



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

RELATÓRIO

GEOVANNA TEIXEIRA NASCIMENTO

**JORNALISMO E A MEMÓRIA SOCIAL DO BASQUETE EM CAMPINA:
PODCAST É CESTA**

JOÃO PESSOA – PB

2023

GEOVANNA TEIXEIRA NASCIMENTO

**JORNALISMO E A MEMÓRIA SOCIAL DO BASQUETE EM CAMPINA:
PODCAST É CESTA**

Trabalho apresentado ao Programa de Pósgraduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo, na Área de Concentração *Produção Jornalística* e na Linha de Pesquisa *Processos, Práticas e Produtos*.

Orientadora: Dra. Fabiana de Siqueira

JOÃO PESSOA – PB

2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

N244j Nascimento, Geovanna Teixeira.
Jornalismo e a memória social do basquete em Campina
: Podcast é Cesta / Geovanna Teixeira Nascimento. -
João Pessoa, 2023.
72 f. : il.

Orientação: Fabiana de Siqueira.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. Jornalismo esportivo. 2. Rede Ita. 3. Basquete
Unifacisa - Campina Grande (PB). 4. Memória social. I.
Siqueira, Fabiana de. II. Título.

UFPB/BC

CDU 070:796(043)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO | PPJ



ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Aos vinte e um dias do mês de agosto de 2023, às 09 horas, foi realizada, por videoconferência, através da plataforma Google Meet®, em sessão pública, Banca de Defesa de Dissertação de Mestrado da aluna **GEOVANNA TEIXEIRA NASCIMENTO**, sob a matrícula **20211006734**, cuja pesquisa intitula-se “**A MEMÓRIA SOCIAL DO BASQUETE EM CAMPINA GRANDE: COMO A REDE ITA, UMA EMISSORA DE TV ABERTA E LOCAL, PODE TER COLABORADO PARA ESTA CULTURA**”, para obtenção do título de Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.

AVALIAÇÃO:

Aprovada () Reprovada () Insuficiente

As observações sobre o trabalho acadêmico encontram-se no verso desta ata.

COMISSÃO EXAMINADORA:


Prof(a). Dr(a). **Fabiana Cardoso de Siqueira**
Presidente


Prof(a). Dr(a). **Paula de Souza Paes**
Examinador(a) Interno(a)


Prof(a). Dr(a). **Lígia Coeli Silva Rodrigues**
Examinador(a) Externo(a) ao Programa

*Dedico este trabalho ao meu filho Pedro
Teixeira, a criança mais inteligente que já
conheci. Meu grande incentivador e motivação
para não desistir.*

AGRADECIMENTOS

Nominar a quem agradecer por algo é sempre muito difícil, especialmente quando há muitas pessoas envolvidas em uma trajetória como esta, da conclusão do meu mestrado em jornalismo.

De início, como todo e bom clichê, agradeço à minha família imediata, que nunca colocou limites nos meus sonhos. Deixo o meu agradecimento à minha mãe, Patrícia do Nascimento, por sua perseverança e dedicação, que são fontes inesgotáveis de inspiração para mim. Ao meu pai, Jadeilson Teixeira Faustino, por me ensinar, do seu jeitinho, que há muitas formas de se demonstrar amor. Aos meus irmãos, Jadeilson Júnior e Maria Luiza, por sempre serem meu suporte quando necessário. Ser família é isso.

Iniciar o mestrado durante o primeiro ano da pandemia da Covid-19, isolada em casa e com o meu filho pequeno ao longo de todo o processo, desde a elaboração do projeto até a finalização desta pesquisa, foi extremamente desafiador. Mas, ao meu lado tive alguém que enxugou minhas lágrimas com um pano de prato e me disse *“mamãe, eu te amo, me orgulho de você”*. Ao meu filho amado, Pedro Teixeira Miro, companheiro fiel durante as aulas da graduação e agora seguiu comigo em todas as aulas de mais uma pós-graduação, agradeço e dedico este trabalho. O peso da maternidade solitária se paga ao notar o quão amável, querido e inteligente ele é.

Não poderia deixar de agradecer ao meu noivo, Victor Melo Costa, que embarcou nesta missão comigo e, mesmo com a distância, se fez presente em todos os momentos da minha trajetória no mestrado. Tenho a sorte de ter ao meu lado alguém que posso admirar e ser admirada, incentivar e ser incentivada.

Agradeço também a todos os mestres que, no sentido literal da palavra, se fizeram presentes em mais um capítulo da minha trajetória acadêmica. Aos professores do PPJ, todo o meu agradecimento, carinho e admiração. Em especial à minha orientadora, Fabiana Cardoso de Siqueira, por compartilhar comigo sua dedicação, inteligência e doçura. Espero, um dia, ser uma professora tão inspiradora como és para mim. Agradeço a disponibilidade de sempre e a vontade de fazer acontecer.

Aos meus colegas de classe, que por mais que a nossa classe tenha sido o Google Meet, sempre os senti perto de mim. Agradeço o companheirismo e amizade que construímos durante todos os momentos do mestrado, ciente de que no futuro seguiremos juntos, como amigos e agora mestres.

Por fim, agradeço às amigas Ingrid Olinto, Thaíse Ariadne e Kemilly Thayná, que mesmo não fazendo parte do núcleo do mestrado, foram grandes incentivadoras para que eu realizasse mais este sonho.

Tudo pode ser, se quiser será, o sonho sempre vem pra quem sonhar. Tudo pode ser, só basta acreditar, tudo que tiver que ser será.

Lua de Cristal – Michael Sullivan

RESUMO

A Rede Ita é afiliada da TV Cultura em Campina Grande, na Paraíba, e desde 2012 dedica uma parte da programação para a cobertura diária e a transmissão de jogos do Basquete Unifacisa, sendo a primeira emissora de TV aberta da Paraíba a transmitir jogos da modalidade com frequência à população. O presente trabalho tem como objetivo compreender como a Rede Ita (antiga TV Itararé) contribuiu para a criação da cultura do basquete na cidade e para isso foi elaborada uma série com quatro podcast's intitulada "Podcast É Cesta!", no formato "mesacast", gravado em um estúdio, presencialmente, com sete entrevistados. O trabalho foi feito, primeiramente, a partir da busca de referencial teórico sobre jornalismo e memória, jornalismo esportivo, transmissões televisivas esportivas e processos de elaboração de podcasts. Como resultado do presente estudo, compreendemos como a emissora campinense colaborou para a popularização do basquete em Campina Grande, sendo um importante agente na construção da cultura do basquete na cidade, através de matérias didáticos sobre a modalidade, transmissões de jogos e reportagens especiais. O produto final, com os quatro programas, foi disponibilizado no Youtube e em plataformas de *streaming* de forma gratuita: <https://linktr.ee/podcastecesta>

Palavras-chave: Jornalismo esportivo; Rede Ita; Basquete Unifacisa; Campina Grande; Memória Social.

ABSTRACT

Rede Ita is an affiliate of TV Cultura in Campina Grande, Paraíba, and since 2012 dedicates part of its programming to daily coverage and transmission of Basquete Unifacisa games, being the first open TV station in Paraíba to broadcast games consistently modality for the population. The present work aims to understand how Rede Ita (former TV Itararé) contributed to the creation of basketball culture in the city and for this purpose a series with four podcasts entitled "Podcast É Cesta!" recorded in a studio, in person, with seven interviewees. The work was done, firstly, from the search for a theoretical framework on journalism and memory, sports journalism, sports television broadcasts and podcasts elaboration processes. As a result of the present study, we understand how the broadcaster from Campinas contributed to the popularization of basketball in Campina Grande, being an important agent in the construction of basketball culture in the city, through didactic materials about the modality, game broadcasts and special reports. The final product, with the four programs, is available on Youtube and streaming platforms for free: <https://linktr.ee/podcastcesta>

Key words: Sports journalism; Rede Ita; Basquete Unifacisa; Campina Grande; Social Memory.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|--|-----------|
| Figura 1 - Postagem do programa Itararé Esportes sobre transmissão do Basquete Unifacisa em 2015..... | 24 |
| Figura 2 - Telespectador posta mensagem sobre a transmissão de partida de basquete pela TV Itararé (hoje Rede Ita), em 2014..... | 26 |
| Figura 3 - Anúncio de transmissão de partidas do Basquete Unifacisa pela TV Itararé, em 2016 | 27 |
| Figura 4 - Atleta de basquete compartilhando nas redes sociais sobre sua participação no programa Itararé Esportes, em 2014 | 29 |
| Figura 5 - Logotipo do Podcast É Cesta!..... | 38 |
| Figura 6 - Caneca dada de presente aos convidados do Podcast É Cesta!..... | 40 |
| Figura 7 - Cenário para a gravação do Podcast É Cesta!..... | 41 |
| Figura 8 - Imagem do estúdio em que aconteceram as gravações do Podcast É Cesta!..... | 42 |
| Figura 9 - Cenário com bola de basquete para a gravação do Podcast É Cesta!..... | 43 |
| Figura 10 - Com os entrevistados Rafael Costa e Ademar Trigueiro, após a gravação do primeiro episódio do Podcast É Cesta!..... | 44 |
| Figura 11 - Mayara Diniz e Betson Silva, após a gravação do segundo episódio do Podcast É Cesta!..... | 47 |
| Figura 12 - Com Gustavo Carneiro, após a gravação do terceiro episódio do Podcast É Cesta!..... | 50 |
| Figura 13 - Com Heloysa Guedes e Matheus Chaves, após a gravação do quarto e último episódio do Podcast É Cesta!..... | 52 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 11 |
| 2 JORNALISMO E MEMÓRIA..... | 14 |
| 2.1 A atuação do jornalista neste processo..... | 15 |
| 3 JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL..... | 19 |
| 3.1 Basquete no Brasil e na TV..... | 23 |
| 3.2 O jornalismo esportivo de televisão e a transmissão do basquete em Campina Grande.. | 25 |
| 4 O PODCAST..... | 34 |
| 4.1 Podcast e jornalismo..... | 36 |
| 4.2 Podcast como um veículo de comunicação esportiva..... | 37 |
| 5 A ELABORAÇÃO DO PRODUTO RESULTANTE DESTA PESQUISA: O PODCAST É CESTA!..... | 40 |
| 5.1 O agendamento das fontes para as duas primeiras gravações..... | 42 |
| 5.2 O <i>presskit</i> para os convidados do podcast..... | 44 |
| 5.3 A gravação dos dois primeiros programas do Podcast É Cesta!..... | 45 |
| 5.4 A produção do terceiro e quarto programa do Podcast É Cesta!..... | 51 |
| 5.5 A edição e ajustes finais do Podcast É Cesta!..... | 56 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 57 |
| REFERÊNCIAS..... | 59 |
| APÊNDICE A..... | 62 |
| APÊNDICE B..... | 66 |

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda a relação do basquete com os amantes do esporte em Campina Grande, na Paraíba, tendo uma emissora de televisão como o elo entre os dois pontos. A ligação entre esporte e mídia no Brasil é algo que tem força, muito disso proporcionado pelo que o rádio representou na disseminação de jogos de futebol através das ondas radiofônicas por todo o país, em meados da década de 1950. Com a chegada da televisão no Brasil, as transmissões esportivas ganharam um outro patamar, agora com imagem além do som, o que proporcionou ainda mais o estreitamento da relação entre o receptor e o conteúdo esportivo.

