



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS 1
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS (CCSA)
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**

JOSÉ DANIEL VIDAL DOS SANTOS

**A POPULARIZAÇÃO DO BASQUETE EM CAMPINA GRANDE E OS DESAFIOS
DA IMPRENSA PARA COBRIR A MODALIDADE**

**CAMPINA GRANDE - PB
2023**

JOSÉ DANIEL VIDAL DOS SANTOS

A POPULARIZAÇÃO DO BASQUETE EM CAMPINA GRANDE E OS DESAFIOS DA
IMPrensa PARA COBRIR A MODALIDADE

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado à Coordenação do Curso de
Jornalismo da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

**CAMPINA GRANDE-PB
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S237p Santos, Jose Daniel Vidal dos.
A popularização do basquete em Campina Grande e os desafios da imprensa para cobrir a modalidade. [manuscrito] / Jose Daniel Vidal dos Santos. - 2023.
32 p. : il. colorido.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2023.
"Orientação : Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva, Departamento de Comunicação Social - CCSA. "

1. Basquete. 2. Popularidade. 3. Cobertura. 4. Imprensa. I.
Título

21. ed. CDD 070.195

JOSÉ DANIEL VIDAL DOS SANTOS

A POPULARIZAÇÃO DO BASQUETE EM CAMPINA GRANDE E OS DESAFIOS
DA IMPRENSA PARA COBRIR A MODALIDADE

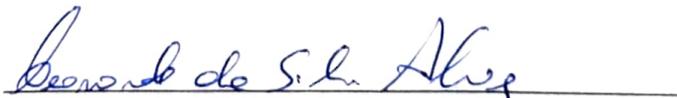
Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado à Coordenação do Curso de
Jornalismo da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
jornalismo.

Aprovada em: 01/11/2023

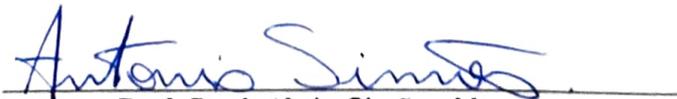
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Leonardo da Silva Alves
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Antônio Simões Menezes
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedicatória:

Gostaria de dedicar este Trabalho de Conclusão de Curso à minha mãe, Francisca Josilda Dutra Vidal, por continuar me ajudando e me amando incondicionalmente durante minha vida e também durante o processo de produção deste artigo. Também dedico este trabalho às demais pessoas que amo, familiares e amigos, por me ajudarem da maneira que podiam enquanto eu vivenciava esse processo tão importante para minha graduação.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 COBERTURA DAS MODALIDADES NO MEIO DIGITAL.....	9
2.1 A popularidade do basquete.....	11
2.2 Disparidade do futebol e dificuldades estruturais.....	11
2.3 Esporte-espetáculo e estratégias de mercado.....	13
2.4 Audiência e busca por espaço do basquete.....	15
3. ATUAÇÃO DA IMPRENSA NA COBERTURA DO BASQUETE.....	16
4 COBERTURA DO GLOBO ESPORTE PB: ENTREVISTAS COM PROFISSIONAIS.....	18
4.1. Cobertura:.....	19
4.2. Desafios:.....	20
4.3. Popularização do basquete:.....	21
4.4. Tendência de cobertura no futuro.....	22
4.5 Análise do site Globo Esporte-PB.....	23
5. CONCLUSÕES:.....	25
6.REFERÊNCIAS.....	27

A POPULARIZAÇÃO DO BASQUETE EM CAMPINA GRANDE-PB E OS DESAFIOS DA IMPRENSA PARA COBRIR A MODALIDADE

THE POPULARIZATION OF BASKETBALL IN CAMPINA GRANDE-PB AND THE PRESS CHALLENGES IN COVERING THE MODALITY

José Daniel Vidal dos Santos¹

RESUMO

Este artigo busca compreender como se dá a cobertura jornalística do basquetebol no contexto da cidade de Campina Grande, através da análise de matérias publicadas no site Globo Esporte-PB (Rede Paraíba), pesquisa bibliográfica sobre a temática e realização de entrevistas com profissionais que cobrem a modalidade. Para entender melhor a relação entre o basquete e a cidade, o estudo também faz uma contextualização da modalidade. Como resultado, foi identificado que a disparidade na cobertura entre basquete e futebol está diretamente ligada com fatores culturais e métricas. Por outro lado, o GE-PB mantém uma cobertura relativamente consistente sobre especificamente o Basquete Unifacisa, mesmo tendo o futebol como prioridade.

Palavras-Chave: Basquete; popularidade; cobertura; imprensa.

ABSTRACT

This article seeks to understand how journalistic coverage of basketball takes place in the context of the city of Campina Grande, through the analysis of articles published on the Globo Esporte-PB website (Rede Paraíba), bibliographical research on the topic and interviews with professionals who cover the modality. To better understand the relationship between basketball and the city, the study also contextualizes the sport. As a result, it was identified that the disparity in coverage between basketball and football is directly linked to cultural factors and metrics. On the other hand, GE-PB maintains relatively consistent coverage of Unifacisa Basketball specifically, even with football as a priority.

Keywords: Basketball; Popularity; Coverage; Press

¹ Aluno do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Email: jdanielvidal8@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A prática e o consumo do basquete vem se tornando cada vez mais comum em Campina Grande nos últimos anos, onde a equipe do Basquete Unifacisa costuma atrair um grande número de torcedores e apaixonados pela modalidade durante os jogos na arena. Entusiasmados pelo desempenho consistente da equipe no Novo Basquete Brasil (NBB)², que é o principal campeonato de basquete masculino brasileiro e que é organizado pela Liga Nacional de Basquete (LNB), a população local vem se mostrando cada vez mais interessada em praticar a modalidade nas quadras dos espaços públicos e privados da cidade. Além disso, a popularidade crescente do Basquete Unifacisa também pode ser observada na presença da torcida nos jogos realizados na Arena Unifacisa, que recebeu em média 950 pessoas durante os jogos da temporada 2022/2023, conforme informações repassadas pela Assessoria de Imprensa da equipe.

No entanto, essa popularização não recebe tanto respaldo na mídia esportiva local, que continua pautada no futebol na maior parte do tempo. Essa tendência pode ser motivada por estratégias editoriais, mercadológicas ou culturais. Considerando a disparidade de cobertura midiática entre as modalidades, existe a hipótese de que essa abordagem desbalanceada nas redações acabe contribuindo com a monocultura esportiva no meio jornalístico e nos ambientes de interação pessoal ou digital. De acordo com Gaudin (2007), o basquetebol surgiu nos Estados Unidos, no ano de 1891, e chegou ao Brasil três anos depois, sendo implantado inicialmente em uma universidade privada de São Paulo. Desde que chegou ao Brasil, a modalidade enfrentou determinada resistência antes de ser praticada frequentemente, mas a situação foi amenizada com o advento dos clubes privados que investiram na prática desse esporte e influenciaram pessoas de classe alta e média da sociedade a seguir praticando o basquete.

Conforme informações publicadas no site da Associação Paraibana de Basquete (ABPB, 2023³), os primeiros times de basquete no estado teriam surgido na década de 80. A partir daí, a Associação informou que a modalidade foi ganhando força e se popularizando ainda mais no território paraibano. Conforme Joaquim Silva Passos (2023), professor de educação física e comentarista esportivo da TV Ita (Rede Ita), o basquetebol já era praticado em Campina Grande na década de 1970. A primeira entidade voltada para o basquetebol na cidade foi a Associação Campinense de Basquete, criada no início dos anos 1980 e transformada na Liga Campinense de Basquete alguns anos depois. Em Campina Grande, os holofotes da modalidade estão voltados para o Basquete Unifacisa, que é uma equipe criada em 2013 e idealizada pelo médico oftalmologista Diego Gadelha. A Unifacisa venceu o Campeonato Paraibano seis vezes, depois a Copa do Nordeste e, após conquistar o título da Copa do Brasil, teve o direito de disputar a Liga Ouro, onde ficou em quinto lugar em sua primeira participação. Já em 2019, conquistou o título e uma vaga no NBB após vencer a equipe do São Paulo em uma série melhor de cinco jogos que foi decidida no último lance.

A justificativa desta pesquisa se dá pela baixa visibilidade que a mídia local dá para o basquete em Campina Grande, tendo em vista que a cidade é, atualmente, a única da Paraíba a ter um time que representa a cidade na elite do basquete e a

² Disponível em:

<https://ge.globo.com/basquete/noticia/2023/06/29/confederacao-tira-chancela-do-nbb-e-campeonato-brasileiro-de-basquete-fica-indefinido.ghtml>. Acesso em 4 de dezembro de 2023.

³ Disponível em <https://basqueteparaiba.com/> acesso em 16 de novembro de 2023.

receber jogos do Novo Basquete Brasil (NBB). A preocupação em compreender os desafios que os profissionais de imprensa enfrentam para cobrir uma modalidade como o basquete tem o objetivo de contribuir no campo de pesquisa acadêmica voltada para o jornalismo esportivo acerca do basquetebol em Campina Grande-PB. Além das investigações que objetivam contribuir com a pesquisa científica, a proximidade com a modalidade também foi um fator determinante para justificar a escolha do tema.

A pesquisa tem o objetivo principal de investigar como se dá a cobertura jornalística e a visibilidade midiática do basquetebol em Campina Grande. Entre os objetivos específicos, o estudo busca compreender como se dá a cobertura jornalística feita no site Globo Esporte-PB do Basquete em Campina Grande; identificar a percepção dos jornalistas, que atuam no site analisado (G.E-PB), sobre o basquete em Campina Grande e sobre os desafios enfrentados pelos profissionais neste processo; investigar se existe uma monocultura esportiva na abordagem do site Globo Esporte-PB sobre as pautas relacionadas ao jornalismo esportivo local e contribuir com a pesquisa acadêmica relacionada à comunicação aplicada ao basquetebol em Campina Grande.

