

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS - FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS - FIFE

JOÃO VICTOR DA COSTA MENDANHA

**MÍDIA E COMUNICAÇÃO ESPORTIVA – PODCAST “JÃO NA
ÁREA” SOBRE O MIRASSOL FUTEBOL CLUBE**

FERNANDÓPOLIS
2025

JOÃO VICTOR DA COSTA MENDANHA

**MÍDIA E COMUNICAÇÃO ESPORTIVA – PODCAST “JÃO NA
ÁREA” SOBRE O MIRASSOL FUTEBOL CLUBE**

Relatório Técnico apresentado à disciplina Projeto Experimental II, da Fundação Educacional de Fernandópolis, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo dos Santos Matos.

**FERNANDÓPOLIS
2025**

FOLHA DE APROVAÇÃO

JOÃO VICTOR DA COSTA MENDANHA

MÍDIA E COMUNICAÇÃO ESPORTIVA – PODCAST “JÃO NA ÁREA” SOBRE O MIRASSOL FUTEBOL CLUBE

Relatório Técnico apresentado à disciplina Projeto Experimental II, da Fundação Educacional de Fernandópolis, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Aprovado em ____/____/____

Examinadores:

Profa. Andresa Carolina Lopes de Oliveira
Fundação Educacional de Fernandópolis - FEF

Profa. Glauciane Pontes Helena Franco
Fundação Educacional de Fernandópolis - FEF

Dedico este trabalho aos meus pais que sempre me apoiam nas etapas do meu crescimento profissional.

Agradeço aos professores que contribuíram para me tornar um profissional da informação. Obrigado por toda dedicação e paciência durante todo o processo.

RESUMO

O Podcast “Jão na Área” é sobre o fenômeno Mirassol Futebol Clube e a produção jornalística proposta por esse Trabalho de Conclusão de Curso. No processo foi possível experimentar a produção bem como a apresentação de um programa esportivo em formato de podcast. Com essa experiência busquei compreender como a comunicação atua no fortalecimento da imagem do clube na valorização da instituição. Conclui-se que a comunicação esportiva é estratégica para o desenvolvimento e a visibilidade de clubes de futebol.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast; Comunicação esportiva; Jornalismo; Mirassol Futebol Clube.

ABSTRACT

The podcast “Jão na Área” is about the Mirassol Futebol Clube phenomenon and is the journalistic production proposed by this Final Course Project. The process allowed me to experiment with the production and presentation of a sports program in podcast format. Through this experience, I sought to understand how communication contributes to strengthening the club's image and enhancing the institution's value. It is concluded that sports communication is strategic for the development and visibility of football clubs.

KEYWORDS: Podcast; Sports communication; Journalism; Mirassol Futebol Clube.

SUMÁRIO

Introdução	09
1. Referencial Teórico.....	10
1.1 Produção e análise de Podcasts como procedimento metodológico	10
1.2 Jornalismo esportivo e suas novas possibilidades	11
1.3 A importância da mídia dentro do clube de futebol	11
2. Descrição do Produto	13
2.1 O fenômeno do time do Mirassol	13
2.1.1 Principais fatores que levaram ao reconhecimento	13
2.2 Os podcasts gravados	14
2.2.1 Podcast 1	14
2.2.2 Podcast 2.....	14
2.2.3 Processo de gravação e edição dos podcasts	15
3. Resultados.	16
Considerações Finais	17
Referências	18

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a comunicação esportiva vem ganhando cada vez mais espaço e relevância, tanto dentro das redações quanto nos bastidores dos clubes. Em meio a esse cenário de evolução e profissionalização, o Mirassol Futebol Clube surge como um exemplo interessante de como um time do interior paulista tem buscado se posicionar na imprensa e construir uma identidade sólida por meio da comunicação.