É inegável que o futebol é a modalidade que mais tem prestígio na televisão brasileira. Além das transmissões de partidas ao vivo, esta é a modalidade que nitidamente tem mais pautas convertidas em matérias nos telejornais esportivos, ocupando, assim, a maior parte do horário destinado ao esporte, especialmente quando falamos da TV aberta.

No país do futebol, quebrar a hegemonia do maior esporte praticado no Brasil e dar protagonismo para outra modalidade não costuma ser uma prática comum nas emissoras. A valorização do basquete na TV aberta, dando mais destaque para a modalidade do que para o futebol, é algo raro. Há exemplos pontuais, como a Rede Ita, afiliada da TV Cultura na Paraíba, que desde 2012 realiza a cobertura do basquete em Campina Grande, Agreste da Paraíba.

Indo na contramão do que acontece nas demais emissoras de televisão aberta nos âmbitos regionais e até mesmo nacionalmente, a emissora local transmite jogos completos do Basquete Unifacisa, equipe também de Campina Grande e que atualmente disputa o Novo Basquete Brasil (NBB), a maior competição de basquete do país. Além da transmissão das partidas ao vivo e *in loco*, a Rede Ita também dedica mais espaço nos seus telejornais ao basquete, em especial o Ita Esportes, programa esportivo exibido de segunda a sexta às 19h.

Seguindo na direção oposta às outras emissoras da Paraíba, a Rede Ita e o seu departamento de esportes têm forte identificação com o basquete, em especial no acompanhamento de treinos e jogos do Basquete Unifacisa. A emissora campinense, que em 2022 fez uma mudança no nome e na grade de programação, se destaca no sentido de cobrir o basquete na TV aberta, uma vez que a modalidade, de um modo geral, não costuma ter o mesmo prestígio jornalístico nas outras empresas jornalísticas de televisão do estado.

Através das transmissões dos jogos e de matérias distribuídas pela grade de programação, é visível que há um esforço para que o telespectador da Rede Ita saiba como funciona o universo do basquete. Esta pesquisa tem como objetivo responder ao seguinte

questionamento: como a Rede Ita colabora com a construção da memória social em torno da cultura do basquete em Campina Grande?

Desta forma, este estudo se propõe a responder a pergunta problema analisando o trabalho jornalístico desenvolvido pela Rede Ita e seus impactos na sociedade. O trabalho é feito a partir da elaboração de um podcast, chamado Podcast É Cesta!. Foram elaborados quatro episódios, com sete convidados no total, com pautas que giram em torno da colaboração da Rede Ita (antiga TV Itararé) para a divulgação do basquete em Campina Grande.

A motivação principal deste trabalho é apresentar à sociedade como uma emissora do interior da Paraíba passou a valorizar o basquete, mesmo com fortes influências do futebol, indo na contramão do óbvio quando se trata de cobertura esportiva no Brasil, que costuma destacar a modalidade mais popular no país, o futebol.

Assim como um panorama macro, eu também fui exposta primeiro ao futebol quando o assunto é jornalismo esportivo local. E comecei a minha carreira trabalhando com a modalidade esportiva mais famosa do Brasil. No entanto, ao me deparar com o mundo mágico do basquete, confesso que me apaixonei. A modalidade é instigante, acelerada, dinâmica e muito envolvente.

Como jornalista, passei a me questionar a razão de não ter tantos adeptos no país acompanhando o basquete de um modo geral e me deparei com uma realidade nacional, que também se aplica no âmbito local: a cobertura jornalística e a propagação de informações sobre o universo do basquete é mínima quando comparado ao futebol, por exemplo.

Então, deste modo, percebi que remando contra esta maré tinha uma emissora da TV aberta em Campina Grande que se propunha a cobrir a modalidade e dar destaque em sua programação para o basquete. E aí eu pensei: - Por que não estudar esta situação?

Este trabalho tem sua relevância por permitir investigar sobre uma temática ainda não abordada, como a cobertura esportiva voltada ao basquete realizada por uma emissora de televisão paraibana aberta e seu impacto na construção da memória social da cidade de Campina Grande.

No próximo capítulo deste estudo são abordados os conceitos de memória, memória individual, memória social e memória coletiva. É também discutido o papel exercido pelo jornalismo na sociedade e a importância social que este campo do saber tem na construção de memórias.

No capítulo três, é possível conhecer um pouco mais dos caminhos do basquete na televisão brasileira e é traçado um comparativo com o futebol. No mesmo capítulo é

apresentado o objeto de estudo da presente pesquisa, a Rede Ita e a cobertura do Basquete Unifacisa.

O capítulo quatro traz aspectos sobre a metodologia deste estudo, o conceito de podcast e os processos de elaboração deste formato. Já no capítulo cinco, são apresentadas as etapas de produção do "Podcast É Cesta!", desde a fase de planejamento, passando pelo alinhamento de pautas, procura por estúdio, convite aos entrevistados e gravações.

Por fim, nas considerações finais, é possível compreender como a Rede Ita atuou na popularização do basquete em Campina Grande, sendo um importante agente na construção da cultura do basquete na cidade, através de matérias didáticas sobre a modalidade, transmissões de jogos e reportagens especiais.

2 JORNALISMO E MEMÓRIA

O que é memória? Costumamos chamar de memória tudo aquilo que guardamos em nossa mente, um CD antigo, uma roupa que lembra um momento especial, recortes de jornais, revistas e por aí vai. Há conceituações mais poéticas, como “Sem memória não há vida. É possível, inclusive, dizer que a vida é uma sequência de memórias” (IZQUIERDO, 2014). Já Le Goff (1990) aponta que a memória e história não são a mesma coisa, mas a história é um dos objetos da memória e que ao mesmo tempo possui um papel na elaboração histórica.

Há três concepções de memória, sendo elas: memória individual, memória coletiva e memória social. De acordo com Gondar (2008), a memória coletiva nas sociedades sem escrita estava mais ligada a alguns interesses, como a idade do grupo, genealogias e o saber técnico. O desenvolvimento da escrita foi um dos fatores essenciais para a transformação da memória coletiva para a memória social devido à possibilidade de registro. Ao conceituar memória individual, a autora cita diversos nomes da história e psicologia, incluindo Freud, chegando à conclusão que a memória individual e memória social não se separam.

E o jornalismo, o que é? Algo tão presente no nosso dia a dia e essencial para a sociedade, o jornalismo está intrínseco em nossas vidas há muito tempo. Mais do que papéis com textos feitos em tipo móveis, o jornalismo ao longo dos anos se reinventou, se adaptou, mudou, agregou, mas sempre se manteve como um importante canal para a sociedade saber o que acontece ao seu redor e no mundo, independente do tipo de informação.

O jornalismo relata a sociedade e, através dos seus meios de comunicação, transmite conhecimento enquanto faz esse registro. “O Jornalismo serve, ao mesmo tempo, para conhecer e para reconhecer” (MEDITSH, 2002, p.17). Ao noticiar, o jornalismo exerce um trabalho quase que pedagógico na produção e reprodução de conhecimento, como afirma Meditsh (2002).

Lage (2001) faz um resgate histórico da importância do jornalismo:

Quando o jornalismo surgiu, no início do século XVII, o paradigma do texto informativo era o discurso retórico, empregado desde tempos remotos para a exaltação do Estado ou da fé. As línguas nacionais europeias vinham seguindo, cada qual com seus grandes autores literários (Camões em Portugal; Cervantes e Quevedo na Espanha; Shakespeare e Milton na Inglaterra; Racine e Molière na França) - e este era o padrão que se buscava imitar. (LAGE, 2001, p.9)

Segundo Lage (2001), os primeiros jornais impressos tinham um viés mais elitista, com informativos ligados à burguesia e os jornalistas eram os responsáveis pela divulgação desta linha de pensamento. Passado um período, os aristocratas eram quem faziam as edições

de jornais, mas seguiam a lógica anterior e tinham seus ideais divulgados nos periódicos. O jornalismo, em seu início, tinha o que Lage (2001) chama de "Publicismo".

Para Traquina (2000), o campo jornalístico começou a ganhar força à medida que o capitalismo foi se desenvolvendo e assim esse crescimento nas sociedades ocidentais passou a ganhar vertentes de industrialização, educação em massa, o avançar da tecnologia, entre outras mudanças que ocorreram durante o século XIX. Ao longo dos anos, o jornalismo foi ganhando destaque em seu papel na sociedade, sendo essencial inclusive para definir o que é relevante para ser mostrado à população. Nesse contexto, o jornalista assumiu a função de *gatekeeper*. Como afirma Fotios (2016), o *gatekeeper* é um detentor da informação e é de seu poder a opção de noticiar ou não nos grupos de mídia.

A metáfora do *gatekeeper* ofereceu aos primeiros pesquisadores em comunicação um modelo para avaliar a maneira como ocorre a seleção e a razão pela qual alguns itens são escolhidos e outros são rejeitados. Ela também ofereceu uma estrutura para o estudo de outros processos além da seleção, como, por exemplo, a forma como o conteúdo é modelado, estruturado, posicionado e cronometrado. (SHOEMAKER, 2011, p. 23)

Ainda sobre *gatekeeper*, e os “portões” que são alusões aos filtros em que a notícia passa até chegar ao público, Shoemaker (2011), pontua que o *gatekeeper* é um mediador que determina o que vai ao ar enquanto notícia.

2.1 A atuação do jornalista neste processo

Ao tomar conhecimento de um fato, apurar, produzir e noticiar, o jornalista colabora com a construção de uma memória social a partir do que noticiou. A seriedade do trabalho jornalístico é importante não apenas para a memória daqueles que consomem as matérias, bem como para a formação da história.

Walter Lippmann¹, autor do famoso livro “Opinião Pública”, de 1922, já falava que os *mass medias* eram as principais ligações entre o que acontecia no mundo e as imagens que as pessoas tinham na cabeça com relação ao acontecimento, mostrando a importância que a mídia tem para a geração de memórias.

Naturalmente, o homem sempre buscou alusões para representar e preservar a memória, desde as escrituras rupestres até os mais recentes artigos em *blogs* na internet ou postagens no Instagram². E o jornalismo vem desempenhando, desde a prensa de Gutenberg,

¹ LIPPMANN, W. Public Opinion. New York, 1922.

² O Instagram é uma rede social, criada em 2010, para o compartilhamento de fotografias via dispositivos móveis. Ao longo dos anos a plataforma vem agregando funções, como vídeos, compras, entre outros. O Instagram foi comprado em 2012 pelo grupo Facebook, chamado atualmente de Meta. Disponível em:

um papel importante no registro e resgate de histórias da nossa sociedade ao longo dos anos. Para Traquina (2000), o jornalismo pode exercer influência na construção da história (e por consequência da memória) até mesmo diante do seu agendamento midiático.