2 COBERTURA DAS MODALIDADES NO MEIO DIGITAL

O início e a evolução do jornalismo digital proporcionaram diversas mudanças na forma de se produzir e consumir conteúdo noticioso, afetando múltiplas camadas da sociedade. De acordo com a análise de Rasêra (2010), as pessoas deixaram de consumir conteúdo informativo de maneira voluntária e passaram a ter contato com as notícias de forma involuntária, sendo atingidas com informações sobre assuntos variados durante o cotidiano. Em meio a essa nova realidade, é plausível assumir que os conteúdos informativos no âmbito do esporte, veiculados pela imprensa do Brasil (país do futebol), podem chegar até o receptor com uma formatação centralizada apenas no futebol em detrimento de outras modalidades. Para compreender melhor a abordagem da mídia no contexto do esporte brasileiro, o jornalista Carlos Augusto Tavares Junior (2017) propôs uma discussão sobre a definição do conceito de jornalismo esportivo no Brasil e como se configura a cobertura acerca dos eventos.

A prática do jornalismo no Brasil que sediou os jogos olímpicos de 2016 apresenta várias nuances, a se considerar a multiprodução de conteúdos informativos em diversos canais cibernéticos. Disso também decorre uma sensação de escassez e caos por conta de conteúdos multifacetados, disponibilizados não apenas na mídia tradicional, mas também em nichos alternativos pela web. Com efeito, a recíproca pode não se realizar, diante de uma sobrecarga de weblogs e redes sociais, por exemplo, com o tema esporte direcionado estritamente para o futebol, enquanto outras modalidades olímpicas permanecem desconhecidas, por conta da visibilidade ofuscada diante dos temas “esportivos”. (JUNIOR, 2017, p. 12).

Além do fator cultural e da abordagem centrada apenas em uma modalidade como destaque, a relativa escassez de publicações de materiais sobre basquetebol na mídia local também pode ser motivada pela busca incessante por “cliques” e visualizações, fazendo com que os veículos precisem apostar em matérias que vão apelar para a curiosidade do torcedor no âmbito do futebol, que permanece sendo o favorito da audiência, mas que podem perder o seu valor informativo em pouco

tempo. Frange (2016) explica que um dos motivos para que os veículos adotem essa estratégia é a facilidade do acesso à informação por parte do consumidor que dificilmente irá pagar para acessar algum conteúdo noticioso, fazendo com que a maioria dos sites disponibilize o conteúdo de maneira aberta e, por consequência, priorizem o lucro gerado pela publicidade.

Para potencializar essa estratégia, o autor cita que muitos portais costumam apelar para as matérias 'caça-cliques', para atrair a atenção do leitor que se vê induzido a clicar em um link que contém alguma chamada sensacionalista e que geralmente usa da imagem de atletas famosos para atrair o engajamento do público.

No entanto, esse modelo de trabalho não costuma ser adotado, na maioria das vezes, pelo site Globo Esporte PB, analisado nesta pesquisa. Conforme a análise de Frange (2016), a sociedade vive uma realidade onde a maior parte do conteúdo noticioso se tornou volátil e, por este motivo, pode perder a atenção da audiência em questão de minutos..

De acordo com Leão (2021), a imagem do profissional de imprensa que cobre, por exemplo, a NBA, sofreu um processo de celebração, onde os mesmos tomaram uma posição mais individualista em relação aos veículos de imprensa. Em outras palavras, o público não consome apenas as informações repercutidas pela emissora, mas também acompanha as publicações feitas nos perfis pessoais dos jornalistas, que costumam divulgar as informações individualmente (antes ou depois do veículo), gerando um engajamento próprio na internet. Entre as redes sociais usadas pelos profissionais, destaca-se o X (antigo Twitter) que teve, conforme dados publicados pela Insider Intelligence, cerca de 364 milhões de usuários globais ativos mensalmente em 2022⁴.

Além do que é transmitido na tela principal, o público passou a interagir com as informações adicionais sobre as competições, equipes e jogadores, onde os espectadores também acompanham as transmissões por meio de ferramentas que são acessadas em outra plataforma. Esse fenômeno é descrito por Teixeira (2021), em sua dissertação de mestrado, como segunda tela. Em seu estudo, que aborda as estratégias usadas pela Liga Nacional de Basquete para aumentar a repercussão do Novo Basquete Brasil (NBB), Teixeira (2021) explica como as narrativas podem se complementar por meio de plataformas diferentes.

O NBB completa a transmissão trazendo conteúdos diferentes em cada uma das suas redes sociais e site. O Twitter mostra lances importantes durante o jogo, ou um compacto de lances, como citado anteriormente, enquanto no Instagram a frequência de vídeos é menor, mas, em compensação, ao final do jogo, há um compilado de fotos da partida. No site, são mostradas as estatísticas detalhadas do jogo em tempo real, com descrição textual dos lances também, e no YouTube e no Facebook os melhores momentos são publicados em torno de meia hora após o jogo. No caso do YouTube, ainda há publicação de um vídeo um pouco mais longo com um resumo do jogo. (TEIXEIRA, 2021, p. 50).

A caracterização do jornalismo esportivo, atualmente, possui elementos que prezam ainda mais pelo espetáculo, fazendo com que a maioria dos veículos priorizem o entretenimento e ignorem a qualidade informativa e cultural de determinadas pautas e modalidades além do futebol. Baseando-se nessa perspectiva, a maioria dos veículos de imprensa (voltados para o esporte ou para

⁴ Disponível em:

<https://www.insiderintelligence.com/press-releases/twitter-will-lose-more-than-32-million-users-worldwide-by-2024-amid-turmoil/>. Acesso em 4 de dezembro de 2023.

temas variados) em Campina Grande-PB e na Paraíba ainda não adotou o basquetebol como pauta prioritária.

2.1 A popularidade do basquete

Apesar da dificuldade estatal para providenciar estruturas que permitam que os jovens se interessem e pratiquem basquetebol desde cedo, vale destacar a iniciativa da LNB, de criar e promover a Liga de Desenvolvimento de Basquete (LDB), que é a maior competição sub-22 de basquetebol do Brasil. O torneio, que conta com 23 equipes, tem como principal característica a projeção de jovens talentos da modalidade para o NBB. Além de revelar jogadores promissores, o campeonato também pode alçar técnicos, narradores, comentaristas e integrantes de comissões aos níveis mais altos do basquete nacional. Com um público consumidor altamente ativo no mercado e fortemente presente nos jogos das equipes, o Brasil pode ser visto como um local promissor para investimentos no basquetebol. A Paraíba acompanha esse exemplo, mas com proporções visivelmente diferentes, visto que a baixa visibilidade midiática também influencia no desinteresse do consumidor, que se vê imerso em uma bolha informativa que o direciona integralmente ao futebol. Apesar de não ser a modalidade mais visada para investimentos de patrocinadores no Brasil, o basquetebol ainda detém um potencial mercadológico promissor e pode ser considerado um 'esporte-espetáculo'.

De acordo com o estudo de Hirata e Pilatti (2004), os esportes, no geral, são um produto altamente rentável para a indústria do entretenimento, que se desenvolveu ainda mais com o avanço das tecnologias de comunicação de massa. Na pesquisa, os autores ressaltam que para que uma determinada modalidade esportiva ganhe espaço na mídia, é necessário priorizar o compromisso com o entretenimento do público. Outro fator citado é de que o esporte precisa ser mais promovido dentro da sociedade e que a realização e consolidação das ligas e competições mundiais pode acelerar significativamente o processo.

2.2 Disparidade do futebol e dificuldades estruturais

Mesmo com a facilidade de divulgação de informações inerente às tecnologias digitais atuais, as federações precisam adotar modelos de planejamento que priorizem o profissionalismo, a organização estrutural e a capacidade de valorizar o próprio produto para alcançarem uma quantidade maior de público consumidor, visto que uma liga ou modalidade não se populariza por si só. Ao invés de adotar um posicionamento de concorrência ao vôlei ou futebol, o basquete pode assumir um papel de terceira ou segunda força no mercado esportivo. Em Campina Grande-PB, que já detém um único esporte como destaque, seria bem mais vantajoso (econômico e desportivamente) a coexistência de 2 ou 3 modalidades que pudessem ganhar um destaque equivalente, onde não necessariamente o público de um deles precisasse ficar retido em uma única "bolha", mas pudesse interagir entre 2 ou 3 esportes, estimulando os fãs a consumir e praticar mais de uma modalidade de forma espontânea. O estímulo ao consumo do basquete em Campina Grande poderia resultar em um retorno financeiro maior para o Basquete Unifacisa. Cabe ressaltar que a equipe teve um retorno financeiro de R\$ 4.624.260,41 em 2022,

conforme o relatório⁵ divulgado pela própria equipe. No entanto, o mesmo relatório mostra que a principal equipe de basquete da Paraíba registrou um gasto total de R\$ 4.630.942,22 no mesmo ano, evidenciando um alto padrão de gastos para os moldes atuais do esporte paraibano.

A resistência em consumir o basquetebol pode estar relacionado com fatores culturais incorporados pelo brasileiro, que acaba rejeitando a modalidade por, talvez, ter chegado ao país com diversos elementos característicos da cultura americana. Além dos entraves relacionados à ineficiência estatal para providenciar estruturas dignas para prática do basquete em nível nacional, citados anteriormente por Gaudin (2007), Bazzan (2010) ressalta que outro fator determinante para que os brasileiros prefiram dar mais atenção ao futebol ao invés do basquete é a compreensão das regras do jogo.