Este trabalho tem como objetivo produzir um podcast sobre a temática do fenômeno Mirassol e, com essa experiência, compreender melhor como o clube se relaciona com a imprensa. A proposta é, por meio da produção do podcast “Jão na Área”, entender, de forma mais aprofundada, quais estratégias de comunicação são mais utilizadas e mais eficazes no objetivo de valorizar a marca do clube.

A escolha pelo Mirassol não é por acaso. Trata-se de um clube em ascensão, com resultados expressivos nos últimos campeonatos e uma presença cada vez mais constante na mídia regional e nacional. Sua subida meteórica é considerada um fenômeno pela mídia esportiva nacional. Nesse contexto, criar “Jão na Área” se torna relevante para compreender como clubes fora dos grandes centros também conseguem espaço e credibilidade na cobertura jornalística esportiva.

Ao longo deste trabalho serão abordados conceitos sobre jornalismo esportivo, e podcast. A partir disso, busca-se refletir sobre os desafios e as possibilidades da comunicação esportiva no cenário atual, especialmente em clubes de médio porte como o Mirassol que vem em crescente ascensão.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Produção e análise de podcasts como procedimento metodológico

Como parte dos procedimentos metodológicos deste Trabalho de Conclusão de Curso, foram produzidos dois podcasts com o objetivo de ampliar a compreensão sobre a relação entre esporte, mídia e identidade comunicacional. As entrevistas buscaram trazer perspectivas práticas e reflexivas de profissionais e estudantes envolvidos diretamente com o universo esportivo e comunicacional, contribuindo para a análise qualitativa do objeto de estudo.

De acordo com Falcão e Temer:

Para além do imediatismo, o podcast estabelece uma nova relação de tempo com quem o consome. Embora seja impossível falar em um descarte do agora, já que a atualidade, como vimos, pode ter diferentes dimensões, a prioridade passa a ser outra: a capacidade de se encaixar no tempo do receptor. É inegável que o podcast chega para dar novo fôlego ao jornalismo ao explorar o potencial da mídia sonora no ambiente online. (p. 11, 2019)

A utilização do podcast como recurso metodológico reforça sua relevância enquanto ferramenta contemporânea de comunicação, caracterizada pela acessibilidade, pela capacidade de aprofundar temas e pela aproximação com diferentes públicos. Assim, os episódios produzidos funcionaram não apenas como materiais complementares, mas como instrumentos de coleta e interpretação de dados.

1.2 Jornalismo esportivo e suas novas possibilidades

O jornalismo esportivo na rádio sobreviveu muitos anos complementando a audiência televisiva pela emoção que era carregada na narração. No Brasil, quando falamos de jornalismo esportivo já remetemos à cobertura de campeonatos de futebol. E este é o objeto de estudo deste trabalho.

Com o advento da tecnologia novas possibilidades surgiram como o Podcast. Porém, a essência da cobertura com informações bem averiguadas se mantém como a base do jornalismo esportivo. Novos meios podem colaborar em coberturas mais extensas tanto no tempo quanto na abrangência.

A ausência de uma ampla cobertura esportiva determina que ainda existe um grande vácuo no jornalismo especializado a ser ocupado pelos profissionais de comunicação. Com o aperfeiçoamento em modalidades sem apelo midiático, o jornalista tem a seu favor a possibilidade de disponibilizar notícias e ainda servir como fonte para os meios tradicionais que se ocupam apenas dos esportes tradicionais e com grandes patrocinadores como é o caso do futebol, do automobilismo, do tênis, do voleibol e do basquetebol. (MALULY, 2010, p. 10)

Com isso ganhamos novos heróis seja no skate, tênis de mesa, judô e até mesmo na sinuca. Lógico que ciclos olímpicos alavanca esses focos diferenciados. Enfim, a cobertura esportiva ganha novas modalidades e, mesmo no futebol, centro das atenções nacionais, formatos são testados diariamente. Com o podcast não é diferente. Estamos mais num momento de experimentações do que especificamente definição de cartilhas de formato e conteúdo. Esse trabalho segue para o caminho de legitimar a metamorfose que caracteriza o momento atual por meio de experimentações.