Gerk e Barbosa (2018, p. 155) ao falarem sobre memória e jornalismo, são bastante pontuais ao afirmarem que “a memória não se fixa em uma conservação da experiência, mas em novas construções a partir de um material de referência” e essas referências podem ser múltiplas, incluindo a produção jornalística, que passa ao consumidor da informação um conteúdo ético e apurado.

O compromisso do jornalista com a informação e a construção da memória da audiência vai além do publicismo, que Lage (2001, p.10) conta que era comum por volta de 1609: “Por muitas décadas o jornalista foi essencialmente publicista, de quem se esperavam orientações e interpretação política”. O jornalista precisa narrar o fato de forma sensível e ética, visando não oferecer para o público um relato jornalístico enfraquecido e muitas vezes objetivo demais sobre o fato noticiado.

De acordo com Gerk e Barbosa (2018, p.158), “cada memória individual é um ponto de vista sobre uma memória coletiva e este ponto de vista muda de acordo com o lugar que ocupa”. Sendo assim, o jornalismo exerce um papel importante nas esferas regionais, nacionais e internacionais para a construção diária de materiais factuais que além de relatarem o presente, também façam parte da história.

Com a globalização e o fácil acesso aos mecanismos de busca *online*, Palacios (2010, p. 39) pontua que “nunca o estoque de memória social esteve tão fácil e rapidamente disponível, bem como o jornalismo tão centralmente localizado em meio a tudo isso”. Tal consideração nos leva a pensar que na atualidade o jornalismo se faz ainda mais importante como um registro oficial para a construção da memória do hoje e do amanhã, levando em consideração o fácil acesso à produção de informação por pessoas que não são necessariamente jornalistas e tampouco têm o compromisso ético de informar corretamente.

A memória entra em ação de maneira recorrente, de modo quase natural, na produção do relato da atualidade, seja como ponto de comparação do evento presente com eventos passados (sejam localizados em um passado recente ou mais remoto), como oportunidades de analogias, como convites à nostalgia, ou mesmo através da apresentação do presente como elemento para desconstruir e tornar a construir, sob a luz de novos fatos, os acontecimentos do passado. (ZELIZER, 2008, p.82, apud PALACIOS, 2010, p.42)

A relação entre jornalismo e memória é indissociável, uma vez que ao exercer o fazer

jornalístico, o jornalista produz conteúdo que registra o presente, portanto relata a história e colabora com a construção da memória daqueles que possam consumir tal conteúdo. Independente se este consumo acontecer no presente ou futuro, o fato relatado já se torna parte da história e da memória.

O que está na mídia é um importante acervo para a construção da memória e da cultura, conforme aponta Gerk e Barbosa (2018). “Um outro aspecto é que o testemunho veiculado na mídia atribui responsabilidade a quem vê de lembrar e prevenir, transmite uma obrigação moral, apela para um senso de comunidade” (GERK E BARBOSA, 2018, p. 158), nos trazendo a reflexão sobre o compromisso moral e ético que o jornalista tem para com o que é repassado ao público.

Ao cobrir rotineiramente o basquete em Campina Grande, a Rede Ita (antes TV Itararé), assume um compromisso — assim como os demais veículos de imprensa fazem diariamente — de contribuir com a construção da memória social de quem consome o conteúdo jornalístico. Este pensamento vai ao encontro do que Herschmann e Kischinhevsky (2008, p.102) afirmam: “Está mais do que óbvio que, no mundo atual, o que não tem intensa visibilidade ou não se espetaculariza dificilmente vai adquirir relevância social ou política”. Ao dar o protagonismo ao basquete, uma modalidade que foge do estrelismo que o futebol tem no Brasil, a emissora proporciona aos espectadores a possibilidade de criar novas memórias e identificação com esta temática.

Esperamos que a produção do Podcast *É Cesta!*, fruto desta pesquisa, também auxilie a consolidar essa memória social, destacando os laços que a Rede Ita estabelece através das práticas jornalísticas com o público de Campina Grande, que acompanha o time de basquete da Unifacisa.

O jornalismo esportivo no Brasil exerce uma forte influência na rotina das pessoas, sendo constantemente pauta nos debates entre amigos, familiares, nas principais ruas dos centros urbanos e locais de convivência, como bares. Nada mais brasileiro, que na quarta-feira à noite, no horário da rodada do Campeonato Brasileiro de futebol, os aparelhos de televisão dos restaurantes e bares das cidades se enchem de torcedores, acompanhando as partidas. O esporte faz parte do dia a dia dos brasileiros, seja através da prática ou do acompanhamento através da vasta cobertura midiática, especialmente o futebol, como já falamos. Em Campina Grande, na Paraíba, é o basquete que também vai ganhando espaço e cobertura graças ao trabalho da Rede Ita.

3 JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL

Uma editoria muitas vezes desprezada no mundo do jornalismo, tantas vezes chamada de entretenimento e tão atrelada apenas ao futebol, o jornalismo esportivo requer o mesmo zelo e apuração no fazer jornalístico, tal qual em outras áreas da profissão. O jornalismo de esportes colaborou para a construção de novos ídolos no imaginário do brasileiro não apenas no futebol, mas nas demais modalidades, como Oscar no basquete, Ayrton Senna no automobilismo, Gustavo Kuerten no tênis, entre outros.

Desta maneira chegamos ao nosso propósito de definir o jornalismo esportivo como um gênero superespecializado em razão da complexidade existente no tema que trata refletir nos Instrumentos de Comunicação Coletiva, como fim de atender a uma demanda exigida por uma massa. (ALCOBA, 1980, p.210).

De início, a comunicação esportiva no Brasil tinha espaços tímidos nos jornais impressos. E a principal modalidade retratada nos periódicos não era o futebol e sim o remo, tanto que a modalidade nomeia alguns clubes no país, como Clube de Regatas Brasil, o CRB; o Club de Regatas Vasco da Gama; o Clube de Regatas do Flamengo, entre outros.

Acredita-se que o jornalismo esportivo no Brasil tenha iniciado ainda no século XIX, com *O Atleta*, que divulgava receitas para a melhoria do físico dos cariocas e segundo Ribeiro (2007, p.23), em 1885 *O Sport* e *O Sportman*, no Rio de Janeiro. Em São Paulo, por sua vez, surgiu *A Platea Sportiva*, em 1888 e em 1898 nasceram *O Sport* e a *Gazeta Sportiva*.

De acordo com Ribeiro (2007, p.23), o jornal recém-criado, chamado Correio da Manhã, foi o responsável pela divulgação da realização da primeira partida de futebol realizada entre duas equipes, em 22 de setembro de 1901, na coluna batizada de “Sport”. E o periódico, que estava acostumado a ter um vencedor na partida, como no remo, teve que anunciar que o referido jogo acabou em empate de 1 a 1.

Por incrível que possa parecer, no início do século XX, nos jornais e revistas que citavam o esporte, o grande enfoque era sobre os benefícios e malefícios que o futebol, então nova modalidade, poderia trazer à sociedade. “Pelos primeiros artigos publicados sobre futebol nos jornais e revistas, ficava clara a divisão do esporte em dois grupos. De um lado, os filhos de boa família, e do outros, os varzeanos humildes” (RIBEIRO, 2007, p.27).

Ainda na primeira década do século XX, o trabalho para os jornalistas foi aumentando à medida que os clubes foram crescendo e ídolos no futebol foram surgindo. De acordo com Ribeiro (2007, p.40), neste período os jornais começaram a precisar de repórteres em período integral e já era comum ter notícias de cunho esportivo nas primeiras páginas.

Segundo Coelho (2003, p.09), a vitória do Vasco na segunda divisão, na década de 1920, apostando em negros no seu elenco, foi a gota d'água para que o futebol — e as notícias esportivas — se popularizassem de vez no Brasil.

Em 1931, o *Jornal dos Sports* nasceu no Rio de Janeiro. A rigor, foi o primeiro diário exclusivamente dedicado aos esportes no país. O primeiro a lutar ferozmente contra a realidade que tomou conta dos diários a partir daí. A *Gazeta Esportiva* nasceu em 1928, mas como um suplemento do jornal *A Gazeta*, só se tornando um diário esportivo em 1947. (COELHO, 2003, p.09).

O crescimento do esporte no Brasil proporcionou uma explosão de notícias do gênero nos periódicos impressos e a partir da década de 1930 um outro veículo de imprensa começou a dar os seus primeiros passos: o rádio.

O rádio surgiu no fim do século XIX, como uma evolução da comunicação unindo agilidade e maiores distâncias. O seu uso, de início no mundo, não era ligado à massificação da informação, como aconteceu anos depois. Apesar de ter nascido na Europa, o rádio ganhou nos Estados Unidos a força necessária para se tornar também um veículo de comunicação de interesse militar, sendo uma ferramenta importante durante a Primeira Guerra Mundial.

Segundo Sousa (2013), no Brasil, o rádio chegou apenas à elite urbana e também não tinha a intenção de ser um veículo de comunicação massivo. Apenas durante a década de 1930, durante o governo de Getúlio Vargas, que o rádio passou a ser um canal em as emissoras puderam comercializar publicidade e, em consequência, um novo horizonte se abriu para a comunicação de massa.

A primeira transmissão esportiva radiofônica, de acordo com Ribeiro (2007, p.59), aconteceu através da voz de Leopoldo Santana, da partida entre Brasil x Argentina, disputada no Estádio das Laranjeiras, no Rio de Janeiro. A transmissão em si não foi na íntegra, como passamos a conhecer algumas décadas depois, mas se tratava de boletins informativos, que eram recebidos via telefone e retransmitidos, por sua vez, em alto-falantes.

Se no início do século XX Charles Miller batalhou para que notícias do futebol fossem divulgadas pelos jornais paulistanos, Nicolau Tuma, um jovem estudante de Direito, de apenas 20 anos, foi quem convenceu seus patrões da Rádio Educadora Paulista a transmitir na íntegra, pela primeira vez na história do rádio, uma partida de futebol. O jogo escolhido para a transmissão foi entre as equipes de São Paulo e Paraná, válido pelo Campeonato Brasileiro de 1931. (RIBEIRO, 2007, p.75)

A popularização do rádio não enchia apenas os ouvidos dos profissionais do esporte no Brasil, passando a ser encarado também como uma importante vitrine para a divulgação de títulos e conquistas. Segundo Ribeiro (2007, p. 89), em 1936, o treinador do Flamengo, Flávio Costa e o diretor de futebol rubro-negro, Hilton Santos, tinham um espaço de 20

minutos dentro do único programa esportivo na Rádio Clube do Brasil e o assunto não poderia ser outro a não ser o Flamengo.

O rádio no Brasil é considerado como um dos grandes responsáveis por tornar deste o país do futebol, sobretudo pela sua acessibilidade, linguagem de fácil entendimento e o imaginário que se dá através das narrações esportivas. Para Sousa (2013), outros fatores colaboraram para a forte ligação do esporte com o rádio, como as transmissões de pré-jogo antes das partidas, a análise das equipes, escalações e as tradicionais entradas ao vivo bem antes do jogo em si iniciar.