Em seu estudo que aborda a relação da sociedade brasileira com o futebol, Bazzan (2010) explica que as regras dessa modalidade são mais fáceis de compreender e que isso a torna mais fácil de ser absorvida pelo público, que acaba nutrindo uma paixão pelo esporte, em sua grande maioria, desde a infância ou adolescência. No entanto, o avanço da popularização do basquete em Campina Grande pode abrir portas para o surgimento de novos talentos e possibilidades inéditas no mercado esportivo. Bazzan (2010) ressalta a disparidade de investimentos entre o futebol e as demais categorias, no que diz respeito ao provimento de estrutura básica para que os atletas possam praticar o esporte sem intervenções externas, e cita que o Brasil acabou perdendo a chance de emplacar a popularização de outras modalidades promissoras e que poderiam render maiores conquistas olímpicas se recebessem o investimento adequado.

Apesar da grande qualidade dos atletas brasileiros, ainda existe um certo amadorismo em alguns esportes. Enquanto o futebol conta com 4 grandes estádios na cidade de São Paulo (Parque Antártica, Pacaembu, Morumbi e Canindé), outras modalidades têm que se revezar no uso do ginásio do Ibirapuera quando se trata de eventos de grande porte. Esse mesmo ginásio sofreu com goteiras durante o mundial feminino de basquete em 2006, quando o Brasil foi sede. Algumas das jogadoras mais importantes do mundo chegaram a escorregar em quadra, correndo o risco até de sofrerem uma lesão mais grave.(BAZZAN, 2010, p, 17).

Outro quesito que dificulta o desenvolvimento do basquetebol nacional e prejudica a estabilidade dos clubes brasileiros são os problemas de gestão financeira dos times. Atualmente, é comum que muitos clubes da NBB contem com o apoio de diversos patrocinadores para fornecer boa parte do capital necessário durante a temporada. No entanto, essa situação não é uma regra que vale para todos e já foi mais precária em edições anteriores da competição. Hirata (2022) exemplifica que o descaso financeiro nas equipes de basquetebol já afetou até mesmo equipes renomadas do cenário nacional, como o caso ocorrido com o Franca, na temporada 2015/2016, que quase encerrou as atividades durante uma crise financeira.

Além disso, também é oportuno citar os exemplos das equipes do Vitória, que desistiu de participar do NBB 3 por incapacidade de arcar com os gastos do clube, dias antes do começo da competição, e também o caso do Winner Limeira, que anunciou a desistência de todas as competições que disputava em 2015, também por problemas financeiros relacionados com as despesas do time. Esses casos

⁵ Disponível em: <https://rest.unifacisa.edu.br/wp-content/uploads/2023/10/Relato%CC%81rio-financeiro-basquete-21-22.pdf>, Acesso em 04 de dezembro de 2023.

mostram que as marcas exigem um retorno lucrativo imediato logo após fecharem acordo com as equipes.

No Brasil, aliás, a interferência no campo esportivo chega a alterar o regulamento das competições. Na temporada do NBB em 2011/2012, por exemplo, a negociação entre a Rede Globo e a LNB envolveu a mudança da fórmula de disputa da decisão que, anteriormente disputada em melhor de cinco partidas, com a proposta da Rede Globo – e concordância dos clubes e da LNB – passou a ser realizada em jogo único (CAPELO, 2011). O motivo de a emissora reprovar o outro modelo possivelmente está ligado com a não possibilidade de prever com certeza em qual jogo o título seria definido. Pelo lado dos clubes e LNB, apesar de o modelo de playoffs ser tradicional na modalidade e sempre ser defendido como o mais justo, a transmissão de uma final pelo canal aberto líder em audiência proporcionaria retorno de mídia para os parceiros da LNB e clubes e contribuiria para a divulgação e popularização da modalidade. (CAPELO apud HIRATA, 2022. p. 69).

2.3 Esporte-espetáculo e estratégias de mercado

Para que outros esportes ganhem mais espaço e sejam comercializados em larga escala, uma série de fatores devem ser considerados e colocados em prática. Entre as condições determinantes para o avanço do esporte-espetáculo estão as recompensas materiais (valorizadas por patrocinadores, atletas, espectadores, proprietários de equipes); cidades com quantidade populacional grande o suficiente para consumir o produto em larga escala; uma sociedade com condições de vida relativamente altas (onde as pessoas possam gastar com o esporte e ter tempo livre para fazer isso); aparatos tecnológicos e transporte acessíveis para os consumidores e que facilite as negociações com patrocinadores; recursos financeiros suficientes para manutenção e construção de estádios e arenas; cultura de consumo que possibilite a mercantilização de todos os elementos ligados ao esporte, (Coakley apud Hirata, 2022). Essas condições podem variar em cada local do Brasil, tendo em vista que o país é um dos mais desiguais do mundo, fazendo com que cada região tenha um cenário econômico diferente das demais.

A importância que a iniciativa privada e o Poder Público dão para cada modalidade reflete também na criação de uma “cultura consumidora”, onde a sociedade acaba absorvendo o esporte de maneira espontânea. Outro fator, que é diretamente abordado no estudo de Bazzan (2010), é a visibilidade que a imprensa dá para cada modalidade e como isso pode causar inúmeras reações no público.

Para a popularização de um esporte, são necessários diversos fatores culturais e econômicos, como foram discutidos anteriormente, mas existem outras questões preponderantes. Lucas Foster lembra a importância de se entender o esporte, “o futebol leva vantagem pois tem regras muito simples, alguns esportes precisam educar os espectadores para construir uma geração de fãs, permitindo que eles tenham o prazer de acompanhar as competições”. Esse tipo de paixão geralmente acontece ainda na juventude das pessoas, e muitas vezes o próprio jornalista é um fã de futebol bem antes de ser um profissional, logo existe o desejo de comentar sobre algo prazeroso, ninguém quer trabalhar com algo que não goste. (FOSTER apud BAZZAN, 2010).

Por mais que o futebol continue dominando a preferência das massas no Brasil, Carvalho (2023) vai além deste consenso e exemplifica que a popularidade da *National Basketball Association* (NBA) tem crescido de maneira ininterrupta nos últimos 30 anos no nosso país. O autor explica que o sucesso crescente da marca pode ser atribuído a diversos agentes, sendo um deles o fator cultural.

Como uma invenção do homo ludens, as práticas esportivas estão entranhadas na vida social desde longa data. Tanto na condição de simples ativo em treinos, como na categoria de atleta que busca alto rendimento, as pessoas assumem o esporte sob uma dimensão prática prosaica (modo recreativo) ou como principal atividade de sobrevivência financeira (pro), (CARVALHO, 2023, p.15).

Além de representar, praticamente, um estilo de vida, a cultura do esporte também está envolta de diversas organizações e empresas que buscam lucrar com todo e qualquer recurso que esse objeto altamente rentável possa oferecer. Desde vendas de ingressos, vestuário, direitos de transmissão, itens colecionáveis e etc. No meio deste sistema, o basquete não seria diferente, ainda mais no que se refere à NBA, principal produto mercadológico desta modalidade. Carvalho (2023) explica que a crescente popularização da marca fez com que o Brasil se tornasse o segundo mercado internacional mais visado pela associação americana (ficando atrás apenas da China).

Em um país onde o futebol arrasta multidões para os estádios e que o normal é cada cidadão ter seu time de coração, há uma crescente constante no consumo do esporte da bola laranja, especificamente aquele praticado no mais alto nível. A NBA está rapidamente conquistando os corações brasileiros, tanto para dividir a atenção com o futebol quanto até ser uma obsessão particular que rouba o espaço de qualquer outro esporte na atenção do torcedor. Ano após ano, o encanto pelas incríveis performances dos 30 times da associação chega em milhões a mais de pessoas. (CARVALHO, 2023, p. 24).

Carvalho (2023) retrata que as estratégias de marketing utilizadas para promover a liga são consideradas como um modelo bem-sucedido de como se adaptar a novas demandas e expandir a própria marca para diversos setores. Ao observar o sucesso da liga norte-americana com o público nacional, cabe destacar que a mercantilização e a espetacularização do esporte alcança proporções diferentes de outros países, tendo em vista o forte comportamento consumista da sociedade e também a cultura esportiva que está comumente presente. Hirata (2022) cita que até mesmo as outras competições podem servir indiretamente para promover a liga americana, ao citar o exemplo dos Jogos Olímpicos de 1992.

A Olimpíada de 1992 foi emblemática, por ter permitido a participação de atletas profissionais, oficialmente, pela primeira vez na história da competição e uma equipe em especial, batizada de Dream Team, por ter conseguido reunir Magic Johnson, Michael Jordan, Larry Bird e outros astros milionários do basquete norte-americano. Esse time atraiu a atenção da mídia de todo o planeta., (HIRATA, 2020. p,33).

Dentro desta conjuntura, a diversão dos fãs é tratada como prioridade dentro e fora das quadras, onde, por exemplo, os torcedores que comparecem aos jogos de basquete da liga norte-americana estão sendo entretidos a todo instante, até mesmo no intervalo dos jogos (com as apresentações das líderes de torcida e dos mascotes

das franquias). Essa estratégia não é algo novo, mas mostra o quanto a organização do torneio busca criar uma relação de fidelidade com aqueles que comparecem aos jogos durante a temporada.

