistas. Observa-se que o esporte se destaca por seu potencial midiático e por sua grande eficiência em alcançar grande parte da população de uma forma mais descontraída. Ademais, o jornalismo esportivo se mostra como um setor com enorme capacidade informativa, efetivando, portanto, uma função relevante na formação de opinião.

O enraizamento do esporte no mundo do entretenimento midiático, a espetacularização e o consumo no mundo desportivo e a atuação dos meios de comunicação de massa nesse cenário, ao longo do Século XX, consolidaram o esporte, para além das suas fronteiras naturais, como agente econômico e político (Gurgel, 2009, p. 2).

Essa busca pela espetacularização e o entretenimento fazem com que o aparecimento das informações sejam parcialmente deixados de lado em uma

transmissão ou programa. O problema presente nas mídias esportivas é a prioridade em elaborar pautas que propendam ao entretenimento (diversional), desassociando um pouco da informação. A junção das grandes mídias (Santos, Mezzaroba, Souza, 2017, p. 2) é uma das razões para esse grande afastamento do informativo com o público.

A fusão das empresas de mídia colocou sob o mesmo foco e interesse aquelas que produzem o entretenimento e as que produzem informação, veiculam notícias, exigindo assim, ainda mais geração de lucros da indústria cultural. Esse contexto tem provocado a junção, aproximação e embaralhamento das fronteiras entre a informação e o entretenimento na produção jornalística (Santos; Mezzaroba; Souza, 2017, p. 2).

Salienta-se que o gênero informativo tem como umas das suas principais funções realizar uma vigilância social (Assis; Marques De Melo, 2016, p. 11), além de que é possível verificar, segundo Assis e Marques de Melo (2016), que “sua consolidação são sempre respostas às demandas sociais, muitas das quais evidenciadas em momentos históricos datados, especialmente em períodos de crise ou de profundas transformações”.

Tendo em vista esse grande poder social que o jornalismo tem ao informar a sociedade, é notório como questões envolvendo a individualidade e o coletivo entrem em conflito. É importante observar que os jornalistas, ao tomarem alguma decisão de como informar o público sobre determinado acontecimento, não podem ser reduzidos apenas ao indivíduo, segundo Christofolletti e Paul (2019), os “processos cognitivos são formados por um terreno cultural comum entre os sujeitos, é razoável concluirmos que as tomadas de decisão no jornalismo não podem ser reduzidas apenas a uma reflexão individual”.

No jornalismo esportivo, observa-se que muitos programas estão cada vez mais focados na opinião dos jornalistas e no entretenimento do público, em vez de priorizar a transmissão de informações factuais. Esse movimento faz com que a análise e os debates se tornem o centro das atenções, enquanto a noticiabilidade acaba sendo deixada em segundo plano. Isso pode alterar a forma como o público consome o conteúdo esportivo, dando mais espaço para interpretações subjetivas e discussões opinativas do que para a simples apresentação dos fatos.

3.2 Gênero Opinativo no Jornalismo e no Esporte

O gênero opinativo tem algumas características marcantes como o fato de, muitas vezes, a opinião atravessar a informação e o deslocamento da função jornalística em prol de determinado programa. A opinião jornalística é de suma importância para que gere um debate sobre determinada temática. No *GE Palmeiras*, por exemplo, há debates sobre quais seriam as melhores opções para que o treinador Abel Ferreira utilize no segundo jogo da final do Campeonato Paulista ou, até mesmo, a melhor equipe que jogaria pela Libertadores, no intervalo das finais. A discordância é presente, contudo sempre mantendo o respeito com a informação levantada anteriormente.

Os jornalistas necessitam do espaço para a opinião - visto que, muitas vezes, possuem função de agentes fiscalizadores -, em especial para temáticas esportivas, dos quais os comentários são essenciais para desenvolver algum pensamento crítico por parte dos torcedores ou ouvintes e, até mesmo, debater atitudes que as equipes esportivas possam realizar.

Além disso, o desenvolvimento das opiniões no meio esportivo leva a um campo do bate papo informal, amplamente difundido como as resenhas. Balacó, Guimarães e Rutilli (2023), afirmam que os grandes veículos esportivos já utilizam o termo para denominar algumas situações. Contudo, os autores discordam que o termo se distancia do conceito de conversa informal:

[...] o termo que aparece na classificação de gêneros jornalísticos (MARQUES DE MELO, 2003) ou no âmbito do radiojornalismo esportivo (FERRARETTO, 2014) se distancia deste conceito de conversa informal. Logo, definiremos, neste recorte contemporâneo e especialmente voltado para a cobertura esportiva, que resenha significa um papo, uma conversa de caráter descontraído e que pode acontecer em diversos ambientes, do “ar” ao bar (Balacó, Guimarães, Rutilli, 2023, p.4).

A construção das opiniões e as resenhas nos programas esportivos interferem diretamente na percepção do público e acende um questionamento acerca do quão importante é esse processo opinativo nos *podcasts*. As críticas a um modelo de jogo, à uma atitude questionável de algum atleta ou, até mesmo, à uma entidade do esporte, são essenciais para o funcionamento do papel do jornalista na mídia, mas o uso dessa opinião apenas para engajar o público e focar exclusivamente na audiência descredibiliza o profissional.

Segundo as autoras Finger e Oselame (2014), a “opção por privilegiar o futebol é mais uma questão de audiência do que propriamente de aplicação de critérios jornalísticos”, demonstrando uma preferência em opinar a todo custo, ao invés de prezar pela verdade.

Essa liberdade quase irrestrita dos jornalistas de opinarem sobre os esportes, visto a proposta de ser uma “resenha esportiva” e um ambiente mais informal, gera mais empatia do público, fazendo com que sintam parte do programa. “Como há um rigor menor no formato de *podcast* e, por ser menos engessado, há uma liberdade maior dos comunicadores no sentido de explorar essas conversas e de produzir algo atraente para o ouvinte” (Balacó, Guimarães e Rutilli, 2023, p.4).

Os programas esportivos recorrem a comentaristas especializados para aprofundar e debater temas previamente apresentados aos telespectadores. Essa prática não apenas amplia a compreensão do público, mas também confere maior credibilidade às informações divulgadas. Ao trazer análises e opiniões fundamentadas, os comentaristas desempenham um papel essencial na legitimação do conteúdo, reforçando sua validade e impacto. Dessa forma, a interação entre a informação inicial e a interpretação especializada contribui para a construção de um discurso mais sólido e convincente.

O interesse público em relação às opiniões dos jornalistas é visível em diversos âmbitos, como, por exemplo, quando os espectadores tecem comentários sobre a afirmação dos profissionais nas redes sociais ou quando dialogam em *lives*, na caixa de perguntas, sobre a opinião do jornalista. Pode-se utilizar como exemplificação os *podcasts* do GE, dos quais, antes de serem disponibilizados em plataformas como *Deezer* ou *Spotify*, são gravados anteriormente em *lives* do *Youtube* e sempre recebem comentários da audiência simultaneamente com a gravação.

Esse uso constante de um jornalismo opinativo é benéfico e muito prático para programas que visam fugir do tradicionalismo, contudo, abre margem para uma descredibilização dos programas e, principalmente, dos jornalistas que buscam praticar a imparcialidade.

3.3 Gênero Diversional nos Programas Esportivos

Apesar de não ser tão comum quantos os gêneros hegemônicos que são o informativo e o opinativo (Marques de Melo, 2003, p. 42), o jornalismo diversional se apresenta como uma fórmula alternativa de apresentação da profissão. A busca pelo entretenimento, mesmo que em poucas doses, é uma forma de manter a audiência constante durante os programas, de modo que as pessoas se sintam interessadas. Salienta-se que o diversional possui características por meio da distração e lazer (Assis; Marques de Melo, 2016, p. 11), sempre visando a busca pela audiência, contudo, enfatiza-se que todos os outros gêneros também estão em constante busca por público e conseguir a atenção do telespectador.

Além disso, a informação através do divertimento dos espectadores é uma característica específica do gênero diversional, fazendo com que os ouvintes se aproximem cada vez mais da proposta apresentada. Inclusive, de acordo com Assis (2014, p. 4), “a função do gênero em relevo é proporcionar certa dose de diversão, ao mesmo tempo em que informa, distanciando-se dos demais gêneros por seu aspecto estrutural e por sua intencionalidade”.

Essa relação entre o público e o conteúdo é uma maneira das grandes mídias manterem o controle em relação às audiências, dessa forma, nota-se a importância dos gêneros para a indústria jornalística, em especial, o gênero diversional. Finger e Oselame (2014, p. 6) enfatizam que “o objetivo já não é apurar e divulgar as notícias de acordo com os critérios de noticiabilidade, mas sim entreter o telespectador e angariar bons números de audiência”.