1.3A importância da mídia dentro do clube de futebol

O futebol, além de ser uma paixão nacional, também se consolidou como um dos maiores fenômenos midiáticos do Brasil. A presença da mídia dentro dos clubes vai muito além da simples divulgação de resultados em campo: ela se torna parte fundamental da construção da imagem institucional, da relação com torcedores e do fortalecimento da marca. No caso de clubes de diferentes portes, desde os mais tradicionais até os que estão em ascensão, a comunicação cumpre um papel essencial para garantir visibilidade, engajamento e credibilidade.

A imprensa esportiva, historicamente, foi responsável por transformar partidas de futebol em grandes acontecimentos sociais. A cobertura feita por jornais, rádios e, posteriormente, pela televisão, aproximou os torcedores das histórias dos clubes e de seus ídolos. Atualmente, com a expansão das redes sociais e

dos canais digitais, essa relação se intensificou, permitindo que a comunicação entre clube e torcedor seja direta, rápida e personalizada.

As grandes redes precisam ainda reavaliar a condução interna do processo de comunicação. Com a avalanche digital, a abertura da grade é essencial e, como efeito, surge a necessidade de implantação de novos conteúdos. A quebra do monopólio do futebol, com a substituição por uma plataforma esportiva, seja talvez uma das soluções para ampliação das pautas e, assim, para o equilíbrio das linhas editoriais nesta área. (MALULY, 2010, p. 15)

Para um clube, a presença midiática é estratégica. Mais do que informar, a mídia constrói narrativas, cria vínculos emocionais e fortalece a identidade do time. Um bom trabalho de comunicação pode atrair patrocinadores, consolidar a imagem institucional e ampliar a base de torcedores. Por outro lado, a ausência de uma estratégia eficiente pode gerar distanciamento, crises de imagem e até perda de oportunidades comerciais.

Nesse contexto, o Mirassol Futebol Clube é um exemplo de instituição que percebeu a importância da comunicação como parte de seu crescimento esportivo e institucional. Tradicional no interior paulista, o clube vem conquistando cada vez mais espaço não apenas dentro de campo, mas também fora dele, com a consolidação de sua imagem perante a imprensa regional e nacional. A visibilidade em competições relevantes, como o Campeonato Paulista e a Série B do Campeonato Brasileiro, tem exigido uma atuação mais estratégica na maneira de se comunicar com torcedores, patrocinadores e a própria mídia esportiva.

Ao mesmo tempo em que busca se firmar no cenário nacional, o Mirassol entende que a mídia é ferramenta fundamental para aproximar o torcedor da sua história e fortalecer seu nome. Reportagens, transmissões ao vivo, entrevistas e publicações em redes sociais são peças de um mesmo processo: tornar o clube reconhecido, valorizado e capaz de dialogar diretamente com sua comunidade. Assim, o estudo da comunicação do Mirassol Futebol Clube dentro da imprensa se mostra essencial para compreender como a mídia contribui para o fortalecimento de sua identidade e para o alcance de novos patamares

2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

2.1 O FENÔMENO DO TIME DE FUTEBOL DO MIRASSOL

2.1.1 Principais fatores que levaram ao reconhecimento:

Acessos Múltiplos e Títulos Nacionais:

O clube se destacou por um feito inédito, conquistando o título da Série D em 2020 e, em seguida, o da Série C em 2022. Essa sequência de conquistas o credenciou para disputar a Série B em 2023 e a Série A em 2024.

Investimento em Estrutura:

A venda do jovem jogador Luiz Araújo (revelado pelo clube) gerou recursos que foram reinvestidos na construção de um dos mais modernos centros de treinamento do Brasil, algo que impulsionou a qualidade das categorias de base e do time profissional.

Sucesso no Campeonato Paulista:

Além do sucesso nacional, o Mirassol conquistou o Campeonato Paulista da Série A3 em 1997 e alcançou a elite do Paulistão (Série A1) em 2007, consolidando sua força no futebol estadual.