2.4 Audiência e busca por espaço do basquete

Apesar da popularidade crescente entre os brasileiros e da parceria firmada entre a NBA e a Liga Nacional de Basquete (LNB), que também tem o objetivo de captar ainda mais público e ocasionar um faturamento maior, o Novo Basquete Brasil (NBB) ainda enfrenta uma determinada concorrência com outras modalidades além do futebol, no quesito popularidade, e ainda não foi capaz de se ‘isolar’ como a segunda modalidade mais consumida no país. Um forte indicador desse problema é a diferença de audiência no meio digital em relação a outros campeonatos, visto que o jogo 5 das finais da NBB 22/33 (disputada entre Sesi Franca e São Paulo) atingiu 140 mil visualizações no canal da liga nacional de basquete no YouTube (que é uma plataforma de fácil acesso). No Brasil, a NBB enfrenta, constantemente, a disputa pela audiência com o futebol (mesmo que essa disputa não impeça os fãs de consumirem os dois esportes em momentos distintos).

Já em Campina Grande, a equipe da Unifacisa acumula participações consistentes no NBB desde que alcançou a classificação para a elite do basquete nacional. A equipe foi até as oitavas de final da edição 2020/2021, alcançou as quartas de final da competição na temporada 2021/2022 e chegou às quartas novamente na edição 2022/2023. Apesar de ainda não ter conquistado o principal título nacional, a equipe se mantém competindo em alto nível e se classificando aos playoffs. Cabe ressaltar que o Basquete Unifacisa gastou R\$ 2.566.724,95 apenas com salários e ajudas de custos em 2022, conforme o relatório⁶ financeiro divulgado pela própria equipe. Já o Campinense Clube⁷, tinha uma folha salarial de R\$300,000 em 2022, e o Treze⁸, registrou R\$150,000 em gastos com salários do clube no mesmo ano.

Apesar da disparidade no desempenho nacional entre os clubes de futebol e o Basquete Unifacisa, o que se vê, atualmente, é que as equipes futebolísticas continuam dominando os noticiários esportivos em Campina Grande, mesmo com um desempenho aquém nas competições organizadas pela CBF (Confederação Brasileira de Futebol). Apesar da hegemonia futebolística, é nesse ambiente digital que a associação americana de basquete consegue se destacar e segue atraindo mais público com estratégias que aproximam os consumidores da marca. Cabe ressaltar que o sucesso crescente da competição americana acompanha a ascensão da modalidade que também foi observada no território brasileiro. Conforme os dados divulgados na pesquisa de popularidade do basquete entre os brasileiros conectados, divulgada em setembro de 2022 pelo Ibope Repucom⁹, o volume de fãs da modalidade praticamente triplicou nos últimos dez anos, saindo de

⁶ Disponível em: <https://rest.unifacisa.edu.br/wp-content/uploads/2023/10/Relato%CC%81rio-financeiro-basquete-21-22.pdf>. Acesso em 04 de dezembro de 2023.

⁷ Disponível em:

<https://ge.globo.com/pb/futebol/times/campinense/noticia/2022/09/02/campinense-planeja-inicio-da-temporada-2023-com-reducao-de-mais-de-50percent-da-folha-salarial.ghtml>. Acesso em 04 de dezembro de 2023.

⁸ Disponível em:

<https://ge.globo.com/pb/futebol/times/treze/noticia/2022/11/26/treze-define-teto-de-r-150-mil-para-a-folha-salarial-do-elenco.ghtml>. Acesso em 04 de dezembro de 2023.

⁹ Disponível em <https://www.iboperepucom.com/br/noticias/volume-de-fas-de-basquete-triplica-entre-brasileiros-conectados/> acesso em 16 de novembro de 2023.

38% (correspondendo a 20 milhões de pessoas em 2013) para 52% (58 milhões de indivíduos conectados em 2022).

A presença da NBA nas redes sociais dos brasileiros se torna de extrema importância nessa construção de relacionamento, para suprir de conteúdo aqueles 34 que têm interesse em se manter atualizado e acompanhar as principais notícias diárias da principal Liga de basquete no mundo. Em função disso e para tornar esse acesso ao conteúdo mais acessível, a marca também precisou “se fazer” um pouco mais brasileira, criando assim uma conta oficial chamada NBA Brasil para o Youtube, Twitter, Instagram e TikTok. Basicamente se trata de uma filial estrangeira das contas online relacionadas à Liga. (CARVALHO, 2023, p. 34).

Ao considerar as colocações do autor, é possível assumir que a maneira como a organização se molda para determinados públicos pode ser um fator determinante na busca por espaço no mercado do entretenimento esportivo.

3 ATUAÇÃO DA IMPRENSA NA COBERTURA DO BASQUETE

Mesmo com a discrepância na cobertura midiática entre futebol e basquete em Campina Grande, o cenário esportivo local vem apresentando sinais de que essa diferença pode diminuir nos próximos anos. Para isto, é crucial destacar o papel dos profissionais de imprensa (e também da assessoria de imprensa do principal clube de basquetebol da Paraíba. Essa cultura nas redações influencia na continuidade do ciclo vicioso informativo que se detém apenas no futebol. No entanto, não basta apenas abordar a temática do basquete de maneira superficial. É preciso, sobretudo, dar profundidade para a discussão e instigar o senso crítico do público. Nesse sentido, os comunicadores podem entrar em um conflito de interesses com os profissionais das assessorias de imprensa em determinados contextos, onde os assessores estarão repassando para a mídia apenas o lado positivo de seus assessorados enquanto os jornalistas estão sempre em busca da informação que tenha maior relevância pública, independente de ser positiva ou negativa para os clubes.

De acordo com Oliveira et al. (2021), esse cenário foi potencializado, por exemplo, durante a temporada 2020-2021 da NBB, quando a Pandemia da Covid-19 ainda estava em curso, obrigando as autoridades federais e estaduais a restringirem a circulação de profissionais de imprensa no ginásio do Basquete Unifacisa (e das outras equipes que integram o campeonato) e nos espaços que fazem parte do cotidiano dos times, incluindo as coletivas de imprensa. Essa nova realidade fez com que os assessores da equipe campinense precisassem exercer funções que antes eram feitas diretamente pelos profissionais de imprensa, como a realização de perguntas para o entrevistado, por exemplo.

As novas determinações deram mais autonomia para o assessor, que provavelmente escolhia perguntas mais amenas para o entrevistado, para não gerar nenhum desconforto interno. Além da interação da imprensa com os entrevistados, Oliveira et al. (2021) citam que a realidade atípica também influenciou no conteúdo noticioso que chegava até as redações esportivas e utilizou os releases divulgados pela assessoria do Basquete Unifacisa como exemplo. Os autores ressaltam que a equipe de assessoria teve, durante o período pandêmico, grande influência para

pautar quais informações chegavam até a imprensa, visto que a presença dos jornalistas nos ambientes da equipe estava restrita.

Os pesquisadores mencionam que a assessoria da equipe disponibilizava ao menos 1 release por semana para os portais noticiosos e que o conteúdo dos releases tinha, na maioria das vezes, caráter publicitário, com objetivo de manter o nome da equipe em evidência durante a Pandemia de Covid-19 enquanto controlava o teor das informações que chegavam para os veículos de imprensa. Essas ações demonstram exatamente o contrário do que é proposto pela hipótese do agendamento (agenda-setting) que foi desenvolvida por Maxwell McCombs e amplamente estudada no campo da comunicação. O estudo de McCombs tem como conceito principal a ideia de que a mídia tem o poder de influenciar, através do conteúdo noticioso que é veiculado, os principais assuntos que são pautados na sociedade. No caso descrito por Oliveira et al. (2021), ocorre o efeito oposto, com a assessoria pautando boa parte das informações sobre o Basquete Unifacisa que são direcionadas para os portais.

O cenário descrito anteriormente também representou, sobretudo, um entrave no processo de comunicação direta entre os jornalistas e a principal equipe de basquete paraibana, em um contexto (pandemia) atípico para a sociedade. Cabe ressaltar que o trabalho feito pelos profissionais das assessorias de imprensa tem o objetivo primordial de intermediar a relação entre os comunicadores e as fontes. Essa função, segundo Maluly (2010), pode contribuir de maneira significativa com o desenvolvimento do jornalismo esportivo.

A estratégia aproxima e diminui as dificuldades que os repórteres encontram no processo para a construção da matéria. As assessorias auxiliam no trabalho de reportagem quando revelam aspectos que, em princípio, tomariam muito tempo do jornalista. Disponibilizar dados sobre os atletas, comissões técnicas, torneios, equipes, locais de treinamento, praças esportivas são determinantes para a apresentação do trabalho da assessoria, principalmente pela Internet e outras mídias digitais. (MALULY, 2010, p. 7).

É oportuno destacar que a área de comunicação dos times e da competição é um elemento valorizado pela LNB, tendo em vista que a liga promove, desde a temporada 2009/2010, o evento do Media Training, que reúne os profissionais das assessorias de imprensa de todas as equipes participantes do NBB. O objetivo do Media Training, segundo a LNB, é promover uma troca de conhecimentos com os profissionais e inspirá-los a continuar fortalecendo o nome das equipes, da competição e do basquete através da mídia.

Mesmo com a importância do trabalho feito pelos assessores, o profissional de comunicação não deve se prender apenas ao que é repassado pela assessoria, (MALULY, 2010). Cabe ao jornalista explorar a complexidade das informações abordadas e ir além dos resultados dos jogos, repercussão das partidas e tudo que envolve o modelo já estabelecido de cobertura midiática acerca do esporte. Em entrevista concedida ao 'É Cesta' podcast¹⁰, projeto que integra o trabalho de conclusão de mestrado da jornalista Geovanna Teixeira, o assessor de imprensa do Basquete Unifacisa, Matheus Chaves, destacou que o trabalho feito pela equipe de comunicação também exerce uma função pedagógica com o público e com a imprensa, tendo em vista que o basquetebol ainda não alcançou níveis de popularidade tão altos na região, fazendo-se necessário que a assessoria simplifique

¹⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=1YsnXhuNPf8> acesso em 17 de outubro de 2023.

termos e informações para os jornalistas (não especializados no assunto) e os novos fãs da modalidade. Ainda na entrevista, ele relata que a cobertura midiática sobre o Basquete Unifacisa em Campina Grande vem aumentando nos últimos anos e ressalta que a abordagem da imprensa vem se tornando mais aprofundada. Ao examinar o contexto em que os repórteres que cobrem o basquete estão inseridos em Campina Grande, é oportuno ressaltar que muitos deles precisam passar por um processo de preparo antes de iniciar as experiências de cobertura no basquete, tendo em vista que os mesmos estão inseridos em um mercado da comunicação que permanece centrado no futebol.