A relação entre entretenimento e informação estabelece um vínculo maior entre os ouvintes com os programas, mas o maior dos problemas para esse tipo de situação é a não utilização dos conceitos jornalísticos e a busca pela verdade. O modo de se fazer jornalismo, seja ele pelo tradicionalismo ou pelo entretenimento, não podem se afastar do mais importante que é noticiar aos telespectadores, Assis (2014) enfatiza que “a veracidade dos fatos narrados não pode, em hipótese alguma, ser substituída por qualquer invenção”.

Nos esportes, por exemplo, nota-se como alguns programas utilizam de histórias para tocar o telespectador, como se estivessem próximos ao conceito de literatura. Essa forma de difundir as notícias é uma técnica do gênero, “entende-se que o gênero diversional compreende relatos jornalísticos, elaborados com técnicas literárias, podendo concorrer - ao menos do ponto de vista estrutural — com produções ficcionais” (Assis, 2014).

Alguns *podcasts* esportivos se utilizam da técnica do entretenimento e do tom humorístico para divertir os ouvintes a fim de conquistar sua audiência. Nota-se que essas situações demonstram que há uma valorização que o entretenimento é foco dos programas ao invés das informações do esporte.

É perceptível que a escolha por um jornalismo mais “engraçado” do que verdadeiro, possa vir a ser prejudicial ao público. Esse “erro” em priorizar o entretenimento ao invés do fato noticiado de modo convencional tende ser intensificado pelos conglomerados de mídia (Santos; Mezzaroba; Souza, 2017, p. 3).

Arriscamo-nos a considerar que tal fenômeno tende a se intensificar, não apenas na esfera do campo midiático-esportivo, mas também em relação a outros campos da informação, devido à superficialidade e muitas vezes à irresponsabilidade de jornalistas e grupos empresariais no trato com a notícia/informação (Santos; Mezzaroba; Souza, 2017, p. 3).

Como uma forma de chamar a atenção do público, as grandes mídias notaram que a sociedade possui mais interesses em notícias relacionadas com o fato curioso e impressionante (Vidal, 2010, p. 10). Esse interesse por esse tipo de fato noticioso, é uma das razões para que o jornalismo diversional ganhe mais espaço nos ambientes jornalísticos, como forma de ser uma atração ao público.

4. ÉTICA E IMPARCIALIDADE NO JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo, desde seus primórdios, se estabeleceu como um dos segmentos mais importantes para a profissão no país. A opinião sempre se mostrou presente nos esportes, exercendo uma função relevante ao levantar tópicos de grande importância para que os jornalistas reflitam acerca de questões éticas na profissão e sobre a imparcialidade exercida na função.

A utilização de jargões, em especial quando são realizados de forma pejorativa para julgar determinados atletas ou equipes, caracteriza-se como uma prática que ultrapassa os limites éticos e profissionais no exercício da profissão, expondo não apenas uma falta de compromisso, mas, também, um desenvolvimento à construção de narrativas parciais que podem influenciar negativamente a percepção do público e comprometer a credibilidade da cobertura jornalística. Inclusive, Alsina e Da Silva (2018, p.5) adotam o discurso de que “[...]”

por mais incômodo que possa parecer, tocar nesse ponto nevrálgico permite manter o jornalismo no caminho da responsabilidade com o outro, com o coletivo a partir do individual”, reafirmando o papel do jornalismo.

Realizar questionamentos sobre os mais diversos assuntos que ocorram na sociedade é algo essencial para o exercício do jornalismo, bem como no contexto esportivo, dos quais as questões sociais, culturais e políticas frequentemente se juntam com a prática esportiva. Contudo, é crucial que tal postura crítica seja conduzida com responsabilidade, de modo que não ultrapasse o campo da atuação profissional e a evitar críticas infundadas, que possam comprometer o discurso jornalístico e a confiança do público.

O jornalismo tem a fama de ser reconhecido como o quarto poder e difundir as informações corretas para a sociedade e, para isso, é imprescindível que as notícias sejam checadas e averiguadas de forma que possam chegar ao grande público. Desta forma, é importante que, além disso, os comentários direcionados para os espectadores sigam uma linha que não ultrapasse os limites da imparcialidade, sem que o jornalista transpareça que tenha um lado. De acordo com Alsina e Da Silva (2018), ultrapassar a linha da ética pode significar uma quebra de um laço de confiança com a sociedade, estremecendo a relação entre a profissão e o público.

As questões éticas podem ser complexas, visto que uma atitude que fuja do padrão estabelecido em relação ao recomendável, pode ser crucial na mudança de percepção sobre algo. Christofolleti (2008, p. 12) afirma que “[...] a ética não consiste mesmo em algo concreto, um objeto, uma coisa aparente e que possa ser tocada. Mas as implicações de uma escolha ética podem intervir materialmente sobre a vida de pessoas e grupos sociais”. As ações devem ser pensadas a todo momento, para que a atitude do jornalista não influencie a sociedade e a vida das pessoas baseadas em opiniões e morais próprias, mas que gere um pensamento crítico em relação ao fato divulgado.

O jornalista pode vir a se deparar com situações que envolvem realizar decisões capazes de atingir suas questões morais e emocionais. Isso pode levar o profissional a tomar atitudes consideradas parciais, comprometendo a imparcialidade da qual se é esperada. A utilização de uma conduta pautada por interesses e sentimentos individuais deve, dessa forma, ser evitada, visto que tal atitude pode prejudicar o interesse público

É fundamental que os jornalistas tenham compromisso com a ética e que haja responsabilidade com a audiência, de forma que os debates sobre os mais diversos temas possam ocorrer de maneira respeitosa. Quando os profissionais da comunicação se pautam pela transparência, eles contribuem para a credibilidade da informação e fomentam discussões saudáveis, incluindo os ambientes esportivos.

Entretanto, a imparcialidade é uma meta difícil de ser atingida, uma vez que todos seres humanos carregam consigo opiniões, valores, morais e convicções próprias. Mesmo que um profissional se esforce para manter uma postura neutra, é inevitável que, em algum nível, sua visão de mundo influencie suas análises e comentários. O desafio, portanto, não está em eliminar qualquer traço subjetivo, mas, sim, em reconhecer essa influência e buscar sempre o equilíbrio, fundamentando suas observações em fatos concretos e mantendo a ética como princípio inegociável da profissão.

O direito à liberdade de expressão é garantido aos profissionais, porém é necessário que haja um rigor com o compromisso ético, exigindo muita responsabilidade. Conforme o Código de Ética dos Jornalistas, estabelecido pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), o profissional, no exercício de sua profissão, não pode “impedir a manifestação de opiniões divergentes ou o livre debate de ideias” (Art. 7º, III). Assim, é reforçado a importância da pluralidade das perspectivas nas opiniões jornalísticas, mesmo que haja discordância entre os pensamentos. Contudo, mesmo com o direito garantido, a liberdade não é irrestrita, visto que “a opinião manifestada em meios de informação deve ser exercida com responsabilidade” (Art. 10º), dessa forma, pode-se compreender que, dentro de todas as esferas do jornalismo, é fundamental que haja um cuidado redobrado ao realizar comentários, sempre visando um respeito amplo entre público e a informação.

As questões éticas do jornalismo carregam valores e estão estritamente ligadas com a moral dos seres humanos. É necessário que o profissional tenha o entendimento social do qual está inserido na sociedade. Para o autor Karam (2004), “o jornalismo, como código terciário de segunda natureza, carrega valores. Um deles é o da constituição moral interna, que embute uma ética, expressa, em variados casos, em deontologia profissional, específica de cada atividade”, logo, é possível afirmar que os códigos éticos do jornalista estão diretamente vinculados com a moral do homem e seu modo de agir.

Segundo os autores Christofolleti e Paul (2009), o jornalista “quando se depara com um dilema, o profissional recorre a valores que fazem parte de uma cultura jornalística. Portanto, enquanto agente moral que compartilham de um *ethos* específico, jornalistas estão sujeitos à uma dupla condição ética”, demonstrando como as noções de imparcialidade são um grande fator nas funções jornalísticas, pois os profissionais sempre estarão suscetíveis à esses dilemas impostos pela sociedade, de modo que façam com que eles tenham que tomar atitudes que sejam parciais e não se adequem à um jornalista.

Essas atitudes referentes à imparcialidade estão intrinsecamente ligadas às morais dos seres humanos, visto que sempre haverá dilemas éticos na profissão de jornalista. Christofoletti (2008), enfatiza que é “com base em valores morais que fazemos escolhas sobre nossas condutas e atuamos diante de situações cotidianas”, apontando como há esse conflito moral entre o jornalista e as questões de parcialidade.

Além disso, de acordo com Birolli e Miguel (2010), os ideais de imparcialidade “permanecem em posição central na autoimagem dos jornalistas, na constituição dos esquemas práticos de atribuição de valor a seu trabalho”. Nesse sentido, mostra-se como determinadas atitudes dos profissionais possam atingir as noções de imparcialidade e refletir na imagem do profissional no exercício de sua função.