História no futebol:

O clube, fundado em 1925, tem uma história de superação e ascensão, saindo de um cenário sem divisões nacionais em 2019 para a Série A em 2024.

Desempenho em Competições:

A equipe também registrou um feito notável ao eliminar o tradicional clube do Grêmio na Copa do Brasil de 2022, algo que repercutiu nacionalmente.

2.2 OS PODCASTS GRAVADOS

2.2.1 Podcast 1 – “De onde vem o sucesso do Mirassol Futebol Clube?”

O primeiro podcast teve como entrevistado Heitor Alves, estudante de Jornalismo pela FEF, e discutiu a ascensão comunicacional do Mirassol Futebol Clube. Durante a conversa, explorou-se a construção da identidade midiática do clube, elemento que se tornou fundamental para sua consolidação enquanto marca esportiva regional e nacional.

Entre os pontos debatidos, destacou-se o papel estratégico desempenhado pelo presidente Emergenildo, que há três décadas conduz o Mirassol e tem sido peça importante no fortalecimento institucional e organizacional do clube. A análise abordou ainda as perspectivas para 2026, ano em que o Mirassol tende a disputar competições de maior visibilidade, tanto nacionais quanto internacionais, o que exige planejamento consistente em termos de comunicação, marketing e presença de marca.

O episódio também possibilitou examinar estratégias de marketing esportivo aplicadas pelo clube, evidenciando como a produção de conteúdo, a atuação nas redes sociais e a consolidação de uma identidade visual coesa contribuem diretamente para o sucesso atual. O podcast serviu, portanto, como fonte de reflexão qualitativa acerca da importância da comunicação integrada no ambiente esportivo profissional.

2.2.2 Podcast 2 – “O quão grande a mídia esportiva está hoje dentro da comunicação?”

O segundo podcast consistiu em uma entrevista com Guilherme Santana, formado em Educação Física e personal trainer. A conversa aprofundou a relevância da mídia esportiva no cenário comunicacional contemporâneo, discutindo seu impacto social, cultural e formativo.

O entrevistado ressaltou a presença do futebol na trajetória de grande parte das crianças brasileiras, destacando o esporte como elemento de identidade e projeção de sonhos — inclusive relatando sua própria experiência ao ter desejado ser jogador profissional na infância. A mídia esportiva, nesse sentido, surge como força influenciadora que contribui para moldar expectativas, construir representações e ampliar o alcance do discurso esportivo.

Outro ponto analisado foi o futebol amador, compreendido como espaço movido por paixão, pertencimento comunitário e desejo de participação esportiva. Sua relação com a mídia, ainda que menos estruturada, demonstra como a comunicação esportiva alcança diferentes camadas sociais e contribui para fortalecer vínculos coletivos.

2.2.3 Processo de gravação e edição dos podcasts

As gravações dos podcasts foram realizadas em dois ambientes distintos, escolhidos de acordo com a disponibilidade dos entrevistados e com o objetivo de garantir qualidade sonora adequada para fins metodológicos. A primeira entrevista, referente ao podcast sobre o Mirassol Futebol Clube, foi gravada dentro do Laboratório de Áudio e Vídeo da Faculdade FEF, espaço equipado com estrutura profissional para produções sonoras, incluindo microfones condensadores, isolamento acústico e mesa de captação. Esse ambiente permitiu uma gravação mais limpa e tecnicamente controlada, reduzindo ruídos e garantindo clareza às falas.

Já o segundo episódio, que discutiu a relevância da mídia esportiva na comunicação contemporânea, foi gravado dentro da academia onde o entrevistado trabalha, proporcionando um registro mais espontâneo e próximo da rotina do participante. Apesar de não ser um ambiente totalmente isolado, foram tomados cuidados para minimizar interferências, como escolher horários de menor movimentação e utilizar microfones direcionais para assegurar a nitidez do áudio. Essa gravação em ambiente natural também contribuiu para a autenticidade do conteúdo, aspecto valorizado em pesquisas qualitativas.