Entre as dificuldades enfrentadas nas rotinas de produção de notícias sobre a modalidade, coberturas sobre o basquete, o repórter Dayvson Victor Araújo Albuquerque, que atua na TV Ita, relatou que o foco inicial de sua preparação, antes de iniciar as coberturas dos jogos do Basquete Unifacisa, foi priorizar o estudo acerca das regras da modalidade. Essa informação repassada pelo profissional também enfatiza a análise feita anteriormente por Bazzan (2010), sobre a popularização e o entendimento de uma modalidade ter como um dos pilares principais a compreensão das regras. O repórter Dayvson Victor acrescenta que utilizou o site oficial do NBB para estudar a história dos times e que isso o auxiliou bastante durante o processo preparatório.

Dentro do contexto de Campina Grande, a emissora TV Ita¹¹ (Rede Ita) é a principal transmissora de jogos do Basquete Unifacisa na Paraíba, contribuindo com a popularização da modalidade no Estado e mantendo o basquetebol em evidência constante na mídia. Além da TV Ita, outro veículo de imprensa relevante que costuma publicar materiais sobre a principal equipe de basquete da Paraíba é o Globo Esporte-PB. O portal noticioso, que opera no formato digital, integra a Rede Paraíba de Comunicação, afiliada da Rede Globo, e detém um apelo popular elevado entre os fãs de esporte. Mesmo com a grande repercussão do site, também é necessário entender como é feita a cobertura do Basquete Unifacisa através da análise de publicações do portal e também por meio das entrevistas com os profissionais que atuam na redação do site.

4 COBERTURA DO GLOBO ESPORTE PB: ENTREVISTAS COM PROFISSIONAIS

Para buscar um entendimento melhor sobre os principais elementos que integram a abordagem jornalística do site Globo Esporte-PB¹² sobre o basquete, entrevistamos quatro profissionais que trabalham no principal portal de notícias desportivas do Estado. As entrevistas semiestruturadas foram feitas remotamente, através da ferramenta Google Meet (gravadas e depois transcritas). As perguntas feitas aos jornalistas estão alinhadas diretamente com a temática do trabalho de pesquisa, onde os mesmos foram questionados sobre popularização da modalidade, frequência de publicações sobre o basquete, desempenho do G.E e dos outros sites na abordagem midiática do basquetebol, possíveis dificuldades cotidianas para produção de material sobre o basquete, papel da imprensa na popularização do esporte, perspectivas futuras sobre a abordagem do tema e outros questionamentos

¹¹ A Rede Ita e o Basquete Unifacisa fazem parte de um mesmo projeto que é gerido por integrantes da família Gadelha em Campina Grande. Sendo assim, a cobertura feita pela emissora, sobre a equipe de basquete, ajuda a valorizar o projeto como um todo, onde a Rede Ita e o Basquete Unifacisa acabam se retroalimentando.

¹² Disponível em <https://ge.globo.com/pb/>; acesso em 15 nov. 2023

que acabaram não entrando no produto final, entre outras questões abertas de acordo com as respostas. Para este trabalho, identificamos os entrevistados por meio de nomenclaturas para não identificar e, assim, foram nomeados apenas como “jornalista 1, jornalista 2, jornalista 3 e jornalista 4”. Após escrutínio e análise dos dados, buscamos padrões e criamos categorias representativas da discussão estabelecida nas entrevistas, de modo a transportar para o artigo extratos das falas das entrevistas, a partir de 4 categorias macro: cobertura, desafios, popularização e tendência de cobertura).

4.1 Cobertura:

Durante as entrevistas com os profissionais do site Globo Esporte, foi possível constatar que a preferência do público paraibano pelo futebol, em detrimento do basquete, também influencia, naturalmente, nas prioridades adotadas no cotidiano da redação. A maioria dos entrevistados relatou que a demanda pelas produções sobre o Basquete Unifacisa não são ignoradas, mas acabam ficando em segundo plano por estratégias editoriais e por não haver uma quantidade maior de produtores para suprir essa demanda. Cabe ressaltar que a maioria das redações vem passando por um processo de redução da quantidade de funcionários (enxugamento), e os jornalistas que permanecem acabam assumindo mais atribuições. Além disso, foi observado um padrão similar de entendimento entre os profissionais entrevistado no que diz respeito ao aumento da abordagem sobre a modalidade, onde os mesmos informaram que essa cobertura poderia ser maior, mas ressaltaram que essa expansão será adotada como resposta a uma circunstância apropriada que indique a necessidade de intensificar ou não a cobertura. Mesmo reconhecendo que a visibilidade acerca do basquete teve um aumento relativo nos últimos anos, três dos entrevistados relataram que a cobertura atual do G.E sobre o Basquete Unifacisa já consegue suprir as necessidades básicas dos aficionados da modalidade que visitam o site.

A demanda ainda não é tão grande em torno do basquete ao ponto de, por exemplo, a gente ter uma equipe própria designada para cobrir o basquete ou que a gente tenha a obrigatoriedade, por assim dizer, de trazer uma matéria por dia da Unifacisa. Não que a gente não possa trazer, muito pelo contrário. (jornalista 1, entrevista concedida).¹³

Do mesmo jeito que a gente tem um Campeonato Paraibano de futebol, a gente tem também o Campeonato Paraibano de basquete, mas aí a gente não cobre o dia a dia das competições locais de basquete [...] Para a gente dar uma cobertura mais atenta ao basquete e a outra modalidade, é preciso que algo de mais relevância aconteça dentro do esporte, que, obviamente, quando a Unifacisa começou a se destacar, o primeiro nível estadual e depois de nível nacional, a gente precisou, por questões jornalísticas, abrir mais os olhos pro basquete. Não dava mais pra gente continuar ignorando como eu admito que a gente acaba ignorando outros transportes por não tem mãos suficientes para cobrir tudo. (jornalista 3, entrevista concedida).¹⁴

Então assim eu vejo a cobertura padronizada de um jeito que não deixa o torcedor de basquete da Unifacisa na mão em relação às informações básicas do que é um dia de jogo. Já na apresentação, a gente sempre traz

¹³ Entrevista gravada com o jornalista 1 do Globo Esporte-PB, concedida para a pesquisa no dia 8 de novembro de 2023.

¹⁴ Entrevista gravada com o jornalista 3 do Globo Esporte-PB, concedida para a pesquisa no dia 8 de novembro de 2023.

direitinho a posição, contra quem foi o último jogo, qual é o histórico de confronto recente. (jornalista 2, entrevista concedida).¹⁵

Durante a entrevista, o jornalista 3 informou que o aumento ou a diminuição da cobertura sobre o basquete estará diretamente ligado com a circunstância atual em que a equipe do Basquete Unifacisa esteja inserida, e também com o crescimento do interesse público sobre o time. Os demais entrevistados ressaltaram que acreditam que a equipe deve ser abordada constantemente, independentemente da situação esportiva vivenciada pelo time. No que diz respeito a análise dos profissionais do G.E sobre a cobertura jornalística dos outros portais, foi identificado um padrão semelhante nas respostas, onde os entrevistados relataram que observam uma insuficiência, por parte dos outros sites, de realizar uma abordagem razoável e frequente sobre o Basquete Unifacisa.

Nesses portais, muitas vezes a gente só tem a matéria do resultado da partida quando ela já aconteceu, então muitas vezes o leitor sequer sabe ou soube que o time ia jogar, só sabe depois [...] Então eu acho que a nível de imprensa paraibana como um todo, e aí isolando o GE, acho que deveria ter uma atenção a mais. (jornalista 1, entrevista concedida).¹⁶

Além da lacuna informativa na cobertura dos outros portais sobre o basquete, o jornalista 2 cita que alguns sites de esportes não se dispõem em criar o próprio conteúdo autoral sobre a modalidade e que isso deve servir de reflexão para os profissionais dos outros veículos.

4.2 Desafios:

Durante as entrevistas, foi constatada uma variedade de elementos que podem dificultar a produção sobre o basquete durante o cotidiano dos profissionais. Cada entrevistado apontou um fator diferente como exemplo. Ao ser questionado sobre os desafios enfrentados na rotina de produção sobre o basquete, o jornalista 1 relatou que teve dificuldades para assimilar as regras da modalidade na época em que começou a produzir matérias sobre basquetebol. A resposta do entrevistado corrobora com o estudo de Bazzan (2010) e revela uma situação semelhante ao caso relatado na entrevista concedida por Albuquerque (2023).

Minha maior dificuldade era que não entendia nada de basquete [...] Eu não sabia as regras, não sabia nada. Eu sabia o básico [...] O máximo que eu sabia era que um jogo de basquete era dividido em quatro quartos, dois tempos de dois quartos. Quando eu cheguei no Globo Esporte, eu tive que cobrir. Tanto que teve uma matéria que eu fui fazer e eu demorei um dia inteiro para fazer ela porque eu tive que estudar primeiro, tive que me capacitar primeiro para não falar nenhum tipo de besteira. (jornalista 1, entrevista concedida).¹⁷

Apesar de relatar uma dificuldade inicial para compreensão do basquete, o entrevistado informou que atualmente já dispõe de entendimento suficiente sobre o

¹⁵ Entrevista gravada com o jornalista 2 do Globo Esporte-PB, concedida para a pesquisa no dia 8 de novembro de 2023.