No jornalismo esportivo, em especial nos *podcasts*, é perceptível como os programas utilizam de determinados recursos para que possam tecer comentários sem romper com os critérios éticos. A utilização de recursos extras, como o uso de torcedores para comentar sobre determinado assunto, para que haja o espaço da parcialidade nos programas esportivos é comum, pois, dessa forma, pode isentar o jornalista desse problema e, assim, não terá adversidades em relação ao compromisso com as questões éticas do jornalismo e da relação com o clubismo.

Além disso, o fato de atuar com um jornalismo parcial, mesmo que de forma disfarçada, põe em xeque as questões de confiabilidade. A grande busca por audiência por meio dessa forma faz com que os profissionais busquem essa maneira de atuar profissionalmente.

No cenário de hiperinformação, a relevância do trabalho profissional do jornalismo se renova. Ele tem a dura tarefa de atrair sua audiência com a única isca que tem uma informação confiável. Tem a tarefa de traduzir a

realidade e toda sua complexidade, seja quando está diante do imponderável, seja encontrando maneiras de tornar assuntos e acontecimentos de várias áreas do saber inteligíveis. Vai usar para isso sua técnica, capacidade de interpretação, domínio das formas de construção simbólica e, claro, a ordem ética para produção do conhecimento singular (Alsina; Da Silva, 2018, p.29).

Portanto, nota-se que o entendimento dos fatos noticiosos ou da opinião do profissional, provavelmente estarão em possíveis conflitos conforme a percepção de sua moral em relação ao acontecimento. É essencial para o jornalista saber conduzir situações delicadas, que possam possuir grande grau de sentimentalismo ou moralismo, sem que haja o apelo para a parcialidade e a quebra de confiança do público. Essa percepção de como agir em situações sentimentais, por exemplo, são comumente atreladas ao jornalismo esportivo, pois estão em contato direto com a paixão do público.

Em uma busca pela maior audiência e para atender os interesses dos telespectadores, o jornalista precisa utilizar dos melhores artifícios para que possa esquivar da parcialidade, respeitar as questões éticas implementadas pela Fenaj, e que possa realizar um jornalismo leve, ao invés do tradicionalismo presente nas grandes mídias do país.

5. CLUBISMO NOS PROGRAMAS ESPORTIVOS

Os comentaristas esportivos são essenciais para a popularidade dos programas no país, sendo eles dos conteúdos audiovisuais ou audiofônicos. A difusão de informações e opinião por parte dos jornalistas é trabalho essencial para retratar como está a situação na esfera esportiva, além de gerar debates acerca de temas relevantes à audiência.

Contudo, a relação entre jornalistas e clubes de futebol, por exemplo, pode ser um problema em diversos sentidos com base na forma que decidem expressar suas opiniões. Como anteriormente citado, a imparcialidade é quase impossível de ser atingida, tendo em vista questões pessoais que envolvam valores sentimentais e morais, e no mundo futebolístico as questões de sentimentos estão presentes em muitos momentos, visto que é uma paixão no Brasil.

Dessa forma, por torcer para algum time, o jornalista pode ter sua análise comprometida por conta de seu amor com determinada equipe. Observa-se, dessa

forma, que a melhor denominação para esse tipo de atitude é clubismo. Neto (2021, p. 3) analisa que “tomar partido, na rotina dos comentaristas que participam da cobertura esportiva na mídia, significa se distanciar da imparcialidade nas análises para fazer uma defesa de um clube ou de uma seleção nacional – atitudes denominadas, respectivamente, clubismo e nacionalismo”.

Além disso, segundo Gomes (2022, p. 72), em sua monografia analisando o programa Donos da Bola, a “relação tão próxima entre os debatedores e os clubes se relaciona com um valor bastante consolidado no imaginário jornalístico que é a imparcialidade, se tratando especificamente do jornalismo esportivo”, demonstrando a correlação direta entre o sentimentalismo praticado pelo clubismo e as práticas jornalísticas existentes.

Um jornalista que divulga informações sobre um time de futebol pode acabar despertando dúvidas no público, em especial se houver alguma ligação entre o profissional e a instituição, seja atuando como setorista do clube ou por ser um torcedor declarado. A função do jornalista, neste caso, seria de difundir as notícias para o público e, não, tomar um lado, de modo que não gere uma desconfiança por parte da audiência. Nessas circunstâncias, é comum que ele seja rotulado como clubista, um termo utilizado para descrever profissionais que, intencionalmente ou não, deixam suas preferências pessoais interferirem em suas análises.

Contudo, ao exercer a função de comentarista e formador de opinião, o jornalista terá que tomar partido em determinada pauta da qual está inserido, não podendo se isentar da responsabilidade. É importante que, ao tecer uma opinião ou uma crítica, o profissional não caia no sentimentalismo que possui com o assunto pautado no programa e que aja de modo que a audiência não irá descredibilizá-lo. A discordância de opiniões é algo natural e saudável para os debates, todavia, ao realizar um comentário baseado em experiências e sentimentos próprios, a confiança do público com o jornalista estará sendo colocada em xeque.

Esse tipo de situação se mantém até quando os comentários são feitos sobre times rivais, dos quais os telespectadores acreditam que a análise foi feita de modo a desmerecer, de alguma forma, a equipe. Em seu artigo analisando a paixão e o clubismo do ex-jogador Neto, durante as transmissões esportivas na Rádio Craque Neto, Azevedo e Marques (2023), concluem a pesquisa afirmando que o fanatismo e clubismo atrapalham a função de comentarista, além da ausência de imparcialidade e de isenção.

Para atrair o público aos programas, eles utilizam de artifícios que fogem ligeiramente ou completamente da imparcialidade. Desassociar essa emoção para o exercício da profissão é algo difícil e que alguns programas decidem por não realizar essa desvinculação, visto que, dependendo da proposta do programa, é algo mais para o lado cômico e do entretenimento.

O jornalismo esportivo sempre esteve intrinsecamente ligado às emoções, seja na maneira vibrante como um narrador descreve uma jogada decisiva ou na comoção de um torcedor às lágrimas ao ver seu time ser rebaixado de divisão. Essa conexão entre a cobertura jornalística e o lado emocional do esporte é natural, pois carrega consigo paixões intensas. No entanto, essa relação também apresenta desafios, especialmente quando a linha entre o profissionalismo e a emoção se torna tênue.

É necessário compreender que os esportes possuem um aspecto essencial que é o trabalho com a paixão. Sem a existência desse tipo de sentimento, sendo ele de felicidade ou tristeza, os esportes seriam um vazio sentimentalista e se trataria apenas de uma atividade normal e rotineira. Gurgel (2009, p.4) acredita que os aspectos passionais dos esportes são fatores determinantes, pois “permite humanizar a prática jornalística”.

Com a paixão sendo um eixo de importância permanente e imutável para os esportes, a forma de trabalhar com essa temática deve seguir, de certa forma, o mesmo princípio que faz as pessoas se apaixonarem por isso. O modo de exercer o jornalismo esportivo tem que possuir questões sentimentais e que envolvam a paixão, caso contrário afastaria os telespectadores. Segundo Mauricio Stycer, ex-editor do Lancel!, em entrevista para Silva (2009, p. 15), “[...] a maioria dos veículos privilegia a paixão, preocupando-se apenas em enaltecer o legal, o que apaixona as pessoas, o gol, a marca, o incrível, a vitória”.

Em sintonia com os conceitos de gênero informativo, opinativo e diversional, além da imparcialidade, os profissionais possuem problemas relativos à paixão dos esportes, em especial às críticas exercidas aos focos dos programas. Silva (2009, p. 16) determina que “mais sutil que a confusão entre a condição de repórter e a de fã é a perda do distanciamento crítico necessário à atividade jornalística em função de uma relação apaixonada do jornalista com o esporte”, ou seja, o sentimentalismo pode ser fator determinante para que seja descredibilizada a opinião do profissional.

A subjetividade pode se infiltrar na narrativa esportiva de diferentes formas, seja em análises enviesadas ou em comentários carregados de opinião pessoal. Embora seja compreensível que a emoção faça parte da cobertura esportiva, é essencial que jornalistas mantenham a imparcialidade e a ética profissional para não comprometer a credibilidade da informação.

Falar sobre paixões nunca foi fácil. Além dos poetas, poucos se atrevem a mexer em temas tão sensíveis ao sentimento alheio como o jornalista esportivo. O problema é que quando apenas as paixões o direcionam, ele deixa de ser jornalista e se transforma apenas em um apaixonado (Lopes, 2015, p.2).

Esta paixão dos jornalistas em relação ao esporte, especialmente ao futebol, tem como justificativa a própria cultura do Brasil. Este sentimento transformou o futebol em um símbolo da identidade nacional, especialmente após os títulos mundiais da seleção brasileira no meio do século XX. É comum que as pessoas sejam inseridas nesse contexto destes sentimentos desde a infância, por meio de familiares, amigos ou, até mesmo, a sociedade. As grandes memórias desenvolvidas contribuem para a construção de um sentimento e que seja refletido na prática profissional.