O brasileiro criou uma identificação enorme com o esporte e com o rádio, principalmente com os dois juntos. Ouvir as partidas pelas rádios virou um hábito que não foi vencido pela TV, nem pela Internet e ainda faz parte dos hábitos dos fãs de futebol no país. Essa aproximação entre o público e o espetáculo da bola aumentou ainda mais com as Copas do Mundo, quando todas essas características vinham acompanhadas de um profundo nacionalismo e do desejo dos brasileiros de vencer, finalmente, um mundial. (SOUSA, 2013, p.24)

Um outro e importante veículo de mídia para a história do jornalismo esportivo no Brasil é a televisão. Para Abreu e Silva (2011), a televisão é o resultado de diversas pesquisas e contribuições de homens que desde o início do século XVIII atuavam com fragmentos do que se tornou o aparelho de televisão. Em 1920, aconteceu a primeira transmissão através do sistema mecânico, realizada pelo cientista escocês John Logie Baird. O mesmo cientista em 1925 promoveu uma transmissão de imagens à distância, na casa ao lado, fazendo do seu vizinho o primeiro homem que apareceu ao vivo na televisão, segundo Abreu e Silva (2011).

No Brasil, em 18 de setembro de 1950, foi ao ar a TV Tupi, do empresário paraibano Assis Chateaubriand, presidente do Diário dos Associados, que naquela época já contava com um conglomerado de mídia, contendo dezenas de jornais impressos e emissoras de rádio. Desde a sua inauguração, a TV Tupi contou com um espaço para o esporte em sua programação, com o programa *Video Esportivo*, que tinha a apresentação de Aurélio Campos.

Em 1950, outro grande marco no mundo dos esportes colaborou para a ascensão do jornalismo esportivo no Brasil: o fracasso da Seleção Brasileira na Copa do Mundo, perdendo a final da competição para o Uruguai, no Estádio Maracanã. Este acontecimento, somado com a crescente procura do público por informações esportivas, a chegada da televisão e a explosão de programas esportivos em rádios, fez com que esta editoria fosse se consolidando cada vez mais no então país do futebol.

Só no fim da década de 1960 os grandes cadernos de esportes tomaram conta dos jornais. Ou melhor: em São Paulo, surgiu o Caderno de Esportes, que originou o Jornal da Tarde, uma das mais importantes experiências de grandes reportagens do

jornalismo brasileiro. Dessa época para cá, os principais jornais de São Paulo e do Rio lançaram cadernos esportivos e deles se desfizeram como se tratasse de objeto supérfluo. Gastar papel com gols, cestas, cortadas e bandeiradas nunca foi prioridade. (COELHO, 2003, p.10)

Após a chegada da primeira emissora de televisão, a TV Tupi, outros grupos de TV foram surgindo, entre os mais populares estão a TV Record e a TV Globo, ambas nutrem ao longo dos anos uma grande colaboração para a mídia esportiva no país, sobretudo a emissora carioca (TV Globo). Ao longo da década de 1970, embalados com o tricampeonato mundial da Seleção Brasileira, a produção de programas voltados para o esporte, no Brasil, passou a aumentar nas emissoras de TVs e rádios, assim como a produção de mais páginas voltadas para o jornalismo esportivo em jornais e revistas pelo país.

É bem verdade que quando se fala de mídia esportiva no Brasil, considerado o “país do futebol”, a modalidade é bem mais presente nas manchetes do que os demais esportes. No entanto, jornalismo esportivo no Brasil não é, necessariamente, sinônimo de futebol. Segundo Coelho (2003), no final da década de 1980, houve uma revista chamada *Lance Livre*, que não durou muito tempo circulando. O autor ainda pontua que durante os anos 1990, o jornalista Juarez Araújo produziu uma outra revista voltada para o basquete, chamada de *Super Basquete*. Ainda que em menor proporção, outros desportos sempre estiveram presentes no jornalismo esportivo no Brasil, em diferentes veículos de comunicação.

No início da década de 1990, foi criada a Globosat e, com ela, também nasceu a Sportv, o canal de TV à cabo da Globo, exclusivamente para esportes — não apenas o futebol. Mas este não foi o grande feito da mídia esportiva no fim do século XX. De acordo com Ribeiro (2007), todos os jornais impressos estavam vivenciando um novo panorama comunicacional em comum: a febre dos websites. A internet surgiu como uma ferramenta de comunicação para o uso de militares, nos anos de 1960, através do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, que desenvolveu um mecanismo para o envio de mensagens. Mas, somente na década de 1990, o que conhecemos atualmente pela internet passou a se tornar mais popular e deixou de ser controlado por governantes, segundo Monteiro (2001).

No Brasil, em 1995 foi instalada a infraestrutura necessária para o funcionamento da internet, vivenciando desde então um grande crescimento desta nova tecnologia de comunicação. Em 1994, os grupos Abril e Folha, se uniram e criaram o portal online UOL. “Neste mesmo período surgiram os primeiros sites exclusivos de esportes, como o Sportsya, Pelé.net e o mais popular de todos, o Lancenet, do jornal Lance!”. (RIBEIRO, 2007, p.294).

O jornalismo esportivo no Brasil foi acompanhando as mudanças que a comunicação

foi passando ao longo do tempo, construindo um importante legado sobre a história do esporte no país, ainda que muito ligada ao futebol, mas com destaques também para outras modalidades.

3.1 Basquete no Brasil e na TV

O basquete é uma modalidade que vem ganhando notoriedade ao longo dos anos, graças aos seus campeonatos, com destaque ao mais famoso da modalidade, o realizado nos Estados Unidos, a National Basketball Association, também conhecido como NBA. No Brasil, o basquete está presente há mais de um século³ e desde então, a modalidade vem se desenvolvendo no país, vivendo momentos marcantes na história do esporte nacional.

Devido aos jogos da Seleção Brasileira de Basquete entre os anos 1980 e 1990, além de conquistas como o ouro do time masculino e feminino nos Jogos Pan-Americanos em 1987 e 1991 respectivamente; o título mundial em 1994 e a medalha de prata nos Jogos Olímpicos em 1996 — ambas com o time feminino — o basquete chegou a ser a segunda modalidade em preferência entre os brasileiros⁴ e as transmissões das partidas colaboraram muito com isso. No entanto, as coberturas não tiveram tanto enfoque ao vivo na TV aberta na década de 2000, da mesma maneira que outrora.

Apesar disso, o basquete está voltando a ter espaço na televisão. Em 2012, a final do Novo Basquete Brasil (NBB), o campeonato nacional da modalidade, foi transmitida em TV aberta, pela TV Globo, para todo o país, representando um retorno a tal prática, que desde 1997 estava ausente. De acordo com o Uol Esporte⁵ (2012), a partida entre São José e Brasília aconteceu diante um público televisivo pouco acostumado com a modalidade e a emissora realizou uma transmissão bastante didática, ensinando as regras e características do basquete.

Em pesquisa publicada com base em dados obtidos no primeiro semestre de 2019 pela IBOPE Repucom⁶, a modalidade vive um bom momento na televisão, sendo responsável por

³ O basquete chegou ao Brasil em 1896, quando o professor norte-americano Augusto Shaw trouxe a modalidade ao país quando foi lecionar no Colégio Mackenzie, em São Paulo.

⁴ BALA NA CESTA. O boom do basquete no Brasil - como modalidade explodiu novamente no país!, [2019]. Disponível em: <<https://balanacesta.blogosfera.uol.com.br/2019/06/26/boom1/>>. Acesso em: 28 maio. 2020.

⁵ UOL ESPORTE. Basquete volta à TV aberta com transmissão didática, jogo morno e Varejão comentarista, [2012]. Disponível em:

<https://uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/uol_amp/2012/06/02/basquete-volta-a-tv-aberta-com-transmissao-didatica-jogo-morno-e-varejao-comentarista/>. Acesso em 10 de nov. 2022.

⁶ KANTAR IBOPE MEDIA. Basquete cresce no Brasil e número de fãs do esporte atinge nível histórico, [2019]. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/basquete-cresce-no-brasil-e-numero-de-fas-do-esporte-atinge-nivel-historico/>>. Acesso em: 30 abr. 2020.

365 horas de transmissão, entre a TV aberta e fechada, com ênfase nos canais pagos. A série de disputa das finais da NBA na temporada 2018/2019 teve grande influência na preferência da modalidade na televisão neste período de avaliação do referido estudo.

A televisão segue como um dos meios de comunicação de massa mais democráticos da atualidade, devido ao seu fácil acesso e ao fato da TV aberta ainda ter muito prestígio no Brasil. Prochnik (2010, p.2) pontua que “nos dias de hoje, o casamento entre esporte e meios de comunicação de massa parece impossível de ser desfeito. Os dois caminham juntos [...]” e com razão. Este é o principal veículo por onde as notícias do desporto em geral são divulgadas.

A falta de conhecimento sobre o basquete de forma tão massiva tal qual acontece com o futebol, se dá em grande maioria pela ausência de conteúdos jornalísticos que evidenciem a modalidade de forma acessível e de fácil compreensão para a população que consome conteúdo televisivo esportivo no país.

No Brasil, é comum a automática assimilação do jornalismo esportivo ao futebol, afinal, este é dito como o “país do futebol” e a modalidade é o grande produto do gênero na televisão brasileira. No entanto, outras práticas esportivas também são bastante praticadas no país e também merecem destaque televisivo.

No Brasil, o futebol segue como sendo o principal produto da TV aberta e fechada no que diz respeito às transmissões esportivas ao vivo. Remar contra essa maré, é dar a possibilidade para que a população tenha acesso a outras práticas esportivas e proporcionar momentos de lazer aliados ao entretenimento. Transmitir partidas do Basquete Unifacisa na sua trajetória no basquete nacional representa um diferencial não apenas para a Rede Ita em si, bem como para toda a mídia esportiva paraibana.

O jornalismo, ao reconstruir o mundo, ao mostrá-lo em sua diversidade de fatos e pluralidade de versões, trouxe algo inerente consigo: a necessidade de distinguir os acontecimentos de relevância pública e a responsabilidade de publicá-los, prevendo conseqüências e atendendo a princípios de pluralidade social. A preocupação com a questão ética surge ao mesmo tempo em que se tenta garantir e ampliar o direito social à informação (KARAN, 1997, p.53).

Na atualidade, as partidas exibidas semanalmente pela maioria das emissoras de TV aberta na Paraíba são apenas de futebol e sem nenhuma representatividade local, mostrando jogos do eixo-sul e sudeste, o que gera uma grande discussão sobre torcedores paraibanos torcerem para times de outros estados.

Há muito se falava e ainda se fala sobre a necessidade de ver times da Paraíba em destaque no cenário nacional com ações positivas e campeonatos expressivos e foi justamente fora do futebol que tudo isso aconteceu, com a conquista da participação do Basquete

Unifacisa na primeira divisão do basquete nacional, o NBB. A mídia paraibana como um todo, não só a antiga TV Itararé (hoje Rede Ita), teve a oportunidade de cobrir e entrevistar grandes nomes do basquete nacional que foram para Campina Grande para a disputa das competições, apresentando um novo panorama para as transmissões esportivas no Estado.