¹⁶ Entrevista gravada com o jornalista 1 do Globo Esporte-PB, concedida para a pesquisa no dia 8 de novembro de 2023.

¹⁷ Entrevista gravada com o jornalista 1 do Globo Esporte-PB, concedida para a pesquisa no dia 8 de novembro de 2023.

tema. O jornalista 2 informou não ter dificuldades para produzir matérias sobre basquete durante o seu cotidiano. O jornalista 3 elencou a necessidade corriqueira de priorizar a cobertura ao futebol, somada à quantidade limitada de profissionais na redação, como um entrave da rotina de produção sobre basquete. Além disso, ele exemplificou que a dificuldade no direcionamento para encontrar fontes históricas para produzir matérias deste segmento, sobre o basquete, ainda é algo que causa dificuldade e essa situação não costuma acontecer tanto no processo de produção de notícias históricas sobre futebol. Já o jornalista 4, citou que a falta de um setorista específico dentro do Basquete Unifacisa pode ser considerado por ele como um entrave para obtenção de informações que possam servir de base para produção de matérias diferentes das habituais.

4.3 Popularização do basquete:

Os entrevistados também foram questionados sobre a perspectiva acerca da popularização do Basquete Unifacisa e da própria modalidade na Paraíba. Mesmo reconhecendo, naturalmente, que o futebol segue como preferência da população paraibana, os profissionais do G.E também relataram ter observado, empiricamente, que o basquete vem ganhando mais popularidade no Estado nos últimos anos, e citaram a imprensa como fator determinante neste processo.

A gente já enxerga muitas crianças, jovens, adolescentes, buscando jogar basquete muito por conta dessa identificação que a Unifacisa trouxe pra cá [...] A partir desse trabalho que a gente tá vendo que está sendo feito e que está surtindo efeito, a popularização vai avançar, ainda mais através dos veículos de comunicação, redes sociais e tudo mais. (jornalista 1, entrevista concedida).¹⁸

Além do papel desempenhado pela imprensa, a importância de atuação do Poder Público para a continuidade da popularização da modalidade também foi elencada como um elemento primordial que poderia contribuir nesse processo outro fator determinante, citado pelo jornalista 1, foi a difusão da cobertura nas diferentes classes da sociedade, onde o mesmo exemplificou que o basquete acaba não alcançando, por exemplo, as camadas C e D da população, sendo mais frequentemente disseminado nas classes A e B.

Os entrevistados 2 e 4 explicaram que o público consumidor da modalidade ainda pertence a um nicho específico, e acrescentaram que a cultura enraizada do consumo frequente de futebol ainda afasta boa parte do público para longe do basquetebol. Já o entrevistado 3, acredita que a equipe do Basquete Unifacisa já recebia uma repercussão local razoável e, assim como os demais entrevistados, acredita que esse aumento de popularidade está diretamente ligado ao sucesso da equipe no NBB.

¹⁸ Entrevista gravada com o jornalista 1 do Globo Esporte-PB, concedida para a pesquisa no dia 8 de novembro de 2023.

4.4. Tendência de cobertura no futuro:

Tendo em vista que a modalidade ganhou grande adesão nos últimos anos por decorrência do sucesso do Basquete Unifacisa nos principais campeonatos nacionais e considerando que a equipe de Campina Grande-PB tem se fixado como uma potência esportiva da Paraíba, do Nordeste e do Brasil, fez-se necessário questionar os entrevistados sobre a perspectiva de cada um sobre a tendência da cobertura midiática sobre a modalidade para os próximos anos. Entre os quatro entrevistados, a maioria deles se mostrou otimista em relação à evolução da cobertura sobre o Basquete Unifacisa para os próximos anos, onde os mesmos acreditam que a tendência é de que essa abordagem continue crescendo.

A expectativa é muito positiva [...] Se a gente comparar, por exemplo, como era em 2019, 2018, já cresceu bastante e a tendência é que cresça ainda mais [...] Eu vejo um espaço de dois, três, ou quatro anos. Vou botar cinco anos aqui, que é o número fechado, a gente vai estar tratando a Unifacisa muito próximo do que tratamos os grandes times de futebol do estado. (jornalista 1, entrevista concedida).¹⁹

Nas entrevistas, foi possível constatar ainda que a maioria dos entrevistados convergiram no momento de descrever que a continuidade do sucesso esportivo da equipe seria o principal condicionante para a continuidade do aumento da repercussão da mídia sobre a modalidade e sobre o principal time do estado. O jornalista 4 ressaltou que a consistência nos resultados desportivos do Basquete Unifacisa também pode continuar despertando o sentimento coletivo de pertencimento nos adeptos paraibanos, gerando uma adesão maior e, conseqüentemente, uma abordagem midiática mais aprofundada. Ele acrescenta que o G.E tende a continuar acompanhando a modalidade, independente do desempenho da agremiação durante a temporada, não necessariamente considerando o número de audiência do site a todo momento.

Então a Unifacisa estando no topo ou não, nós vamos estar cobrindo. E a tendência é que a gente esteja ao lado do basquete cada vez mais. Eu cito a Unifacisa porque é a equipe da Paraíba, mas a gente tá vendo ligas se formando [...] Para a gente, não é somente acessos [...] Então a tendência para os próximos anos é uma equipe muito consolidada, é um esporte se solidificando e uma cobertura jornalística maior. (jornalista 4, entrevista concedida).²⁰

Apesar da maior parte dos entrevistados nutrir uma perspectiva otimista sobre a tendência da abordagem jornalística sobre a modalidade para os próximos anos, o jornalista 3 relata que, de maneira geral, a progressão ou a diminuição da cobertura irá depender essencialmente das circunstâncias em que o Basquete Unifacisa e a modalidade estiverem inseridas em determinado momento.

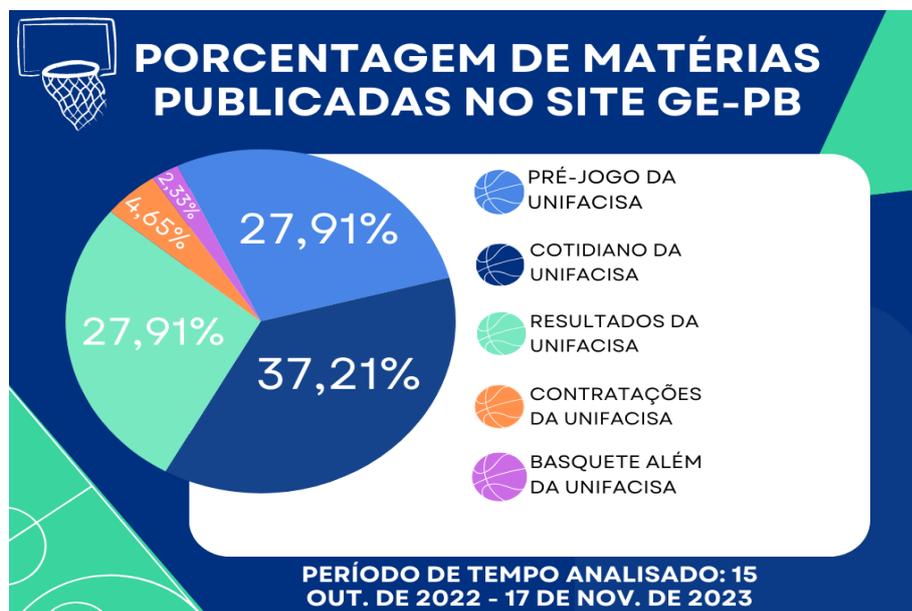
19 Entrevista gravada com o jornalista 1 do Globo Esporte-PB, concedida para a pesquisa no dia 8 de novembro de 2023.

20 Entrevista gravada com o jornalista 4 do Globo Esporte-PB, concedida para a pesquisa no dia 9 de novembro de 2023.

4.5 Análise do site Globo Esporte-PB:

Visando construir uma perspectiva mais esclarecedora sobre a produção de conteúdo jornalístico acerca do Basquete Unifacisa e sobre a modalidade, reunimos e analisamos diversas matérias publicadas no site Globo Esporte-PB (Gráfico 1). As publicações foram selecionadas do período entre dia 15 de outubro de 2022 (estréia da temporada passada do NBB) até o dia 17 de novembro de 2023. O recorte de tempo que corresponde ao material coletado engloba toda a temporada 2022/2023 do NBB e o início da temporada de 2023/2024. No total, foram coletadas 86 matérias apenas do portal GE-PB, que foram distribuídas em 5 categorias: pré-jogo do Basquete Unifacisa, cotidiano do Basquete Unifacisa, resultados dos jogos da Unifacisa, contratações da equipe e material sobre basquete, que não seja especificamente sobre a Unifacisa. A categoria cotidiano engloba matérias sobre renovação de contrato, entrevistas com técnicos e jogadores da equipe, análise do desempenho do time em determinadas competições, preparação para competições e qualquer temática relacionada à Unifacisa que não esteja direcionada para as outras categorias. Esta análise complementa as entrevistas realizadas com profissionais do Globo Esporte - PB, de modo a permitir comparação entre as duas perspectivas (as falas e os achados do site).