Além dos grandes acontecimentos nos futebol e das crônicas produzidas por Nelson Rodrigues e Mário Filho, um dos grandes motivos para esse amor da população brasileira com o esporte é o sentimento de pertencimento. Ferraz e Batista (2011, p.5) acreditam que “[...] um dos principais motivadores para a união coletiva em torno de um clube é o sentimento de pertencimento a um campo social pequeno e não mandatório, dando ao indivíduo a sensação de escolha e, conseqüentemente, de identidade e representação”. Entende-se, dessa forma, que o sentimentalismo pelos esportes é algo mais profundo e enraizado, sendo difícil a distinção pelas pessoas.

Nota-se, portanto, que um dos motivos para o grande número de telespectadores nos programas esportivos é justamente o clubismo e o amor demonstrado pelos jornalistas. O fato do público estar ouvindo um jornalista tendo opiniões semelhantes a de si mesmo, gera a sensação de que há alguém representando-o. Lopes (2015, p. 3) afirma: “o que move grande parte de quem acompanha a cobertura esportiva ainda é a paixão”, ademais, o autor reitera que os ouvintes querem acompanhar os profissionais falando coisas boas sobre seus

ídolos e times, além de esperarem ansiosamente para ouvirem coisas depreciativas sobre os rivais.

6. OS *PODCASTS* DO GLOBO ESPORTE

Após um longo período de grande consolidação e hegemonia nos meios de comunicação tradicionais como a televisão e o rádio, o Grupo Globo, tendo em vista as grandes evoluções no mercado contemporâneo e o crescimento das mídias digitais, decidiu que a integração aos *podcasts* era inevitável, visto a acessibilidade, flexibilidade em escutar os programas e popularização crescente entre o público.

Diante desta perspectiva de que os *podcasts* são uma forma de atingir novos públicos e que o cenário de integração nesse tipo de mídia contemporânea era impossível de não ocorrer, o conglomerado optou pela produção de diversos programas para a editoria de esportes.

Buscando atrair a nova audiência, a Globo optou por fortalecer os programas através da difusão dos conteúdos para os mais conhecidos agregadores de *podcasts* no país, como *Deezer* e *Spotify*. Os programas variam entre temas, sendo de times em específico como o *GE Palmeiras* e *GE Santos*, além de outros como o *Fala, Fera!*, *Dinheiro em Jogo*, *CartolaCast* - alguns, inclusive, já pararam de ser produzidos.

Os *podcasts* da editoria de esportes do grupo apresentam uma forma diversificada de tentar cativar a audiência. Com esse propósito, o conglomerado busca os diferentes formatos na construção de suas pautas e na elaboração dos episódios. Essas produções variam entre modelos mais espontâneos e informais, como as tradicionais mesas redondas e resenhas (Balacó; Guimarães; Rutilli, 2023, p. 3), caracterizadas pelo diálogo livre entre os jornalistas, até formatos mais estruturados e roteirizados, que demandam maior tempo de apuração e produção. Essa diversidade de estilos reflete uma preocupação em atender aos distintos perfis de ouvintes, ampliando o alcance dos conteúdos esportivos.

Os programas esportivos com foco na cobertura do futebol nacional possuem papel fundamental na difusão das informações com os espectadores. Ao noticiar e analisar as equipes do Campeonato Brasileiro, essas produções jornalísticas, contribuem para desenvolvimento opinativo dos torcedores acerca dos diversos aspectos que envolvem o futebol.

Em específico, os conteúdos elaborados pelas plataformas como o Globo Esporte se caracterizam por uma abordagem que, inicialmente, se formula através de fatos verificados, elaborando uma legitimidade ao discurso jornalístico. Por meio disso, os *podcasts* do GE variam entre as notícias das equipes e as opiniões dos jornalistas, enfatizando os gêneros jornalísticos difundidos por Marques de Melo (2003). Esse método realizado pelos profissionais, se resume em desenvolver os programas por meio dos comentários opinativos na cobertura esportiva, além das informações colocadas aos ouvintes, de modo que gere um apego dos mesmos com o *podcast*.

6.1 O PODCAST GE SANTOS

Dando continuidade ao que foi apresentado anteriormente sobre os *podcasts* do portal Globo Esporte, pode-se destacar o programa *GE Santos*, voltado para acompanhar e discutir os fatos que cercaram o Santos Futebol Clube durante a semana.

O programa se destaca pela divulgação de notícias que envolvem os bastidores da equipe santista, assim como abordagens que podem ser relacionadas com questões extracampo, contratações e situações que possam atingir o desempenho do time. Além disso, o programa possui análises táticas sobre as partidas que antecederam o *podcast* e, também, há um debate no estilo de uma resenha entre os jornalistas e um torcedor da equipe.

É possível observar que o conteúdo produzido nos *podcasts* são realizados por jornalistas especializados na cobertura esportiva da equipe da baixada santista, dos quais possuem experiência acerca da equipe em seu momento atual e ao longo da história, de forma que gerem um debate mais aprofundado sobre o Santos. Ademais, o programa conta com a presença de um torcedor, acrescentando comentários que serão orientados para uma perspectiva passional e que possa representar os torcedores santistas, criando uma maneira de aproximar o público-alvo com o trabalho jornalístico.

Os episódios do *GE Santos* são publicados periodicamente, de forma semanal, nas principais plataformas de distribuição de áudio como *Spotify* e *Deezer*, da mesma forma que eles, também, são postados em sua própria plataforma, por

meio do *website* do Globo Esporte, garantindo uma maior acessibilidade para o público que acompanha a equipe por meio do jornalismo digital.

A proposta do programa consiste em traduzir o sentimentalismo, as opiniões e curiosidades dos torcedores do Santos em conteúdos informativos, respeitando os princípios jornalísticos. Assim, há uma abordagem que mantenha as noções de imparcialidade e da objetividade, sem que haja uma questão tendenciosa por parte dos jornalistas envolvidos na produção dos *podcasts*.

6.2 GE Santos - episódio #350

Neste episódio, os comentaristas debatem sobre a situação do Santos Futebol Clube após a vitória do primeiro jogo da final do Campeonato Paulista de 2024, além dos comentários em relação ao momento que alguns jogadores estavam passando no período. Ademais, o programa debateu sobre situações envolvendo o extracampo da equipe e as expectativas para o jogo da volta da final, contra o Palmeiras.

O *podcast* é apresentado pelo jornalista Bruno Gutierrez e possui a presença da setorista do Santos, Ana Canhedo, e da *youtuber* e torcedora santista, Isabel Nascimento. O apresentador, inclusive, ao iniciar o programa, afirma que Isabel é a maior torcedora e *youtuber* santista. Ao realizar esse comentário, Gutierrez atribui uma liberdade à comentarista, de modo que ele não tenha que se preocupar com os princípios de imparcialidade posteriormente e que isso possa refletir na sua autoimagem depois, como afirmado por Birolli e Miguel (2010).

A torcedora inicia os comentários sobre a final do Campeonato Paulista e utiliza expressões que remetem a ela e o Santos como sendo apenas um só. Isabel diz que “a gente acabou se apequenando nesse sentido”, de modo como se ela também estivesse inserida na equipe. Contudo, nota-se que, neste momento inicial do programa, a torcedora adota um tom ameno, se preocupando em manter a imparcialidade, tecendo elogios à equipe rival, inclusive. Essa atitude por parte da *youtuber*, reflete a afirmação de Christofolleti (2008), de que as condutas seriam exclusivamente individualistas, por resultado das ações próprias, ou seja, a torcedora poderia realizar os comentários sem que houvesse nenhum tipo de elogio ao rival ou que fosse imparcial, todavia, sua decisão foi estritamente individual.

Neste início, é possível notar que há uma tentativa por parte do apresentador, de que as questões relacionadas ao sentimentalismo e o clubismo estejam mais próximas da *youtuber*, pois ela, como não estaria no exercício de jornalista e, sim, como torcedora, poderia realizar comentários com teor mais passional.

Em seguida, Ana Canhedo inicia suas observações acerca da final paulista, contudo, ao começar, a setorista afirma que é bom trabalhar em uma semana de final, “ainda mais numa semana, assim, que o Santos ganhou”. Essa fala da setorista demonstra como as emoções sobressaem ao citar o ocorrido, Lopes (2015), afirma que o problema é quando as paixões direcionam a pauta, diferenciando um jornalista de um torcedor.

Após os comentaristas finalizarem seus pontos, o apresentador faz pontuações sobre a torcida santista que está acompanhando o programa ao vivo - a *live* é feita e, após a sua conclusão, é publicada em formato de *podcast* para as plataformas audiofônicas -, referindo os torcedores como “a nossa torcida”. Esse apontamento de Bruno Gutierrez demonstra uma tentativa de manter o público antenado ao programa, criando uma relação de aproximação, visto que a audiência são os torcedores do Santos. Essa aproximação com o público se assemelha ao quesito de falação, do qual Balacó, Guimarães e Rutilli (2023) expressam como uma maneira de aproximar a audiência nos programas em formato de resenha.