A Rede Ita viu no Basquete Unifacisa a lacuna que faltava ser preenchida no jornalismo esportivo paraibano, apresentando ao público na TV uma modalidade até então pouco explorada na região como um todo.

3.2 O jornalismo esportivo de televisão e a transmissão do basquete em Campina Grande

No panorama da Paraíba, as transmissões esportivas, como um todo, na TV aberta, ainda são escassas. A Rede Paraíba de Comunicação, que detém o sinal da TV Globo através das emissoras TV Paraíba e TV Cabo Branco, e é atual líder em audiência no estado⁷ não atua com transmissões esportivas próprias na TV aberta, nem mesmo do futebol. As partidas de futebol que são transmitidas aos paraibanos pelas duas emissoras afiliadas à TV Globo são, na sua maioria, partidas de times do eixo sul-sudeste.

Para Lacerda (2020), o produto mais importante do futebol na Paraíba é o Campeonato Paraibano; desta maneira, o futebol acaba se tornando também a principal pauta no jornalismo esportivo da Paraíba. Na Paraíba, apenas a Rede Ita realiza as transmissões de basquete e as demais emissoras fazem transmissões de jogos de futebol, no entanto, as partidas que são exibidas em TV aberta, no estado, são de equipes de outras regiões, que entregam pouca ou quase nenhuma identificação com o esporte local.

Ainda falando sobre futebol, o fato de transmitir jogos de equipes de outras localidades, muito comum no rádio na década de 1950 e na televisão desde a sua chegada, contribuiu para construção de memórias sociais acerca dos clubes de fora da Paraíba. Desta forma, é possível encontrar com facilidade nordestinos que são fãs de times de futebol que não são do Nordeste, justamente devido à presença midiática que outras equipes têm e em especial na TV aberta.

Tire a TV de dentro do Brasil e o Brasil desaparece, ou seja, a representação que o Brasil faz de si mesmo praticamente é desligada. A TV une e iguala, no plano imaginário, um país cuja realidade é constituída de contrastes, conflitos e

⁷ JORNAL DA PARAÍBA. Líder de audiência em Campina Grande, TV Paraíba fala com 28 Amigões lotados todos os dias, [2022]. Disponível em:

<<https://jornaldaparaiba.com.br/noticias/2022/06/14/lider-de-audiencia-em-campina-grande-tv-paraiba-fala-com-28-amigoes-lotados-todos-os-dias>>. Acesso em 23 jul. 2022.

contradições violentas. A TV conseguiu produzir a unidade imaginária onde só havia disparidades materiais. Sem tal unidade, o Brasil não se reconheceria Brasil. Ou, pelo menos, não se reconheceria como o Brasil que tem sido. (BUCCI, 2004, p. 222).

De acordo com uma pesquisa publicada em julho de 2022 pelo O Globo/Ipec⁸, os torcedores do Sul e Sudeste do Brasil são os que mais torcem com exclusividade para apenas um clube, totalizando apenas 8% entre os que torcem para mais de uma equipe. Já as regiões Norte, Centro-Oeste e Nordeste são as que mais apresentam torcedores que torcem para duas equipes, em torno de 15% dos entrevistados.

A mesma pesquisa de O Globo/Ipec⁹, compartilhada em O Globo em julho de 2022, conta que metade dos torcedores de futebol do Nordeste preferem torcer para times de outras regiões do país, sendo apenas 17,3% de nordestinos que torcem para equipes do Nordeste. Desta forma, é possível aferir o quão importante é o papel que a Rede Ita tem na valorização de uma modalidade que não é o futebol e na transmissão de partidas de uma equipe de Campina Grande, estimulando a criação de memórias sociais sobre torcer para um time da sua região.

Apresentando um contraponto do fato citado na pesquisa de O Globo/Ipec, a Rede Ita atua como um exemplo de pioneirismo e vanguarda. A emissora, fundada em 2006, é uma das grandes propulsoras do basquete na região, transmitindo os jogos do Basquete Unifacisa desde 2012 em TV aberta e ao longo dos anos, adicionando o Youtube¹⁰ e Facebook¹¹ como meios para transmissões das partidas em simultâneo com a televisão e de veiculação de conteúdos (FIGURA 1).

⁸O GLOBO. Grêmio tem torcida mais fiel, seguido por Flamengo e Corinthians; veja ranking, [2022]. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2022/07/pesquisa-o-globoipec-quantos-sao-e-como-torcem-os-brasil-eiros-que-afirmam-ter-dois-times.ghhtml?li_source=>. Acesso em 21 jul. 2022.

⁹ O GLOBO. Só 17% dos nordestinos torcem por time do Nordeste, aponta pesquisa o GLOBO/Ipec; veja ranking, [2022]. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2022/07/so-17percent-dos-nordestinos-torcem-por-um-time-do-nord-este-aponta-pesquisa-o-globoipec-menos-de-1percent-prefere-times-de-fora-no-sudeste.ghhtml?li_source=LI&li_medium=news-page-widget>. Acesso em 21 jul. 2022.

¹⁰ O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos, criada em 2005. Disponível em: <<https://www.youtube.com/>>. Acesso em: 23 jul. 2022.

¹¹ O Facebook é uma rede social, criada por Mark Zuckerberg em 2004, que atualmente pertence a um grupo chamado Meta, de mesmo dono.

Figura 1 - Postagem do programa Itararé Esportes sobre transmissão do Basquete Unifacisa em 2015



Reprodução/Facebook

Com uma programação voltada para a valorização da cultura paraibana, a Rede Ita possui um departamento de esportes que traz uma visão regionalista acerca das disputas profissionais realizadas na Paraíba, bem como um destaque para as modalidades amadoras, como a prática do futebol nos bairros.

O basquete em Campina Grande começou a tomar uma proporção nacional com o advento do Basquete Unifacisa, time que existe desde 2012, e que vem se destacando com as suas conquistas de títulos estaduais, regionais e nacional, com maior destaque na Liga Ouro 2019, que é a segunda divisão do basquete nacional, campeonato de acesso à primeira divisão, o Novo Basquete Brasil (NBB).

Em seu site oficial¹², a Rede Ita se apresenta como parte da Fundação Pedro Américo e que tem parceria com a Unifacisa, uma universidade particular de Campina Grande, que mantém o Basquete Unifacisa, equipe que surgiu na universidade. A Fundação Pedro Américo, por sua vez, se apresenta em seu site¹³ da seguinte maneira:

¹² REDE ITA. [2022]. Disponível em: <<https://www.redeita.com.br/>>. Acesso em 21 nov. 2022.

¹³ PEDRO AMÉRICO. [2022] Disponível em: <<https://fundacaopedroamerico.org.br/>>. Acesso em 22 nov.

A Fundação Pedro Américo nasceu em 2004 sob a égide inspiradora de um brasileiro com visão à frente do seu tempo: o paraibano Pedro Américo. Atuante em múltiplas áreas como a arte, a ciência, a política e a filosofia, sua história nos inspirou a construir os pilares que sustentam nosso ideal e, principalmente, nossa prática com ações efetivas para o bem-estar social. Assim como nosso contêrrâneo, entendemos que a articulação entre um pensamento voltado para o futuro, mas com ações e efeitos já visíveis no presente próximo, é o único caminho que viabiliza o desenvolvimento individual com repercussões coletivas. Temos como meta proporcionar o aprimoramento integral da pessoa humana e contribuir para o seu desenvolvimento, atuando na sua formação técnica, humanística, crítica e reflexiva. Somos uma instituição sem fins lucrativos, que desenvolve atividades de saúde, educação, tecnologia, cultura e esporte que contribuem para o desenvolvimento social e econômico do estado. (AMÉRICO, Fundação, 2022).

Pela Rede Ita (antiga TV Itararé) e o Basquete Unifacisa estarem inseridos no mesmo grupo, a emissora tem uma certa liberdade em sua grade de programação para transmitir as partidas do Basquete Unifacisa ao vivo e produzir mais conteúdos para os telejornais da emissora.

Essas transmissões representam um marco para o jornalismo esportivo de televisão na Paraíba, ainda mais em Campina Grande, em que as disputas esportivas têm apenas recortes retratados em programas esportivos de televisão. A ausência das transmissões ao vivo em outras emissoras da TV aberta local acontece por diversas razões, que permeiam entre a falta de estrutura específica para tal, os altos custos para as jornadas esportivas e a falta de interesse.

Ao longo dos anos, desde o início da cobertura do Basquete Unifacisa, a TV Itararé (hoje Rede Ita) pôde mostrar diversas fases da modalidade em Campina Grande como um todo, desde os ginásios vazios, até filas quilométricas em busca de ingressos para jogos decisivos e os impactos da pandemia na competição. Muito se credita à cobertura esportiva da emissora à adesão do público à cultura do basquete ao longo das temporadas, uma vez que a antiga TV Itararé persistiu em ensinar as regras, estilos de jogo e características do basquete em suas matérias, bem como a constância em transmitir todas as partidas da equipe de Campina Grande, desde torneios mais simples até a tão sonhada disputa da primeira divisão nacional.

Atualmente, a Rede Ita possui sistema de transmissão multiplataforma que envolve TV aberta, canal no Youtube¹⁴ e página no Facebook¹⁵, fazendo com que os

2022.

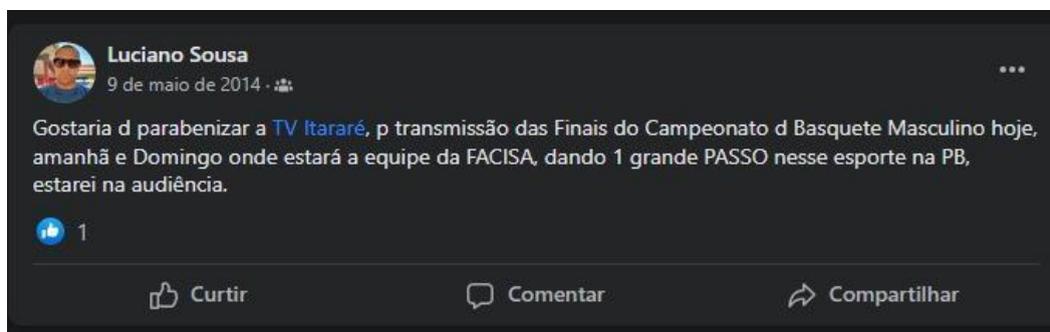
¹⁴ Canal da TV Itararé no Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UC7-4gtbVwp57z1slDeyzRA>>. Acesso em: 17 jul. 2021.

¹⁵ Fanpage da TV Itararé no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/tvitarare>>. Acesso em: 17 jul. 2021.

usuários/telespectadores possam acompanhar as partidas pela emissora, contra grandes equipes do cenário nacional, provocando um resgate do sentimento de que a Paraíba tem um time para torcer e se orgulhar (FIGURA 2).