Gráfico 1 - Matérias sobre basquete no GE- PB



Fonte: elaboração própria

Durante a análise das publicações feitas no site foi constatada uma tendência em priorizar as matérias sobre cotidiano, pré-jogo e resultados das partidas da Unifacisa. A categoria classificada como cotidiano da equipe teve um total de 32 publicações (37,21%), seguida pelas categorias sobre pré-jogo, com 24 (27,91%), e resultado, também com 24 publicações (27,91%). A quarta categoria mais identificada foi sobre as contratações, com 4 publicações (4,65%) observadas no recorte de tempo. O tópico que menos apareceu na análise foram as matérias sobre o basquete além da Unifacisa, com 2 publicações (2,33%). Essa lacuna na

abordagem geral de outras equipes e campeonatos de basquete evidencia que o público de esportes na Paraíba tende a demorar para consumir o basquete como um todo nos próximos anos. Essa análise corrobora com as entrevistas concedidas pelos profissionais do GE-PB, que ressaltaram que o principal produto permanece sendo o futebol e que o processo para aderir ainda mais ao basquete paraibano, de maneira geral, tende a evoluir gradativamente nos próximos anos.

Figura 1 - matéria de além da Unifacisa



Fonte: captura de tela

Apesar do futebol permanecer como prioridade da redação, a frequência mensal das publicações sobre a Unifacisa apresenta números razoáveis, com abordagens que podem entregar a quantidade de informação necessária para os fãs da principal equipe da Paraíba. No entanto, a quantidade de matérias sobre o basquete em geral, excluindo a Unifacisa, apresenta números desproporcionalmente menores se comparados com o restante das categorias. A frequência de matérias sobre contratações da equipe permanece abaixo das três primeiras categorias. No entanto, o material acerca das contratações da equipe está condicionado, sobretudo, aos movimentos do time no mercado. Essa baixa quantidade de matérias sobre contratações pode ser atenuada com as publicações, que os profissionais do GE-PB costumam fazer, sobre a apresentação do elenco (figura 2).

Figura 2 - Destaque para as contratações



Fonte: captura de tela

Cabe salientar que mesmo efetuando as buscas pelas palavras “basquete, Paraíba, Unifacisa”, algumas publicações, produzidas pelas redações do GE de outros estados, acabaram aparecendo na filtragem. Este tipo de publicação foi desconsiderado na análise, tendo em vista que a temática do trabalho está diretamente voltada para o conteúdo noticioso que é produzido sobre o basquete paraibano. Durante o processo de busca pelo site, houveram ainda materiais (figura 3) expostos que não correspondiam aos critérios de análise explorados.

Figura 3 - Vídeos do GloboPlay



Fonte: captura de tela

O material exibido na figura 3, por exemplo, poderia se encaixar na categoria cotidiano, mas foi desconsiderado por não estar disponível no formato de matéria do portal (texto corrido com mais informações) e por apenas redirecionar o leitor para o conteúdo exibido pela emissora de TV, disponível no Globoplay. Cabe ressaltar que o material exibido pela TV também pode proporcionar ao telespectador a experiência de se informar sobre a principal equipe de basquete da Paraíba, mas o formato do site foi priorizado pelo fato de permitir que as matérias possam ser revisitadas por tempo indeterminado, ao contrário das exibições exclusivas da emissora televisiva.

6 CONCLUSÕES

Este estudo buscou compreender as dificuldades e especificidades enfrentadas pela imprensa que se propõe a cobrir o basquete paraibano em meio a popularização gradual da modalidade observada em Campina Grande-PB. Em um primeiro momento, nos baseamos em pesquisas teóricas para solidificar e complexificar o debate e a visão sobre o basquete em geral, além de abordarmos conceitos de jornalismo esportivo e digital. Ainda durante o estudo bibliográfico, buscamos compreender a relação do brasileiro com a modalidade e como o país continua tendo o futebol como sua preferência essencial de consumo. Apesar da disparidade entre as modalidades, constatamos um movimento de popularização do basquete em Campina Grande-PB que acompanha o sucesso desportivo do

Basquete Unifacisa (equipe que vem acumulando participações consistentes no Novo Basquete Brasil e em algumas competições internacionais nos últimos anos). Mesmo com o progresso desportivo do time indo na contramão da situação dos principais clubes de futebol da Paraíba, notamos que a imprensa, de maneira geral, continua pautada pelo interesse do público (ou por estratégias editoriais) acerca do futebol e que essa abordagem está diretamente ligada com a procura do público sobre a modalidade.

Nos estudos sobre os conceitos que englobam o jornalismo esportivo no meio digital, identificamos uma tendência do público em absorver informações de maneira passiva através da internet. Esse padrão abre espaço para que os consumidores tenham acesso a matérias impregnadas com uma abordagem que irá priorizar, na maioria das vezes, apenas o futebol. Tal estratégia evidencia como boa parte das redações permanecem presas na monocultura esportiva, repercutindo apenas futebol para o público, além de demonstrarem a dificuldade que a imprensa tem em diversificar as próprias fontes de renda no meio digital, uma vez que o modelo financeiro tradicional (venda de exemplares e assinaturas pagas pelos leitores) da indústria do jornalismo está praticamente em desuso nos dias atuais.

A disparidade entre a popularidade futebol e basquete está enraizada na cultura dos paraibanos, mas pode ser observada também na diferença de investimentos em cada modalidade, sendo que o Poder Público, conforme a análise de Gaudin (2007), não tem investido de maneira consistente no provimento de estruturas que permitam a prática do basquetebol de maneira básica em todo o território brasileiro. Ainda durante os estudos, foi observado que o produto basquete ainda não se solidificou no Brasil e isso tem afetado o pilar financeiro que sustenta a modalidade, sendo possível citar diversos casos de times que abriram mão de continuar participando de torneios nacionais importantes por falta de recursos. Em meio a um cenário de poucas oportunidades para o basquete no Brasil, a comunicação pode ser utilizada como ponte para criar relações entre as competições/equipes e o consumidor.

No entanto, durante as pesquisas, ainda não foram constatadas ações consistentes por parte da Liga Nacional de Basquete (LNB) para levar a própria marca e o próprio esporte para regiões diversas do país. No processo de pesquisa, observamos como exemplo positivo o caso da NBA Brasil, que consegue aproximar o público brasileiro da liga americana através da comunicação e de ações realizadas fora da internet. Mesmo com uma forte diferença cultural, a NBA Brasil consegue contribuir com o fortalecimento da marca estrangeira no mercado do entretenimento esportivo do Brasil. Ao longo do estudo, propusemos a reflexão: se uma marca americana consegue utilizar da comunicação para promover e fortalecer um produto estrangeiro em solo brasileiro então porque a própria LNB ainda não conseguiu desenvolver projetos parecidos para levar a marca nacional aos públicos diversos espalhados pelas regiões do Brasil?

Durante a pesquisa, foi constatado que boa parte da imprensa, mesmo com seu poder de influência sobre a sociedade, ainda lastreia suas demandas na quantidade de procura gerada pelos leitores sobre determinado tema, as métricas. Ou seja, os veículos que geralmente teriam o poder de pautar os assuntos que terão maior visibilidade na sociedade também estão sendo pautados pelas demandas criadas pelo próprio público. No entanto, essa análise não se aplica em 100% do conteúdo produzido pelos sites de imprensa esportiva da atualidade que apresentaram, em algumas situações pontuais, matérias que fogem do padrão corriqueiro de produção sobre futebol. Analisando o site do GE-PB, é notável que a

demanda por futebol domina boa parte das publicações do portal, mas ao utilizar as matérias sobre basquete como exemplo, será possível identificar um padrão baseado na produção sobre pré-jogo, resultados e cotidiano do Basquete Unifacisa, tendo poucas abordagens sobre o basquete paraibano e suas competições.

Nas entrevistas realizadas com profissionais de imprensa, do site Globo Esporte-PB, foram identificados padrões semelhantes na perspectiva dos jornalistas sobre a tendência da evolução da cobertura midiática sobre o basquete e também acerca da principal equipe paraibana para os próximos anos. Considerando que a maioria dos entrevistados apontou um aumento gradual na popularidade da modalidade em um futuro próximo, é possível assumir que esse esporte vem alcançando proporções que provavelmente irão exigir um olhar mais aprofundado e uma cobertura mais abrangente por parte da imprensa. Do ponto de vista esportivo, a ascensão do basquete pode alçar o esporte da Paraíba para níveis ainda maiores, tendo em vista que a maioria dos clubes de futebol, que são o carro-chefe desportivo, noticioso e a grande preferência do público, ainda permanecem aquém na disputa de competições nacionais. Enquanto isso, a equipe de basquetebol que não tem a mesma repercussão e apelo popular dos paraibanos segue acumulando boas campanhas em torneios nacionais e disputando até mesmo competições estrangeiras, levando o nome da cidade e do Estado para Brasil e continente.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Dayvson Victor. **Entrevista 01**. [junho de 2023]. Entrevistador: José Daniel Vidal dos Santos. Campina Grande-PB, 2023.

ARAÚJO, Mariah de Almeida. **Convergência Jornalística: A Produção de Conteúdo no Núcleo Multiplataforma de Esportes da Rede Paraíba de Comunicação**, 2015. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Paraíba, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/7978/2/arquivototal.pdf>>. Acesso em 31 de maio de 2023.

ASSOCIAÇÃO PARAIBANA DE BASQUETE. **A história do basquete na Paraíba**, 2023. Disponível em: <<https://basqueteparaiba.com/>>. Acesso em 9 de outubro de 2023.

BAND, Esporte na. **MAGNUS X CORINTHIANS - FINAL DO PAULISTA DE FUTSAL**. 1º de outubro de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=c7yF2u7gneA>>. Acesso em 11 de outubro de 2023.

BAZZAN, Alexandre. **Brasil ainda é a pátria de chuteiras**. Contraponto: Jornal Laboratório do Curso de Jornalismo, PUC-SP, 2010. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/contraponto/article/viewFile/6574/4776>>. Acesso em: 08 de outubro de 2023.