Após o término do debate inicial, Bruno realizou a transição para as outras pautas do programa afirmando que Neymar, durante o período da pesquisa, atuava pelo Al-Hilal, da Arábia Saudita, estava presente na final para acompanhar a equipe da baixada. Neste momento, é perceptível a adesão do apresentador para a informação de um fato que está correlacionado com as questões sentimentais da torcida do Santos.

Em seguida à informação, Isabel afirma, em tom descontraído, que foi em todos os jogos do Santos, exceto nos dois em que o ídolo santista estava presente, inclusive, fala que fica “extremamente irritada com esse fato”. Observa-se a *youtuber* demonstrando emoções pertencentes a um torcedor e, não, a de uma jornalista. Contudo, nota-se que a utilização de sua presença é essencial para que o tom sentimentalista esteja presente no programa sem que haja uma descrença do público quanto aos jornalistas. Essa paixão demonstrada por Isabel reafirma a tese de Lopes (2015) de que os espectadores das coberturas esportivas são movidos pela paixão, aproximando-se, assim, do programa.

Após um longo debate sobre as possibilidades de retorno do atleta para a equipe santista e a observação dos comentários da audiência em relação ao programa, o apresentador começa a finalizar o programa. Nesse sentido, Bruno inicia os questionamentos aos comentaristas sobre palpites dos possíveis resultados para o segundo jogo da final do Campeonato Paulista. A setorista Ana Canhedo acredita que o jogo será “1 a 1”, Isabel Nascimento afirma que o jogo terminará empatado em “0 a 0” e, por fim, Bruno afirma que a partida será “1 a 0” para o Santos.

Após afirmar que ocorreria a vitória da equipe da baixada, o jornalista finaliza o programa dizendo que “se possível, vão estar comentando o título santista na próxima semana”. O comentário enfatiza a tentativa do jornalista em agradar o público, os torcedores santistas do *podcast*. A afirmação evidencia o comentário de Neto (2021) acerca da tomada de partido durante uma cobertura esportiva na mídia, que determinará que essa atitude possa ser analisada como clubista. Além disso, a utilização dessa fala como modo de atrair a audiência para um próximo programa, estabelece que o recurso da imparcialidade foi deixado de ser usado como valor-guia (Biroli e Miguel, 2010).

6.3 GE Santos - episódio #351

Neste episódio é possível observar algumas mudanças na escalação de pessoas que estavam no último programa. Ainda estão presentes a *youtuber* Isabel Nascimento e o jornalista Bruno Gutierrez, porém sem a presença da setorista Ana Canhedo. A nova bancada de comentaristas foi integrada pelo apresentador e editor de *podcasts* do GE, João Pedro Brandão, e pelo setorista, hoje, na data desta pesquisa, do Corinthians, Yago Rudá.

A pauta principal dos comentaristas foi a derrota do Santos para o Palmeiras na final do Campeonato Paulista, de 2024, além de debaterem sobre as projeções para a equipe santista até o final do ano e o possível sentimento de orgulho dos torcedores por conta do desempenho no começo da temporada em questão.

Desta vez, o *podcast* é apresentado por João Pedro e ele inicia o programa apresentando o restante da equipe que participou do episódio. Logo de início, o apresentador enfatiza sua opinião em um tom bem crítico ao time santista, falando que eles não deveriam se orgulhar e nem comemorar o vice-campeonato. A crítica,

em tom opinativo, realizada pelo editor demonstra um aspecto fundamental do jornalismo e que Marques de Melo (2016) citou como sendo um artifício instrumental eficaz e que ajuda para que as expectativas da audiência sejam atendidas, visto, neste caso, que a equipe de Santos havia perdido uma final contra um rival e que parte da torcida estaria com raiva por conta do resultado.

Nota-se, também, que o programa está mais apático e que os comentaristas apresentam um tom menos alegre em relação ao anterior. Nesse sentido, afirma-se que a derrota da equipe santista causou essa mudança de comportamento, indo ao encontro ao que a torcida estava sentindo no momento.

Em seguida, a torcedora e *youtuber*, Isabel Nascimento, afirma que se entristece quando o Santos perde e que isso atrapalha seu dia a dia. Ao se colocar nessa posição, a comentarista fundamenta o pensamento de Lopes (2015) que afirmava que falar de paixões no meio dos esportes nunca foi fácil. Nesse sentido, Isabel alega em seguida que “o time precisa ter mais obrigações e não ficar feliz com o mínimo (vice-campeonato paulista)”, contudo, percebe-se na fala uma demonstração de insatisfação com o desempenho do time e a utilização de um tom mais crítico e opinativo.

Na continuidade do programa, observa-se que o jornalista Yago Rudá enfatiza, de maneira direta, que “infelizmente estamos aqui para falar de um vice-campeonato”, demonstrando, por meio dessa fala, um sentimento de frustração em relação ao desfecho da final. Esse desapontamento permite deduzir o posicionamento do jornalista, indicando, de forma implícita, sua preferência pelo Santos. A postura adotada por Rudá reforça que o tom sentimentalista atribuído ao episódio é diretamente condicionado pelo resultado da partida. Caso o desfecho fosse favorável ao Santos, é possível supor que o *podcast* seria completamente diferente — mais leve, festivo e alegre.

Nesse sentido, afirma-se que o jornalista se afasta da neutralidade esperada no exercício da atividade jornalística em *podcasts* nichados como os observados nesta pesquisa. Este comportamento vai de encontro ao que Neto (2021) enfatiza, de que, ao tomar partido na cobertura esportiva, há o distanciamento com a neutralidade. A manifestação dos sentimentos, como a decepção verbalizada pelo setorista, evidencia esse movimento de aproximação entre o jornalista e o torcedor.

Para dar continuidade ao programa, o apresentador Bruno Gutierrez voltou a debater com o restante dos comentaristas sobre a final e, assim como os outros, as

críticas à equipe santista foram presentes de forma enfática, além de informar a audiência de maneira resumida e opinando sobre lances da partida. A opinião do jornalista, mesmo de uma maneira crítica, é o fio condutor de sua análise, priorizando a aplicação dos critérios jornalísticos ao invés de privilegiar o futebol em busca da audiência, reforçando uma atitude contrária do que está presente em outras mídias esportivas (Finger e Oselame, 2014).

Em seguida, o debate sobre a final continua com os comentaristas analisando o jogo e seus detalhes, ainda, de forma crítica. As particularidades que permeiam este ponto do *podcast* são os comentários mais ácidos por parte dos participantes, tanto dos jornalistas como da torcedora/comentarista, Isabel. É perceptível, inclusive, que ao tecer os comentários sobre o jogador Morelos, Bruno Gutierrez enfatiza a atuação do atleta na final e lembra aos ouvintes que ele possui um dos maiores salários da equipe. Nesse momento, Isabel, em descontentamento com a informação divulgada pelo apresentador, fala a expressão “Meu Deus”, demonstrando insatisfação, seu sentimentalismo e, também, um tom angustiante ao fato.

O comentário de Isabel ocorre espontaneamente, sem intenção de que fosse ouvido pelos parceiros de programa e nem que fosse captado no áudio. Contudo, ao perceber o comentário, o jornalista João Pedro pede que desenvolva sua opinião de forma mais clara. Diante disso, Isabel reafirma sua posição por meio da seguinte afirmação: “Morelos não correu, Morelos não fez tal coisa, e isso é surpresa para quem?”. Essa atitude por parte do profissional revela uma estratégia sutil, que, ao encorajá-la a adotar um tom mais crítico e, possivelmente, clubista, transfere para ela a responsabilidade por uma manifestação mais parcial.

Ao pedir que o comentário crítico e clubista seja realizado pela torcedora, o jornalista preserva sua neutralidade. A conduta do jornalista de incitar um comentário ácido por parte de Isabel é uma tentativa de atrair o público e que ele se mantenha em uma posição imparcial e ética. Como Christofolleti (2008) aponta, essa conduta demonstra responsabilidade com os grupos sociais e com a vida das pessoas, uma vez que a fala mais incisiva partiu de uma torcedora, que não está sujeita às mesmas normas da ética profissão.

6.4 O PODCAST GE PALMEIRAS

Além dos *podcasts* relacionados ao Santos, destacam-se, também, os responsáveis por divulgar as notícias e acompanhar os jogos da equipe do Palmeiras. Os *podcasts* são produzidos pelo portal Globo Esporte e possuem o nome de *GE Palmeiras*.

Tal qual o *GE Santos*, O *GE Palmeiras* tem foco em destrinchar as notícias relacionadas à equipe alviverde, além de desenvolver um bate papo entre os comentaristas e um torcedor palmeirense. Ademais, o *podcast* possui, em determinados momentos, análises táticas sobre as partidas que antecederam o programa, questões extracampo, políticas do clube, entre outras coisas que podem acontecer dentro de uma equipe de futebol.