Prochnik (2010, p.5) cita que “os símbolos produzidos pelos meios de comunicação de massa funcionam como influência direta nos consumidores”, fazendo relação com o trabalho que a emissora campinense desenvolve, em relação ao importante papel de valorização à cultura do basquete em Campina Grande .

Figura 2 - Telespectador posta mensagem sobre a transmissão de partida de basquete pela TV Itararé (hoje Rede Ita), em 2014



Reprodução/Facebook

Segundo Camargo (1997), a cultura esportiva influencia e interfere na sociedade e é fácil de aferir através do comportamento, adoção de jargões, maneira de falar e elementos presentes no discurso esportivo que são incorporados no dia a dia das pessoas. Podemos citar que era comum, antes da pandemia, ver torcedores na Arena Unifacisa (local de treino e de jogos do time), em Campina Grande, usando seus celulares para acompanhar as transmissões da emissora, reforçando a importância da veiculação de forma aberta (FIGURA 3) para que a modalidade tenha visibilidade e conquiste adeptos, uma vez que com a narração, fica mais fácil compreender o que se passa na quadra, os pontos somados pelas equipes e as decisões da arbitragem.

Figura 3 - Anúncio de transmissão de partidas do Basquete Unifacisa pela TV Itararé, em 2016



Reprodução/Facebook

O jornalismo esportivo de televisão no Brasil colabora para a criação de tradições esportivas na cultura do país, como a combinação de domingo e futebol; as disputas de Fórmula 1 nas manhãs dominicais; a criação de ídolos como Ayrton Senna, Ronaldo Fenômeno, Neymar, entre outros. Para Camargo (1997),

A televisão é por excelência o maior divulgador dos fenômenos esportivos entre as mídias. Com este status conferido, esta tem a primazia na divulgação das informações e notícias, ou seja, é o meio comunicacional mais procurado, pela sua estrutura e também em virtude dos seus recursos audiovisuais. Esta sua hegemonia é por possuir uma comunicação muito mais rápida e diversificada de imagens, com um movimento muito mais dinâmico, mais ágil, e mais trabalhado em detalhes. (CAMARGO, 1997, p. 3)

Seguindo nesse pensamento de que a televisão tem importância na divulgação de fenômenos esportivos, o departamento de esportes da Rede Ita segue em contraponto às demais transmissões esportivas da Paraíba, que acontecem em sua maioria através do rádio e portais de notícia em tempo real, com de jogos majoritariamente de futebol. Gasparino (2013) aborda que:

A paixão não se faz presente apenas no futebol. Toda modalidade esportiva reserva ao espectador um momento de emoção, um *grand finale*. São estas ocasiões que atraem os amantes de esportes, loucos para sentirem seu coração bater mais forte diante de um televisor ou de um rádio, um momento para cada um deixar de lado os problemas cotidianos e costumeiros e viver ao lado de outros milhões a emoção de

uma transmissão esportiva, mesmo que todos os torcedores presentes sejam anônimos e desconhecidos. (GASPARINO, 2013, p.28)

Em 2019, durante a campanha do Basquete Unifacisa na Liga Ouro, 12 jogos foram realizados em Campina Grande e todos eles tiveram transmissão da antiga TV Itararé na TV aberta e em seus canais *online*, com um estúdio montado na Arena Unifacisa, onde as partidas aconteceram.

Os números de audiência de um dos jogos da série melhor de cinco das finais entre Basquete Unifacisa contra São Paulo, realizado em Campina Grande, mostram como as transmissões dos jogos de basquete já fazem parte do conteúdo televisivo consumido na cidade. Em uma matéria publicada na página do Basquete Unifacisa¹⁶, foi citada uma pesquisa realizada pelo Grupo 6 Sigma, que revelou que 32% da população de Campina Grande acompanhou o jogo quatro entre Unifacisa e São Paulo através da transmissão da TV Itararé (atual Rede Ita), realizada em 28 de maio de 2019.

Vale lembrar que para tal partida, cerca de 2 mil ingressos foram vendidos e quem não conseguiu a entrada, mas desejava acompanhar o jogo, teve a possibilidade de assistir a disputa através da transmissão da emissora, que tornou-se a única opção. Os jogos transmitidos do Basquete Unifacisa proporcionaram a visualização das partidas em bares e restaurantes, atingindo um público ainda maior, não contabilizado na pesquisa citada. Os próprios atletas da equipe interagem com o público e valorizam a cobertura em suas redes sociais (FIGURA 4).

¹⁶ UNIFACISA. Com pioneirismo e qualidade, TV Itararé impulsiona cultura do basquete na Paraíba, [2019]. Disponível em: <<https://www.unifacisa.edu.br/basquete/noticia/com-pioneirismo-e-qualidade-tv-itarare-impulsiona-cultura-do-basquete-na-paraiba>>. Acesso em: 10 abr. 2020.

Figura 4 - Atleta de basquete compartilhando nas redes sociais sobre sua participação no programa Itararé Esportes, em 2014



Reprodução/Facebook

Ao entender a importância e o valor-notícia que tem ao transmitir uma modalidade esportiva à parte do futebol, o departamento de esportes da Rede Ita tem muito a contar sobre o seu pioneirismo e a sua atuação ao reforçar o conteúdo esportivo na sua programação. Além disso, a fomentação à cultura do basquete em Campina Grande também merece destaque, bem como os bastidores das coberturas televisivas, viagens e momentos marcantes.

Wolf (1985) ao definir o valor-notícia¹⁷ pontua que é preciso entender se os fatos são interessantes e informativos a ponto de se tornarem notícia. Deste modo, ao valorizar o basquete na região através das suas matérias e transmissões, a Rede Ita passa a colaborar com a construção da memória social sobre o tema e fomenta que outras emissoras locais também passem a valorizar outras modalidades para além do futebol.

No meio acadêmico, há poucas referências bibliográficas que fazem a ligação entre o jornalismo esportivo e o basquete no Brasil, o que mostra a lacuna que existe e a oportunidade para estudos que enfatizam essa relação e os seus impactos sociais. Este estudo vai na direção de ressaltar o pioneirismo e a importância de oferecer aos paraibanos a possibilidade de consumir midiaticamente outra modalidade além do futebol, assim como

¹⁷ “Esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? Antes de se examinar em pormenor a sua articulação, é necessário fazer algumas considerações gerais sobre o seu papel” (WOLF, 1985, p.86).

colaborar para a construção da memória social dos campinenses com a fomentação da cultura do basquete.

No próximo capítulo é possível conhecer um pouco mais sobre o que é o podcast, formato utilizado para realização deste trabalho, além de entender a sua importância como meio de comunicação.

4 O PODCAST

Para a elaboração desta pesquisa, o podcast foi escolhido como o produto final para oferecer à sociedade um conteúdo jornalístico que aborda com clareza a temática central deste estudo. E assim nasceu o Podcast “É Cesta!”, que tem quatro episódios com entrevistas de sete pessoas com ligações com o Basquete Unifacisa e a Rede Ita, visando explicar de forma ampla aos ouvintes/espectadores a influência que a TV Itararé (hoje Rede Ita) exerce na cultura do basquete em Campina Grande. Os programas foram produzidos e pensados como um produto jornalístico, visando entregar um material audiovisual de fácil acesso e entendimento, fora dos limites da academia, sobre a temática principal do presente estudo.

O podcast, no formato que conhecemos atualmente, é uma evolução do rádio, que assim como as demais plataformas em que o jornalismo atua, passou e passa por diversas atualizações ao que há de mais recente em termos de mídia. Foi assim com a chegada da televisão no Brasil e segue sendo com o *boom* da internet. Ao contrário do que se imaginava, o hábito de ligar um dispositivo para ouvir informações não morreu com as novas mídias. Pelo contrário, o rádio vem se ressignificando e o podcast é um bom exemplo disso. De acordo com (SOUSA, 2013, p.28), “se em um primeiro momento a Internet é prejudicial, os meios de comunicação tradicionais passaram a entender o fenômeno que ocorria nos computadores e começaram a utilizá-lo a seu favor, é a chamada convergência midiática”.

Ao falar da cultura da convergência, Henry Jenkins (2009, p.29) fala sobre a convergência midiática, que é “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. O autor, ao citar essa convergência midiática, não fala apenas do quesito tecnicista, mas a convergência também gera impacto social.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p.30).

O podcast é uma mídia sonora, que sua distribuição acontece no ambiente *online* e que a sua produção pode ser simplificada se comparada ao rádio. Figueira e Bevilaqua (2022, p.122) pontuam que o podcast tem potencial para atrair a atenção do público sem exigir grande esforço do ouvinte, além de proporcionar alguns benefícios a quem ouve, como arquivos leves, possibilidade de baixar e ouvir por *streaming*, uso da linguagem coloquial,

entre outros. No final da primeira década dos anos 2000, Herschmann e Kishinhevsky (2008) já afirmavam que o podcast estava em crescimento bastante acelerado, especialmente pela popularização das tecnologias digitais.

O podcasting desperta especial interesse devido ao fato de que o meio rádio - que já foi veículo privilegiado em projetos de construção e identidades, esvaziou-se ao longo das últimas décadas - vive um momento de redefinição, diante da revolução trazida pela convergência tecnológica. (HERSCHMANN; KISHINHEVSKY, 2008, p.102)

Em março de 2020, o mundo inteiro foi assolado pela pandemia da Covid-19, que fez com que milhares de pessoas ficassem em casa e mudassem muitos dos seus hábitos de consumo, especialmente os de consumo midiático audiovisual. O podcast se popularizou bastante neste período, especialmente pela variedade de temáticas ofertadas e o acesso facilitado à *sites* e aplicativos que hospedam os áudios, como Spotify, Deezer, Google Podcast, entre outros.

Meireles e Monteiro (2020, p.3) chamam atenção para isso da seguinte forma: “Ao longo de seus 16 anos de existência, a evolução do podcast como meio de comunicação corresponde também à uma explosão do formato nas mídias tradicionais”.

A similaridade com o rádio e a praticidade de consumo foram alguns dos principais ingredientes para que o podcast tivesse fácil propagação em 2020, especialmente no período de isolamento social, momento este que muitas pessoas deixaram de apenas consumir e também passaram a produzir esse tipo de conteúdo. E se o rádio oferece a vantagem de que o ouvinte possa consumir a mídia sem precisar parar o que está fazendo, o podcast potencializa ainda mais esse fator, proporcionando o *on demand*, que é a possibilidade de escolher quando e onde deseja ouvir o mesmo.