O processo de edição dos episódios foi realizado com o apoio do Pedro, técnico do curso e editor responsável pela finalização do material. Ele atuou na limpeza sonora, normalização de volume, remoção de ruídos e cortes de trechos que apresentavam pausas excessivas ou interferências. A edição manteve o caráter natural das conversas, preservando o ritmo da fala dos entrevistados e garantindo que o material final contribuísse de forma relevante para a análise acadêmica.

Além das correções técnicas, Pedro também ajustou a equalização dos áudios e realizou pequenos tratamentos para uniformizar a qualidade entre os dois ambientes de gravação. A pós-produção incluiu a inserção de uma abertura simples e identificação do tema e dos participantes, respeitando o objetivo metodológico da pesquisa, que buscou utilizar o podcast como instrumento contemporâneo de coleta e interpretação de dados.

Assim, o processo de gravação e edição dos podcasts aliou técnica, cuidado metodológico e adequação aos objetivos do TCC, incorporando diferentes ambientes e garantindo que o material produzido fosse confiável, coerente e funcional para a construção analítica do trabalho.

3. RESULTADOS

Os dois episódios funcionaram como instrumentos qualitativos complementares ao estudo, permitindo compreender de forma prática como o esporte, a mídia e a comunicação se articulam no cotidiano de clubes, profissionais e comunidades. Os podcasts proporcionaram:

- Análises autênticas, baseadas em experiências reais dos entrevistados;
- Complementação teórica, com reflexões sobre identidade de marca, marketing esportivo e influência midiática;

- Observação do discurso esportivo, tanto profissional quanto amador;
- Aproximação metodológica entre prática jornalística e investigação acadêmica.

Assim, os podcasts reforçam a metodologia deste TCC, contribuindo para uma análise mais completa e contextualizada do papel da mídia esportiva na comunicação contemporânea

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção jornalística sempre é um risco. O sentido dessa afirmação é na experiência realizada do produto jornalístico proposto por este trabalho de conclusão de curso que foi o podcast “Jão na Área”. Desafios sempre estão presentes como a ambientação do cenário, as escolhas das pautas e dos convites certos dos entrevistados, a performance e estratégias de apresentação, sem esquecer os detalhes da edição.

O objetivo principal do projeto, que é compreender melhor o processo de comunicação do Mirassol Futebol Clube não pôde ser legitimado pela falta de tempo de colocar o produto nas redes e identificar sua influência. Porém essa fase será realizada em breve já que o assunto se mantém em destaque pelo fato da classificação do clube para torneios internacionais, de acordo com a classificação no nacional.

O que fica desta experiência é dos detalhes que se tornam muito importantes. O jargão do título do podcast veio numa inspiração de um encontro de orientação do trabalho. Inserir na parte escrita mas ainda não foi possível assimilar esse ponto estratégico nos programas gravados e disponibilizados. Mas a evolução de uma possível continuidade deste projeto fica garantida, justamente pela experiência de realização deste produto jornalístico que foi uma orientação do primeiro encontro avaliativo do mesmo no mês passado.

Por fim, outro ponto identificado, e com convergência de pensamentos até mesmo com os convidados, foi que a escolha da temática de que gostamos e dominamos facilita muito o trabalho e o coloca num patamar qualitativo, de conteúdo, que nos dá segurança da realização desse podcast.

REFERÊNCIAS

FALCÃO, Bárbara Mendes; TEMER, A. C. R. P. **O podcast como gênero jornalístico**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2019. p. 1-14.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. **A dança dos deuses**: futebol, sociedade e cultura. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MALULY, Luciano Victor Barros. **Jornalismo esportivo**: desafios e propostas. In: Trabalho apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul. 2010.

MARQUES, José Carlos. Comunicação e esporte – diálogos possíveis. São Paulo: Artcolor, 2007.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar**: o rádio esportivo em São Paulo. São Paulo: Summus, 1994.