Do mesmo modo como nos tópicos anteriormente analisados, o *GE Palmeiras* é similar em relação à apresentação do programa, com diversos jornalistas tecendo seus comentários e opiniões sobre a equipe palestrina, juntamente com a presença de um torcedor do time.

Observa-se que nos episódios, os profissionais de jornalismo apelidaram a função do torcedor como *Voz da Torcida*, do qual ele terá liberdade quase irrestrita em comentar sobre o Palmeiras, só que no exercício de torcedor, sem que haja compromisso com questões éticas do jornalismo. Nesse sentido, o torcedor terá livre arbítrio em demonstrar sua paixão e clubismo, sem que haja nenhum tipo de represália por parte dos companheiros de bancada e dos ouvintes que estão acompanhando o programa.

Assim como no *GE Santos*, os episódios são publicados periodicamente nas principais plataformas de distribuição de áudio, como *Deezer* e *Spotify*, do mesmo modo que também são divulgados por meio do *website* do Globo Esporte.

O principal objetivo e proposta do programa é promover um bate-papo descontraído entre a bancada, do qual se remete à tradicional resenha esportiva, caracterizado por um estilo semelhante à falação (Balacó, Guimarães e Rutilli, 2023). Dessa forma, o *podcast* tem como intenção divulgar as informações sobre a Sociedade Esportiva Palmeiras, colaborando para o engajamento da torcida palmeirense. Assim como foi observado na análise anterior, o *podcast* mantém um compromisso com o tratamento das informações jornalísticas, prezando pela ética profissional e valorizando o respeito aos princípios da imparcialidade.

6.5 GE Palmeiras - episódio #383

Este episódio tem um contexto contrário do programa 350 do *GE Santos*, no qual o Palmeiras, neste caso, perdeu a primeira partida da final do Campeonato Paulista, de 2024. Nesse sentido, o foco do *podcast* se dá pelo debate da bancada em relação à essa derrota e os principais motivos para que tenha ocorrido, além disso há opiniões acerca da minutagem de jogadores subutilizados e como o treinador da equipe da Barra Funda deveria escalar a equipe no jogo da Libertadores, que antecedeu o segundo jogo da final. Observa-se, inclusive, que o programa teve apresentação do setorista Thiago Ferri, comentários da jornalista Camila Alves e do torcedor Leandro Bocca.

O início do programa se dá com Thiago Ferri introduzindo e apresentando Camila Alves. Em seguida, há a divulgação de uma notícia relacionada ao Palmeiras, noticiando à torcida palestrina, sobre o jogador palmeirense, Rômulo, que foi inscrito no torneio sul-americano, a Libertadores da América.

Em seguida, Thiago Ferri, adotando um tom bem humorado, afirma que os ouvintes provavelmente estavam com uma expectativa de que o programa seria um tipo de “terapia”, mas que não se concretizou, por conta da derrota na final. Esse comentário do jornalista mostra como a função do jornalismo pode assumir um papel que gere uma certa dose de diversão ao público (Assis, 2014, p.4). Além disso, o apresentador realiza um *call to action*², de modo que os ouvintes possam interagir com o *podcast* via *Youtube*.

Posteriormente a isso, Thiago Ferri apresenta Leandro Bocca e nomeia-o como “Voz da Torcida”, de forma que fosse um espaço exclusivo para um torcedor do Palmeiras. Neste momento, Bocca se apresenta e, em uma tentativa de se simpatizar com os ouvintes, cita os termos “família palestrina” e “avanti, Palestra”, conotações que torcedores palmeirenses usam e, além disso, é possível ouvir o torcedor batendo no próprio peito, como se fosse um jogador comemorando um gol. Essa busca pela proximidade com os ouvintes demonstra como o jornalismo esportivo trabalha com paixões (Palhares, 2022), de forma que é algo essencial para o programa.

² Ação feita para instigar os ouvintes a participarem do programa.

Após sua apresentação, Leandro Bocca inicia seus comentários com críticas bem ácidas e irônicas aos jogadores do Palmeiras, por exemplo ao falar do lateral uruguaio Piquerez: “Deve estar jogando a *Champions*”. Em seguida, o torcedor começa a afirmar que o restante dos torcedores deveriam “ir ao psicólogo”, visto que não acreditavam na virada da equipe paulista. Essas ações do torcedor evidenciam seu caráter sentimentalista e todo voltado para a paixão que sente pelo Palmeiras, de modo que não há nenhum compromisso com o que os ouvintes vão achar sobre sua opinião e não há nenhuma tentativa de se demonstrar parcial sobre o assunto.

Em seguida, o apresentador opina em um tom mais ameno em relação aos comentários do torcedor, e mantém a imparcialidade sobre o momento da equipe, mesmo que esteja realizando críticas. Logo após isso, a jornalista Camila Alves segue o mesmo perfil de comunicação de Ferri, com uma linha de pensamento brando e opiniões semelhantes às do setorista, sempre mantendo as questões de imparcialidade. Inclusive, ela realiza uma análise detalhada, com sua opinião, acerca da derrota sofrida pela equipe palestrina, contudo manteve a postura jornalística e não adotou um lado.

Após o debate dos jornalistas, Leandro Bocca voltou a realizar seus comentários de maneira enfática. Assim como analisado no *GE Santos*, no episódio 350, o torcedor se aproxima dos ouvintes ao dizer “temos que ser humildes [...]”, de um modo que parece que o torcedor e a instituição Palmeiras são apenas um, assim como Isabel Nascimento fez no episódio sobre o Santos.

O *podcast* continua sua proposta de analisar a partida com base nas opiniões da bancada, em dado momento, inclusive, o apresentador cita a análise de Léo Miranda, o analista tático do GE, para embasar sua opinião, visto que ele é um especialista no assunto e poderia legitimar o comentário de Thiago Ferri (Amphilo e Rêgo, 2010).

Leandro Bocca, ao realizar sua opinião sobre a pauta seguinte do programa, diz que a torcida do Palmeiras necessita voltar a cantar a música típica para viradas, mas ao realizar essa afirmação, o torcedor se utiliza de uma palavra de baixo calão para demonstrar sua indignação e, após isso, o torcedor volta a falar várias vezes que acredita na virada da equipe paulistana. Nota-se a tentativa constante do comentarista em se aproximar do público alvo do *podcast*, que são os torcedores alviverdes, e tenta estabelecer um vínculo entre o programa e os ouvintes.

No final do episódio, o jornalista Thiago Ferri divulga mais informações atualizadas sobre o Palmeiras. As notícias se referem ao jogo que antecede a segunda partida da final do Campeonato Paulista, contra o Santos, que corresponde a partida pela fase de grupos da Libertadores da América. Durante o repasse das notícias, o apresentador passa a palavra para a Camila, para que a jornalista utilize o espaço do *podcast* para opinar. Observa-se que essa foi uma dinâmica comum durante o programa e que os jornalistas optaram por dissertar sobre as pautas através de um tom moderado, de modo que suas atitudes mantivessem um padrão de imparcialidade, dessa forma, os jornalistas presentes na bancada poderiam manter sua postura jornalística.

Dessa forma, afirma-se que, durante todo o episódio, o programa adotou duas atitudes principais: a divulgação de informações para que a audiência estivesse sempre atualizada e as intercalações entre a opinião dos jornalistas com momentos de caráter diversional, através do torcedor, Leandro Bocca, o responsável por ser a *Voz da Torcida*. A função de Bocca era ser a voz sentimental e a ponte de uma relação entre torcida e *podcast*, desempenhando um modo de entretenimento.

6.6 GE Palmeiras - episódio #385

O contexto deste episódio se dá após a realização da segunda partida da final entre Palmeiras e Santos, pelo Campeonato Paulista, de 2024. No primeiro jogo, a equipe alvinegra havia vencido, contudo na volta a equipe alviverde virou o placar e se sagrou campeã. Nesse sentido, o programa possui uma escalação diferente do episódio anteriormente analisado, com os jornalistas Eduardo Rodrigues e João Pedro Brandão, este sendo o apresentador, além do setorista Thiago Ferri e do torcedor, Leandro Bocca.

Em contraponto com o episódio 351 do *GE Santos*, do qual teve um clima mais ameno, o episódio a ser analisado está com um tom alegre e de felicidade, por conta da conquista da equipe paulistana, inclusive é possível escutar muitas risadas entre os participantes da bancada. Na sequência, para tornar o episódio um âmbito informativo, Brandão pede para Eduardo repassar as informações de como estava o clima do estádio e outras novidades. Assim como nos tópicos anteriores, as notícias

são relevantes para o desenvolvimento do programa, para que, em seguida, haja um debate sobre as informações.

Após o repasse das notícias do ambiente do estádio, o apresentador solicita que Bocca diga qual o tamanho dessa conquista para a torcida e, em seguida, intitula-o como o “representante da torcida palmeirense”. A atitude de Brandão é uma tentativa explícita de aproximação com o sentimentalismo e paixão dos ouvintes com o programa, a partir da figura do torcedor. Leandro Bocca tem como função deixar a neutralidade de lado, de modo que saia em defesa do clube de uma maneira mais passional, podendo ser chamado, dessa forma, de clubista (Neto, 2021).