Certamente, um fator de sedução é a ausência de regras nos podcasts. Não há padrões de locução ou restrições de termos de linguagem e temas abordados. A principal hierarquização se dá por meio dos diretórios, que, muitas vezes, classificam emissoras a partir de rótulos preexistentes, com ancoragem nas rádios convencionais. (HERSCHMANN; KISHINHEVSKY, 2008, p.103)

De acordo com a pesquisa divulgada em outubro de 2020 pelo IBOPE/Globo¹⁸ sobre tendências de consumo de podcast no Brasil, 57% dos entrevistados declararam que começaram a ouvir este tipo de mídia durante a pandemia da covid-19 e dos 43% que já eram ouvintes, 31% destes contaram que passaram a ouvir mais do que antes do período. E apesar

¹⁸GENTE.GLOBO. Podcasts e a crescente presença entre os brasileiros [2022]. Disponível em: <<https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>>. Acesso em: 19 jul. 2022.

do crescimento deste formato de comunicação durante o primeiro ano da pandemia, uma mídia não anulou a outra. A mesma pesquisa mostrou que de 6 a cada 10 ouvintes de podcasts continuaram se mantendo informados através de outros meios.

A pesquisa também traçou um breve perfil sobre o ouvinte de podcast no Brasil, que mostra que 51% são homens, com faixa de idade de 25 a 34 anos como o maior público consumidor, estando em maioria na região Sudeste do país, com 46%, seguido da região Nordeste, com 26%. Um outro dado que chama bastante atenção na pesquisa é a plataforma em que os podcasts são ouvidos: 56% dos entrevistados pela pesquisa revelaram que assistem podcast pelo YouTube - uma plataforma originalmente de vídeo. Seguido de Spotify com 40% e demais plataformas especializadas em áudio. São dados importantes para entender melhor para quem este meio se comunica.

4.1 Podcast e jornalismo

O que é produzido para podcast pode ser considerado jornalismo? A resposta para este questionamento é ampla e permeia por diversas searas, incluindo autores como Otto Groth (2011) e André Lemos (2010) para justificar que nem tudo é jornalismo, mas há jornalismo em programas de podcast. Groth (2011) estabelece quatro características para pensar o jornalismo, são elas: periodicidade, a universalidade, a atualidade e a publicidade. Quando o programa é feito por jornalistas, pensado com respeito, ética, coerência e obedece à estes critérios, pode ser considerado um podcast jornalístico, como o “Café da Manhã”, uma produção original do Spotify, que acontece de segunda a sexta e informa pela manhã os mais recentes acontecimentos da sociedade.

No entanto, quando falamos de mídias pós-massivas, como é o podcast, há em sua maioria a liberação do pólo detentor e produtor da informação. Desta forma, produtores de conteúdo - que não são jornalistas - também podem fazer podcasts, sobretudo pela simplicidade na produção e hospedagem em plataformas de *streaming*.

As mídias de função pós-massiva, por sua vez, funcionam a partir de redes telemáticas onde qualquer um pode produzir informação, “liberando” o polo da emissão, sem necessariamente haver empresas e conglomerados econômicos por trás. (...) O produto é personalizável e, na maioria das vezes, insiste em fluxos comunicacionais bidirecionais (todos-todos), diferente do fluxo unidirecional (um-todos) das mídias de função massiva. As mídias de função pós-massivas agem não por hits, mas por “nichos”, criando o que Chris Anderson (2006) chamou de “longa cauda”, ou seja, a possibilidade de oferta de inúmeros produtos que são para poucos, mas que, pela estrutura mesma da rede, se mantêm disponíveis. (...) Experiências na internet com blogs, gravadoras e músicos, softwares livres,

podcasting, wikis, entre outras, mostram o potencial das mídias de função pós-massivas. (LEMOS, 2010, p.157)

Segundo Lemos (2010), a mídia pós-massiva é regida por três princípios da cibercultura, que são eles: a liberação do polo de emissão, a conexão generalizada e a reconfiguração das instituições e da indústria cultural de massa. Desta forma, a produção de podcasts é mais simplificada e permite que várias pessoas possam criar episódios sem obrigatoriamente serem jornalistas.

De um modo geral, os podcasts têm uma temática e os seus episódios seguem este viés. Alguns podcasts dividem os seus episódios por temáticas e em temporadas, com um intervalo entre as temporadas para a produção de novas pautas, agendamentos de convidados, gravação e edição do material.

Para a gravação do podcast em áudio há diversas maneiras de se fazer, incluindo a gravação de uma chamada de vídeo e retirada do áudio para edição ou até mesmo convidando entrevistados para um estúdio específico para a captação da entrevista. Esta etapa depende, muitas vezes, do orçamento que o podcast tem para ir ao ar. Por ser democrático, não há uma regra que imponha o modo de gravação do episódio.

Após a gravação há a edição do material, inclusão de trilhas sonoras e possíveis cortes. Quando finalizado, o podcast pode ser disponibilizado sem custos ao produtor através do YouTube (que apesar de ser uma plataforma de vídeos, também recebe muitos podcasts) ou de outras plataformas de streaming específicas para áudio, como Spotify, Deezer, entre outros.

4.2 Podcast como um veículo de comunicação esportiva

Assim como o rádio desenvolveu um papel de extrema importância para o jornalismo esportivo no Brasil, as plataformas de *streaming* que distribuem programas de podcasts, também vem criando espaços para esta “nova” forma de se fazer comunicação esportiva.

Um dos grandes diferenciais do podcast para as demais mídias massivas é o fato de ser *on demand*, ou seja, o usuário escolhe o que quer assistir, a hora que deseja assistir. Neste caso, não há a necessidade de seguir o fluxo da programação de uma emissora de rádio, por exemplo, que quando se perdia o horário do programa, não tinha como assistir novamente.

A nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais

mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicação de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre emissor e receptor (CASTELLS, 2000, p. 262-367).

Nas plataformas de *streaming* por áudio, é possível encontrar diversos programas de podcasts, muitas vezes dando destaque para modalidades esportivas que ainda não têm tanto enfoque na televisão, como basquete nacional e internacional, futebol americano e desportos olímpicos como um todo. Conforme apontam Gambaro e Santos Filho (2022), os podcasts esportivos aparecem como uma alternativa para grandes emissoras e produtores independentes terem a possibilidade de criarem suas produções. Ainda de acordo com os autores, “nos últimos anos, podemos observar um boom no que diz respeito à quantidade de podcasts esportivos lançados no mercado, tanto por conta da entrada de produtores independentes” (GAMBARO, D.; SANTOS FILHO, J. P. dos, 2022, p.125).

O podcast foi evoluindo no passar dos anos, em paralelo com as transformações que ocorreram nos veículos de comunicação, e também apresentou uma nova vertente, que ganhou mais ênfase durante e após o período de isolamento social ocasionado pela Covid-19, que são os mesacast's. Agora não apenas com o áudio, como de origem, mas também com vídeo, audiovisual de fato. O podcast de mesa, como também é chamado, oferece mais uma opção de entretenimento ao espectador.

[...] o “mesacast” é como uma mesa redonda de áudio digital. Esse formato é usado por programas que precisam da palavra de especialistas, convidados ou que querem promover uma discussão sobre determinados assuntos. [...] O “mesacast” informa de maneira qualificada com a contribuição de autoridades do tema escolhido, ou seja, traz veracidade para o que se quer compartilhar, além de opiniões diversificadas que enriqueçam o debate. (TIGRE, 2020)

A pré-produção é uma parte importante do podcast, especialmente na criação de um novo programa, pois nesta etapa é possível entender quais serão as possíveis pautas, roteiros, quem pode servir de fonte para o episódio, entre outros questionamentos. No jornalismo, costumamos dizer que tudo começa na pauta. O que é verdade! A pauta é o norteador do trabalho do repórter, seja dentro ou fora das redações, pois na pauta há os principais direcionamentos feitos pelo produtor que seja construída uma matéria. Informações importantes, como nome e contato da fonte, endereço se for o caso, além de encaminhamentos para a matéria também constam na pauta.

No entanto, a pauta não pode ser encarada como algo que aprisiona o repórter e delimita exatamente quais são os seus caminhos. A sensibilidade do jornalista, somado ao seu olhar atento diante daquela cobertura, deve se fazer presente na construção do material final.

A pauta não é uma camisa-de-força que aprisiona e sufoca o trabalho de execução do repórter. Se o repórter no momento em que estiver realizando a matéria perceber que a realidade não é a bem descrita na pauta, ele pode, sim, mudar o gancho e fazer a matéria de acordo com o que ele está percebendo na rua. Ele deve, apenas, comunicar à chefia de redação ou ao editor-chefe do telejornal para o qual vai enviar a matéria, uma vez que o editor tem que estar ciente de como a matéria está sendo executada. (NETO, 2008, p. 25)

Uma outra fase também importante da pré-produção de um podcast, em especial neste caso em formato “mesacast”, é o roteiro. No roteiro é possível dar um panorama de quais devem ser as etapas do programa em si, desde a abertura até o seu encerramento. Através do roteiro é possível ter noção do tempo de duração do programa, a demarcação de quais são os momentos em o entrevistado deve falar, quais são as perguntas essenciais que não podem ficar de fora, além de nortear algumas falas importantes, como a abertura e o encerramento. O roteiro, sobretudo, pode ser apontado como uma referência de como se dará a gravação do “mesacast”. “O roteiro também é entendido como técnica de elaboração ou de pré-visualização de um audiovisual, constituindo o ponto de referência para o preparo de todas as ações técnicas e de organização do processo, servindo como um mapa de orientação para a equipe de produção” (ASCHER ; PINCUS, 2013). Outras etapas importantes envolvem a produção, que é a gravação em si, e a pós-produção, que é a edição e finalização do material.

O Podcast *É Cesta!* não foi feito apenas em áudio, como já mencionado previamente e sendo audiovisual se fez necessário um preparo diferente para a captação das imagens, como o aluguel de um estúdio para tal e um tempo para que o editor do estúdio me entregasse o material em vídeo já editado, com trilha sonora e com imagens das três câmeras usadas na captação. O acordado com o estúdio alugado foi de receber as imagens dos episódios e eu faria a extração do áudio do vídeo para subir em plataformas apenas de áudio, como o Spotify. No parágrafo seguinte, eu explico como foi a produção do Podcast *É Cesta!*, detalhando todas as etapas de produção, do planejamento até a finalização da edição do conteúdo.

5 A ELABORAÇÃO DO PRODUTO RESULTANTE DESTA PESQUISA: O PODCAST É CESTA!

A ideia da criação do Podcast É Cesta! surgiu como uma alternativa de levar a presente pesquisa para além dos muros da academia, apresentando à sociedade esta temática pouco abordada e que julgo ser de grande importância para a comunicação esportiva da Paraíba. Desta forma, o primeiro passo para tornar o podcast atrativo e informativo foi a elaboração das pautas e determinação de quantos programas fariam parte da primeira temporada do Podcast É Cesta!.

Não foi difícil criar o nome do podcast. Ele surgiu a partir da ideia de ter um nome curto, de fácil memorização e que fizesse referência ao universo do basquete. O “É Cesta” veio a partir da pontuação da modalidade, que se dá através das cestas marcadas pelos jogadores ao longo de uma partida de basquete. O ponto de exclamação no final do nome é proposital, justamente para dar a entonação de alegria e efusão com que uma cesta na modalidade é narrada. Além dos fatos que já expliquei, tem também o trocadilho com o dia da semana sexta-feira, desta forma, estabeleci que o Podcast É Cesta! será exibido toda sexta-feira.