BRASIL, Novo Basquete. **Finais NBB 22/23** - Jogo 5 | Sesi Franca X São Paulo NBB15. 15 de junho de 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gqQf2UNb1_U>. Acesso em 11 de outubro de 2023,

BRASIL, Novo Basquete. **VOCÊ SABE O QUE É A LDB (LIGA DE DESENVOLVIMENTO)?**. 18 de julho de 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nYHGqXXkbgw>>. Acesso em 17 de outubro de 2023.

CARNEIRO, Átila Viana. **Basquetebol como instrumento de inclusão e desenvolvimento social**, 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) - Centro Universitário de Brasília (Uniceub), Brasília, Distrito Federal, 2007. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1485/2/20225844.pdf>>. Acesso em 4 de outubro de 2023.

CARVALHO, Douglas Moreira de. **NBA no país do futebol: as práticas de consumo e o relacionamento do torcedor brasileiro com a Liga Americana de Basquete**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, Rio Grande do Norte, 2023. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/53237>>. Acesso em 10 de outubro de 2023.

CAMPINENSE planeja início da temporada 2023 com redução de mais de 50% da folha salarial. Globo Esporte, 2 de setembro de 2022. Disponível em: <<https://ge.globo.com/pb/futebol/times/campinense/noticia/2022/09/02/campinense-planeja-inicio-da-temporada-2023-com-reducao-de-mais-de-50percent-da-folha-salarial.ghtml>>. Acesso em 04 de dezembro de 2023.

CONFEDERAÇÃO tira chancela do NBB, e Campeonato Brasileiro de basquete fica indefinido. Globo Esporte, 29 de junho de 2023. Disponível em: <<https://ge.globo.com/basquete/noticia/2023/06/29/confederacao-tira-chancela-do-nbb-e-campeonato-brasileiro-de-basquete-fica-indefinido.ghtml>>. Acesso de 04 de novembro de 2023.

FRANGE, Marcelo Bechara SN. **A Produção do Jornalismo Esportivo Digital na Atualidade**, 2016. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1106-1.pdf>>. Acesso em 10 de setembro de 2023.

GAUDIN, Benoit Claude Pierre. O basquete no país do futebol, 2007. Dossiê - **Revista de Ciências Sociais**, v. 38. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/10181/1/2007_art_bcpgaudin.pdf>. Acesso em 10 de agosto de 2023.

HIRATA, Edson; PILATTI, Luiz Alberto. Análise do potencial mercantil do basquete brasileiro. **Revista Digital-Buenos Aires**. ano, v. 10, 2004. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/profile/Edson-Hirata/publication/28077179_Analise_d_o_potencial_mercantil_do_basquete_brasileiro/links/5930e0daa6fdcc89e7846d38/Analise-do-potencial-mercantil-do-basquete-brasileiro.pdf>. Acesso em 4 de outubro de 2023.

HIRATA, Edson. **Liga forte, clubes fracos**: a espetacularização do basquete masculino brasileiro. 2022. p.16-160. Disponível em: <<https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/29090/1/ligafortecclubesfracos.pdf>>. Acesso em 22 de outubro de 2023.

HOHLFELDT, A. Os estudos sobre a hipótese de agendamento. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 4, n. 7, p. 42–51, 2008. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/2983>>. Acesso em: 18 de outubro de 2023.

JUNIOR, Carlos Augusto Tavares. Jornalismo esportivo: o que é. **Pauta Geral**, v. 4, n. 2, p. 38-59, 2017. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6199434.pdf>>. Acesso em 10 de setembro de 2023.

LACERDA, Raniery Soares. **Para além do futebol**: a visibilidade dos outros esportes no jornalismo esportivo de televisão em João Pessoa, 2020. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Paraíba, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/20679/1/RanierySoaresLacerda_Dissert.pdf>. Acesso em 31 de maio de 2023.

LEÃO, Pedro Henrique Santarosa Quiste. **A liga das celebridades: as transformações dos jogadores e dos jornalistas na NBA**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás), 2021. Disponível em: <<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2620/1/Trabalho%20te%c3%b3rico%20-%20Pedro%20Henrique.pdf>>. Acesso em 13 de outubro de 2023.

MALULY, Luciano Victor Barros. Jornalismo esportivo: desafios e propostas. In: **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Caxias do Sul. 2015. Disponível em: <<https://cev.org.br/media/biblioteca/4036477.pdf>>. Acesso em 20 de outubro de 2023.

NETO, Amaury Floriano Portugal; FORTE, Sergio Henrique Arruda Cavalcante. Avaliação de risco no processo de internacionalização da NBA no Brasil. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext)**, v. 15, n. 1, p. 71-87, 2020. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5575/557563980005/557563980005.pdf>>. Acesso em 17 de outubro de 2023.

OLIVEIRA, Iago Sarinho et al. **Cobertura mediada e pandemia da covid-19**: A atuação das assessorias de clubes paraibanos no agendamento da mídia esportiva, 2021. Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, Paraíba, 2021.

PASSOS, Joaquim Silva. **Entrevista 02**. [junho de 2023]. Entrevistador: José Daniel Vidal dos Santos. Campina Grande-PB, 2023.

PODCAST, É Cesta. **CONVIDADOS: HELOYSA GUEDES E MATHEUS CHAVES - EP04**, 2023. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=1YsnXhuNPf8> >. Acesso em 22 de outubro de 2023.

RASÊRA, Marcella. Jornalismo digital: do boom aos dias atuais. **ÍCONE**, v. 12, n. 1, p.1-9, 2010.

REPUCOM, Ibope. **Volume de Fãs de Basquete triplica entre brasileiros conectados na última década**. 1º de setembro de 2022. Disponível em: <<https://www.iboperepucom.com/br/noticias/volume-de-fas-de-basquete-triplica-entre-brasileiros-conectados/>>. Acesso em 11 de outubro de 2023.

SILVA, Caio Gasparetto. **A Popularização do Basquete no Brasil Por Meio das Redes Sociais da NBA Brasil**, 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) - Centro Universitário Sagrado Coração, Bauru, São Paulo, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.unisagrado.edu.br/jspui/bitstream/handle/419/1/A%20POPULARIZA%C3%87%C3%83O%20DO%20BASQUETE%20NO%20BRASIL%20POR%20MEO%20DAS%20REDES%20SOCIAIS%20DA%20NBA%20BRASIL>>. Acesso em 31 de maio de 2023.

TEIXEIRA, Vítor Daniel Claudino Martins. **DA TELA DA TV PARA O MEIO DESSE POVO: A cobertura multiplataforma nos jogos do Novo Basquete Brasil**, 2021. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Paraíba, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/22090/1/V%c3%adorDanielClaudinoMartinsTeixeira_Dissert.pdf>. Acesso em 31 de maio de 2023.

TREZE define teto de R\$ 150 mil para a folha salarial do elenco. **Globo Esporte**, 26 de novembro de 2022. Disponível em: < <https://ge.globo.com/pb/futebol/times/treze/noticia/2022/11/26/treze-define-teto-de-r-150-mil-para-a-folha-salarial-do-elenco.ghtml> >. Acesso em 04 de dezembro de 2023.

Twitter Will Lose More than 32 Million Users Worldwide by 2024 Amid Turmoil. Insider Intelligence, 13 de dezembro de 2022. Disponível em: < <https://www.insiderintelligence.com/press-releases/twitter-will-lose-more-than-32-million-users-worldwide-by-2024-amid-turmoil/> >. Acesso em 4 de dezembro de 2023.

UNIFACISA. Basquete Unifacisa, [s.d.]. **Documentos**. Disponível em: <<https://basqueteunifacisa.com.br/documentos>>. Acesso em 04 de dez.de 2023.

VECCHIOLI, Demétrio. **Universidade se espelha nos EUA para unir a Paraíba em torno do basquete**. UOL, 7 de julho de 2020. Disponível em <<https://www.uol.com.br/esporte/colunas/olhar-olimpico/2020/07/07/unifacisa.htm>>. Acesso em 1º de junho de 2023

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, a Deus por me dar forças e me permitir concluir esse Trabalho de Conclusão de Curso. Sem a intervenção dele, nada disso teria acontecido. Também sou extremamente grato a minha mãe, Francisca Josilda Dutra Vidal, que é minha grande inspiração e também a pessoa que mais amo em minha vida. Também gostaria de agradecer as demais pessoas que amo, familiares e amigos. Sem o suporte deles, a caminhada teria sido ainda mais difícil. Também sou grato ao professor Rafael Melo que me ajudou na escolha do tema e me fez enxergar o quanto essa pesquisa é necessária para o meio acadêmico e para o jornalismo esportivo local. Também gostaria de demonstrar minha gratidão ao professor Dr. Fernando Firmino que me orientou muito bem durante o processo de produção do artigo e aos profissionais de imprensa que aceitaram conceder entrevistas para o meu trabalho.

APÊNDICE - roteiro de entrevista

1- Qual sua avaliação sobre a cobertura do Globo Esporte-PB e dos outros portais de esporte sobre o basquete na Paraíba nos últimos anos?

2- Por que as pautas sobre basquete ainda são menos recorrentes no G.E-PB mesmo com o aumento gradual da popularidade da modalidade nos últimos anos?

3- De quê forma a imprensa pode contribuir com a popularização do basquete na Paraíba?

4- De quê maneira a assessoria de imprensa do Basquete Unifacisa tem ajudado os jornalistas na produção de matérias sobre a equipe?

5- Quais as principais dificuldades enfrentadas na produção de matérias relacionadas ao basquete?

6- De quê maneira você acredita que a NBB, como entidade nacional, poderia melhorar a visibilidade do basquete aqui na Paraíba?

7- Como vocês pretendem expandir a abordagem jornalística sobre o basquete na Paraíba?

8- Qual sua perspectiva sobre a evolução da cobertura midiática sobre o basquete na Paraíba nos próximos anos?