Observa-se essa conotação do clubismo na fala do torcedor, pois, em resposta ao questionamento do apresentador, ele agradece pelo fato de ser palmeirense e ao citar a relação de sua família com a equipe, demonstrando uma aproximação com os ouvintes, através do sentimento de pertencimento (Ferraz, 2011). O torcedor, inclusive, alfineta os rivais ao brincar que sua filha, na época da análise do programa, com dois anos e meio, “já viu o Palmeiras conquistar oito títulos”, uma alusão ao fato dos outros times não terem conquistado tanto e, além disso, há a validação sobre a afirmação de Lopes (2015), visto que o que está movendo o *podcast*, neste momento, é a paixão e a depreciação sobre os rivais.

Após esse momento, inicia-se um debate sobre as questões táticas observadas durante a partida, de modo que Ferri comece a opinar sobre. As opiniões do setorista continuam amenas, tranquilas e serenas, distanciando-se de um possível pensamento, por parte dos ouvintes, de que o jornalista estava sendo parcial. Essa postura por parte do jornalista, é uma tentativa de ultrapassar a linha da ética, de modo a não estremecer o laço de confiança com o público (Alsina e Da Silva, 2018). Contudo, no final de sua fala, o jornalista afirma que a tensão das duas torcidas estavam exaltadas, porém Ferri utiliza uma expressão de baixo calão, de modo a proporcionar, mesmo que de maneira sutil, uma diversão ao público (Assis, 2014), sem que ofenda os torcedores de ambas as equipes.

Seguidamente a esses comentários, João Pedro Brandão fala sobre um atleta da equipe palestrina e como a torcida tece críticas a ele. Nesse momento, ele enfatiza que “como apresentador dos *podcasts* dos clubes paulistas”, acredita que as demais torcidas aceitariam este jogador em suas equipes. Nota-se uma demonstração que o jornalista está presente em todos os outros programas que

comentam sobre as equipes rivais a do Palmeiras, mostrando que, independente disso, ele estará em concordância com as noções de imparcialidade. Ele busca mostrar à audiência, através dessa fala, que podem confiar nos seus comentários, de modo que não desconfiem de seu trabalho.

Nota-se que a bancada pede, demasiadas vezes, que Leandro Bocca realize seus comentários sobre a partida. Há uma tentativa de que ele demonstre a todo momento seu lado clubista para a audiência, visto que o programa está com o tom alegre e de felicidade, principalmente por conta do título do Palmeiras. Essa busca constante pelas falas do torcedor são perceptíveis a todo instante, de modo que transparece à audiência que querem explicitar o sentimento do torcedor, por meio da *Voz da Torcida*.

Posteriormente a isso, Brandão pede que os comentaristas opinem, principalmente Bocca, sobre outro jogador do plantel alviverde. Ademais, o apresentador afirma que tem “vários amigos palmeirenses”, inclusive, brinca com este fato ao mandar um abraço para eles. Em seguida, o jornalista toma a ponta sobre os comentários em relação ao atleta e começa a opinar em tom crítico e irônico. Ele afirma que o atleta “tinha que levantar a bola e dar de cabeça”, em uma alusão ao fato do jogador ter uma deficiência técnica no um contra um.

Esta atitude por parte do apresentador gerou estranhamento na bancada entre os outros comentaristas, visto que eles até brincam entre eles sobre a opinião do jornalista, visto que não é algo comum de acontecer no programa, principalmente através do Brandão. Pode-se afirmar que este estranhamento se dá pela recorrência nas atitudes dele em ser um profissional imparcial e que nunca sai do campo da neutralidade.

6.7 SÍNTESE DOS EPISÓDIOS

Após análise dos quatro episódios dos *podcasts* do Globo Esporte, pode-se afirmar que os programas são pautados por meio de abordagens ao sentimentalismo dos torcedores, por meio da *Voz da Torcida*, através da exposição de informações aos ouvintes e a forma de atuação dos jornalistas nos episódios.

Os episódios têm como base a mesma maneira de iniciar, com foco às notícias para que o público esteja ciente dos acontecimentos relevantes de suas

equipes. Essa forma de transmissão audiodfônica reafirma a principal função dos jornalistas no exercício de suas responsabilidades, a de noticiar às pessoas e a de ser um agente público. Além disso, sua função se mantém essencial para que os ouvintes possam ficar antenados acerca das novidades dos clubes que estão acompanhando e possam desenvolver um senso crítico em torno disso.

Apesar de suas semelhanças com *podcasts* que têm ênfase apenas no estilo de falação, como o *Charla Podcast*, os programas do Globo Esporte demonstram-se com uma clara intenção de manter o jornalismo pautado nos episódios, de forma que os jornalistas sempre estejam em evidência no seu trabalho e para que possam exercer sua profissão de maneira clara.

Os apresentadores do *GE Santos* e *GE Palmeiras* utilizam de seus espaços para reforçar as noções jornalísticas de que as informações sempre irão se sobressair em relação aos outros conteúdos, visto que as notícias sempre são dadas nos primeiros momentos dos episódios e, em seguida, os debates com opiniões são abertos à bancada.

Ademais, nota-se que os debates são mantidos por longos períodos entre os comentaristas, inclusive com os entusiastas das equipes, dos quais são apelidados de *Voz da Torcida*. Inclusive, é perceptível que os jornalistas abrem muitos espaços para que os torcedores possam ter muitas falas nos episódios, dos quais são representados por Isabel Nascimento, fã do Santos, e Leandro Bocca, fanático do Palmeiras.

Foi notório durante a análise que os programas deram grande ênfase para os comentários dos torcedores das equipes paulistas em boa parte dos episódios, visto que eles são a chave para a parte diversional, onde as opiniões mais ácidas e sem filtros podem ser realizadas sem que haja questionamentos em relação às atitudes dos profissionais.

Além disso, percebe-se que o comportamento dos jornalistas tem como objetivo se distanciar do clubismo e, tentam, assim, atribuí-lo aos torcedores, além de se colocarem em uma zona de conforto, do qual não precisarão opinar de um modo que se comprometam e pareçam estar sendo parciais. No decorrer dos episódios, nota-se que os jornalistas passam os comentários que possam atrair o público para os torcedores sempre em momentos considerados delicados e que possam causar algum tipo de comoção na audiência, como na situação em que a Isabel Nascimento se indigna, sem querer, com o microfone aberto e pedem que ela

opine sobre, além de quando pedem para que Leandro Bocca fale sobre um jogador específico do Palmeiras que está sendo criticado naquele momento, para que ele seja bem ríspido na ponderação.

Portanto, ao final da pesquisa, pode-se tirar observações de que os episódios possuem atitudes condizentes com o clubismo, mas que são atribuídas exclusivamente aos torcedores e, não, aos jornalistas. Além disso, afirma-se que os profissionais mantêm a postura ética durante grande parte do programa, deixando que a parcialidade sempre seja atribuída aos torcedores, isentando os jornalistas dessas questões.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise desta pesquisa, foi possível evidenciar que a imparcialidade e de clubismo são evidentes nos *podcasts* do GE, contudo, não são desenvolvidas pelos próprios jornalistas presentes nos episódios do *GE Santos* e *GE Palmeiras* e, sim, pelos comentaristas representando a *Voz da Torcida*.

Observa-se que os programas do Globo Esporte desenvolvem os seus programas a partir da distribuição de informações sobre o respectivo time que é a pauta do programa e depois é aberto o espaço para o debate entre todos os comentaristas, inclusive os torcedores. Essa dinâmica é apresentada em todos os episódios analisados nesta pesquisa e, da mesma forma, a busca constante pela opinião da *Voz da Torcida* é notada.

Os apresentadores e os comentaristas - jornalistas - a todo momento mantêm suas posturas jornalísticas intactas, sempre respeitando as noções de imparcialidade e sem que ultrapassem as questões de ética no jornalismo que possam quebrar esse laço de confiança com o público, como afirmam Alsina e Da Silva (2018). Em raros momentos, é possível observar que os comentários proferidos pelos profissionais sobem o tom crítico a um outro nível, principalmente quando o sentimentalismo envolto da final do Campeonato Paulista está na pauta, inclusive a bancada se estranha com esse tipo de comentário pelo fato de ser incomum de acontecer.

Nesse sentido, visto que os jornalistas mantêm a imparcialidade constante, não deixam o clubismo e o sentimentalismo ser atribuído, os programas têm como

proposta atribuir essas situações passionais e parciais aos torcedores, vividos por Isabel Nascimento e Leandro Bocca.

Nesse sentido, pode-se concluir que os profissionais que estão atuando jornalisticamente nos podcasts *GE Santos* e no *GE Palmeiras*, não demonstram condutas condizentes com atitudes clubistas, e não comprometem as noções de imparcialidade vigentes no exercício da profissão.

Observa-se, também, que os dois programas, tanto o do Palmeiras quanto o do Santos, incorporam, sim, elementos clubistas, especificamente pela utilização do recurso do quadro *Voz da Torcida*, que abre espaço a torcedores das equipes, de modo que possam atribuir questões passionais, sentimentalistas e emocionais ao episódio, buscando maior identificação com o público-alvo dos programas, que são os adeptos.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, Francisco de. Gênero diversional. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2010. p. 144–160. Acesso em: 21 abr. 2025.

ASSIS, Pablo de. **O imaginário do rádio e o podcast**. Comunicologia – Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília, Brasília, n. 9, p. 84-106, 2011. Acesso em: 18 mar. 2025.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS (ABPod). **PodPesquisa 2024/2025: panorama do podcast no Brasil – desafios e oportunidades**. [S.l.]: ABPod, 2024. Disponível em: <https://abpod.org.br/podpesquisa/>. Acesso em: 21 mar. 2025.

AVELAR, Kamilla; MARTINS, Henrique Cordeiro; PRATA, Nair. **Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda**. Podcast, [s. l.], 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0147-1.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2025.

BALACÓ, Bruno; GUIMARÃES, Carlos; RUTILLI, Marizandra. **A reinvenção da resenha via Mesacast: o modelo brasileiro de podcast esportivo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202323200964dd83d9eed0d.pdf. Acesso em: 23 mar. 2025.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2008. ISBN 978-85-7244-780-4. Acesso em: 24 abr. 2025.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003. Disponível em: https://toaz.info/jornalis-esportivo-paulo-vinicius-coelho-pdf-pr_5264c1e98f9d70124b457617d1103363. Acesso em: 02 abr. 2025.

GOMES, Gabriela Lopes. **Identidades, clubismo e mídia esportiva: uma análise da cobertura do clássico entre Corinthians e Palmeiras no programa Os Donos da Bola**. 2022. 99 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2022. Disponível em: <http://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/4036>. Acesso em: 06 jun. 2025.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória, 04 ago. 2007. Disponível em: [PDF]. Acesso em: 25 abr. 2025.

FERRAZ, Rafael Prieto; BATISTA, Aline Lopes. **Futebol e comunicação: um processo de consumo chamado paixão**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2011. Acesso em: 25 abr. 2025.

FINGER, Cristiane; OSELAME, Mariana. **Futebolização do esporte na televisão: compromisso com o jornalismo ou com os números de audiência?** Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 11, n. 2, p. 459–471, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n2p459>. Acesso em: 21 abr. 2025.

GAMBARO, Daniel; SANTOS FILHO, Julio Pereira dos. **Do radiojornalismo esportivo aos podcasts: identificação e análise de produções narrativas.** Cambiassu, Ilhéus, v. 17, n. 29, p. 120–139, jan./jun. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4324>. Acesso em: 10 abr. 2025.

GUIMARÃES, Carlos. **O ouvinte e a mesa-redonda esportiva no rádio: uma extensão do “papo de bar”.** Mesa Redonda, Revista Âncora, 2020. DOI <https://doi.org/10.22478/ufpb.2359-375X.2020v7n1.51294>. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ancora/article/view/51294/30849>. Acesso em: 25 mar. 2025.

GURGEL, Anderson. **Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos.** Motrivivência, Florianópolis, ano XXI, n. 32/33, p. 193–210, jun./dez. 2009. Acesso em: 30 mar. 2025.

KARAM, Francisco José Castilhos. **Ética, deontologia, formação e profissão: observações sobre o jornalismo.** Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 123-130, jul./dez. 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2206>. Acesso em: 25 abr. 2025.

LOPES, Rafael da Costa. **A construção do personagem no jornalismo esportivo.** Universitas: Arquitetura e Comunicação Social, Brasília, v. 12, n. 2, p. 39–48, jul./dez. 2015. DOI: 10.5102/uc.v12i2.3375. Acesso em: 26 abr. 2025.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. **O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. Anais... São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-0302-1.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2025.

MARQUES, José Carlos; AZEVEDO, Núbia. **Paixão e clubismo no rádio hipermidiático: uma análise das transmissões esportivas da Rádio Craque**

Neto no YouTube. Revista Alterjor, v. 2, ed. 28, 2023. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/211396/198621>. Acesso em: 12 mar. 2025.

MELO, José Marques de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. 1. ed. Universidade Metodista de São Paulo: Metodista, 2017.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. Gêneros, Intercom - RBCC, 2016. DOI 10.1590/1809-5844201613. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/YYXs6KPXhp8d7pRvJvnRjDR/>. Acesso em: 12 abr. 2025.

MEMÓRIA GLOBO. **Grande Resenha Facit**. Rio de Janeiro: Globo Comunicação e Participações S.A., 2021. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/grande-resenha-facit/noticia/grande-resenha-facit.ghml>. Acesso em: 22 abr. 2025.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **A produção da imparcialidade: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 25, n. 73, p. 59–73, jun. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsci/a/NKkkXDR6RrxvYV2F6yRpFzs/?lang=pt>. Acesso em: 26 abr. 2025.

NETO, Helcio Herbert. **Grande Resenha Facit e udenismo: uma análise sobre partidatismo no gênero televisivo das mesas redondas no Brasil entre 1966 e 1967**. Cadernos de História, Belo Horizonte, v. 22, n. 36, p. 61–79, jun. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/cadernosdehistoria/article/view/23316>. Acesso em: 30 abr. 2025.

ORLANDO, Matheus Ramalho. **Jornalismo esportivo em podcast: discussões sobre um formato em ascensão**. Editora: Galoá, 2020. Disponível em:

<https://proceedings.science/sbpjor-2020/trabalhos/jornalismo-esportivo-em-podcast-discussoes-sobre-um-formato-em-ascensao?lang=pt-br>. Acesso em: 25 mar. 2025.

PALHARES, Marcelo Fadori Soares. **Torcidas organizadas e jornalismo esportivo: discursos sobre violência no futebol**. 2022. 234 f. Tese (Doutorado em Ciências) – Escola de Educação Física e Esporte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022. Acesso em: 13 abr. 2025.

PAUL, Dairan; CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética jornalística, desenvolvimento moral e phrônesis: aproximações teóricas**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, Itajaí, v. 18, n. 2, p. 101–117, jul./dez. 2019. Acesso em: 15 abr. 2025.

POLITI, Cassio. **Conheça a história do podcast — e descubra que esse nome não foi criado pela Apple**. Tracto Content Marketing, 26 fev. 2024. Disponível em: <https://www.tracto.com.br/historia-do-podcast/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

SANTOS, Silvan Menezes dos; MEZZARROBA, Cristiano; SOUZA, Doralice Lange de. **Jornalismo esportivo e infotenimento: a (possível) sobreposição do entretenimento à informação no conteúdo jornalístico do esporte**. Corpoconsciência, Cuiabá, v. 21, n. 2, p. 93–106, mai./ago. 2017. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/corpoconsciencia/article/view/5034>. Acesso em: 12 abr. 2025.

SILVA, Jaqueline Aparecida da; ALSINA, José Luiz. **Ética e jornalismo na era da pós-verdade**. Revista Observatório, Porto Alegre, v. 4, n. 1, p. 1–18, jan./abr. 2018. Disponível em: https://www.academia.edu/124493980/%C3%89TICA_E_JORNALISMO_na_era_da_P%C3%B3s_verdade. Acesso em: 10 abr. 2025.

SILVA, Lucas Daniel Viera da. **O clubismo no jornalismo esportivo: análise do programa Jogo Aberto**. Podcast, Universidade Federal de Uberlândia, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/23839/1/ClubismoJornalismoEsportivo.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2025.

SILVEIRA, Isabela Rodrigues da. **Jornalismo esportivo na era do podcast: análise da informação esportiva em três canais de podcast**. Podcast, Universidade Federal de Uberlândia, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/24999/3/JornalismoEsportivoEra.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2025.

SOUZA, Juliana de. **Reflexões sobre democratização na internet: análise da produção de podcasts no Brasil**. Brazilian Journal of Development, v. 6, n. 7, 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/12628/10602>. Acesso em: 19 mar. 2025.

SPOTIFY. **Podcast Charts Brasil**. [S.l.]: Spotify, [2025]. Disponível em: <https://podcastcharts.byspotify.com/br>. Acesso em: 15 abr. 2025.

TIGRE, Rodrigo. **Podcast S/A: Uma revolução em alto e bom som**. [S. l.]: Companhia Editora Nacional, 2021. Acesso em: 15 mar. 2025.

TRESCA, Laura Conde. **Gênero informativo no jornalismo impresso: o estado da arte no Brasil**. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 5., 2007, São Paulo. Anais eletrônicos... São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <https://www.intercom.org.br>. Acesso em: 24 abr. 2025.

VANASSI, Gustavo Cardoso. **Podcasting como processo midiático interativo**. 2007. 83 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007. Acesso em: 25 mai. 2025