Em julho de 2022, antes da defesa da qualificação da presente pesquisa, foram elaboradas quatro pautas (APÊNDICE A), para quatro programas, com inicialmente oito entrevistados. Sendo assim, já ficou pré-acordado que a primeira temporada do programa contaria com quatro episódios, com temáticas que explicassem aos ouvintes/web espectadores como se dá a cultura do basquete em Campina Grande e se há (ou não) a influência da Rede Ita neste processo de popularização da modalidade na cidade.

A ideia inicial era que os programas fossem gravados ainda em 2022, para que este trabalho fosse apresentado no mesmo ano. No entanto, devido aos meus compromissos de trabalho na cobertura da Copa do Mundo 2022 e na cobertura das eleições, solicitei a prorrogação por mais um semestre para que a pesquisa fosse concluída com mais tempo dedicado à ela, permitindo melhor qualidade no material captado.

Ao longo do primeiro semestre de 2023, foram realizadas algumas reuniões virtuais com a minha orientadora, prof^a Dr^a Fabiana Cardoso de Siqueira e conversamos sobre como seria o podcast, qual era o tempo ideal de duração para cada episódio e fizemos pequenos ajustes nas pautas para as gravações.

O passo seguinte para tirar o projeto do papel e tornar os programas possíveis foi pesquisar o valor dos aluguéis de estúdios de gravação de podcasts em Campina Grande, uma

vez que fiz questão que o projeto desta pesquisa acontecesse em formato de “mesacast” ou videocast, como também é conhecido, unindo imagem e som, promovendo maior distribuição entre as plataformas *on-demand*, não se limitando apenas às plataformas de áudio.

Os "mesacasts" têm conquistado uma dupla proeza: ouvintes tanto nas plataformas de áudio quanto nas de vídeo. O produto é um tipo de podcast de mesa redonda com apresentadores e convidados, e em muitos casos também são filmados. São comuns os casos de *youtubers*, artistas ou influenciadores que já tinham uma carreira consolidada e decidiram produzir conteúdo em frente ao microfone e às câmeras. (TERRA, 2022).

O primeiro estúdio procurado, em abril de 2023, cobrou R\$200 por gravação, totalizando R\$800 reais pelos quatro episódios do Podcast É Cesta!. Já o segundo estúdio que solicitei o orçamento, me apresentou duas situações: a primeira custando, R\$600 a hora e a segunda R\$750 a hora. Levando em consideração que cada episódio teria 1h de duração, a média do segundo estúdio foi de R\$2.400 e R\$3.000. É importante ressaltar que o programa de pós-graduação que eu faço parte não tem bolsa, pois este é um mestrado profissional, ou seja, o custo de toda a produção seria pessoal. Diante disso, voltei ao primeiro orçamento e a empresa me ofereceu um desconto caso eu conseguisse gravar dois programas por noite, ficando por R\$150 cada gravação, totalizando R\$600. Em função disso, o primeiro estúdio foi o escolhido para a captação dos quatro episódios do Podcast É Cesta!.

Com a definição do estúdio, parti para a parte da produção do logotipo do podcast, sendo este elemento de grande importância para a divulgação do produto, além de fazer parte da ambientação do estúdio durante as gravações dos episódios.

Para economizar, o logotipo foi feito por mim com um arquivo de base do *site* Freepik¹⁹, que foi manipulado digitalmente no *software* Adobe Illustrator 2023. O logotipo traz o azul escuro como fundo, laranja e cinza presentes nos caracteres, uma bola laranja de basquete, junto com alguns elementos remetendo ao universo da modalidade e à temática central do presente estudo (FIGURA 5).

¹⁹ <https://www.freepik.com/>

Figura 5 - Logotipo do Podcast É Cesta!

Fonte: Arquivo pessoal

5.1 O agendamento das fontes para as duas primeiras gravações

Com o logotipo finalizado, passei para a etapa de convidar os entrevistados que eu tinha em mente para cada programa, com o objetivo de encaixar a agenda de todos em duas noites para a gravação de dois programas por vez, com o objetivo de otimizar os custos com o aluguel do estúdio de gravação.

O primeiro convidado foi Betson da Silva, criador do perfil no Instagram @bsktunifacisadepre²⁰. Betson gerencia um perfil super ativo nas redes sociais que fala sobre os bastidores do Basquete Unifacisa, contratações, renovações, notícias, além de ser sempre marcado por torcedores que comparecem aos jogos na Arena Unifacisa. Betson aceitou o convite de primeira, muito solícito e contou que estava disponível todos os dias à noite para participar do podcast.

Pedi a Betson a indicação de uma torcedora que pudesse falar sobre a visão da torcida a respeito da importância que a Rede Ita tem na cultura do basquete em Campina Grande. Eu queria que fosse uma torcedora, mulher, pois acredito que as arquibancadas também são espaços para a presença feminina no âmbito esportivo. Betson prontamente me indicou uma fonte, que também foi muito solícita, mas que não podia gravar à noite, o que complicaria o

²⁰ <https://www.instagram.com/bsktunifacisadepre/>

encaixe na agenda para as gravações, uma vez que devido ao meu trabalho até às 18h, não teria como gravar à tarde.

Desta forma, segui em busca de uma nova fonte, enquanto eu conversava com os possíveis entrevistados do segundo programa que seria gravado no mesmo dia do primeiro. O outro programa da noite seria sobre a visão da imprensa esportiva de Campina Grande a respeito da cobertura do basquete local feita pela Rede Ita.

A primeira pessoa que fiz o convite para o segundo programa foi Rafael Costa, fotógrafo e jornalista esportivo, com atuação em rádios e canal de *streaming*, além da cobertura fotográfica dos mais variados eventos esportivos da cidade. Rafael aceitou o convite de primeira, mas me informou que iniciava no seu trabalho às 22h, ou seja, eu precisaria terminar o programa antes das 21h. Ciente do fato, imaginei que o programa gravado com Rafael seria o primeiro, por volta das 19h, com o objetivo de liberá-lo o mais rápido possível para o seu compromisso laboral.

O segundo entrevistado que entrei em contato para o segundo programa foi o também jornalista Ademar Trigueiro, que aceitou o convite rapidamente. Ademar tem atuação na narração esportiva, além de trabalhar em uma emissora de Campina Grande na cobertura dos mais diversos assuntos diários e de acompanhar o Basquete Unifacisa, comentando sobre jogos e contratações nas suas redes sociais. Ademar me informou que todos os dias, após às 15h, estaria com a agenda disponível para gravar o programa.

Desta forma, fiz o seguinte encaixe: o programa com os jornalistas seria o primeiro a ser gravado, às 19h e o segundo seria com os torcedores, por volta de 20h. Entrei em contato com Aldair Rodrigues, responsável pelo estúdio de gravação contratado e reservei a primeira data para a gravação dos dois primeiros programas do Podcast *É Cesta!*, o dia 19 de maio de 2023, às 19h.

Até a véspera do primeiro programa eu ainda não tinha a segunda fonte para o episódio dos torcedores. Conversei com uma outra torcedora do Basquete Unifacisa, muito ativa nas redes sociais, porém muito tímida e ela me contou que não se sentiria à vontade para participar de um podcast, mesmo ele sendo gravado e não transmitido ao vivo. Então, pedi ajuda a Betson, que falou previamente em um grupo com torcedores e a torcedora Mayara Diniz se disponibilizou a participar da gravação. Mayara é administradora do perfil no Instagram *@jackers_unifacisa*²¹, que representa a torcida organizada do Basquete Unifacisa.

²¹ https://www.instagram.com/jackers_unifacisa/

5.2 O *presskit* para os convidados do podcast

Assistindo a alguns programas em formato de “mesacast”, notei que os entrevistados e apresentadores sempre estavam com uma caneca com o logotipo do programa, então decidi que no meu podcast também teríamos canecas. Além de ficar mais bonito no vídeo ao convidado tomar água, ficaria *como um material de divulgação e um presente da participação no programa, uma vez que os entrevistados não seriam remunerados para comparecerem ao local das gravações* e foram solícitos ao aceitarem os convites para as gravações.

Orcei com duas empresas que pudessem me entregar com rapidez dez unidades de canecas (FIGURA 6) e o valor mais em conta que achei foi a R\$28 a unidade. Desta forma, as dez canecas ficaram pelo preço de R\$280 e foram entregues no dia da primeira gravação do Podcast É Cesta!.

Figura 6 - Caneca dada de presente aos convidados do Podcast É Cesta!



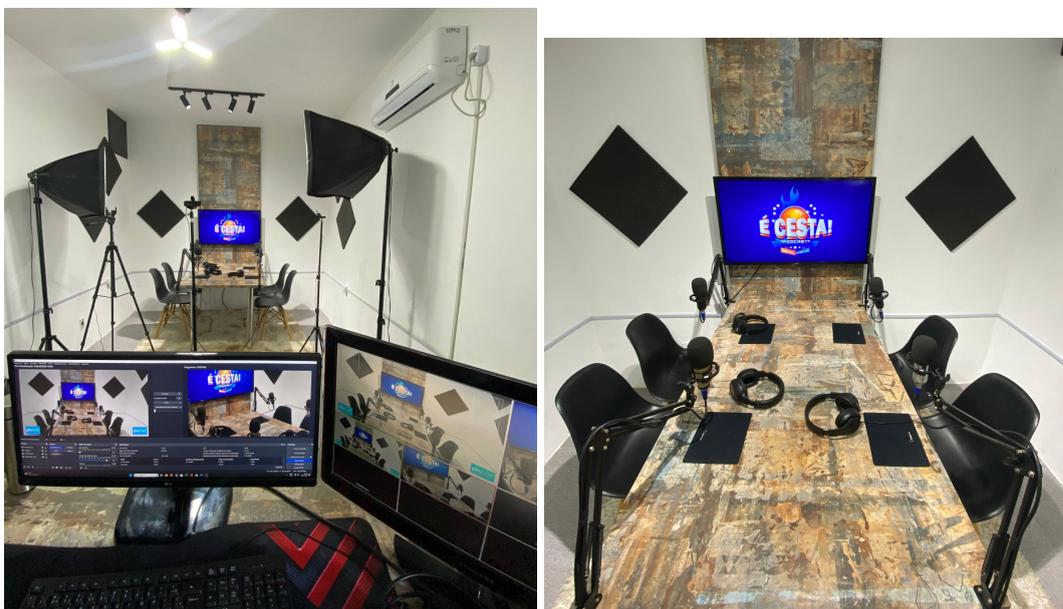
Fonte: Arquivo pessoal

5.3 A gravação dos dois primeiros programas do Podcast É Cesta!

Os equipamentos usados pelo estúdio contratado para a captação audiovisual do Podcast É Cesta! foram três webcam Lounge Tech Pro com gravação em HD. As luzes do estúdio são de refletores de teto e para preenchimento dos componentes de gravação do quadro foram usadas duas softbox (equipamentos também de iluminação). Para gravação do áudio foi utilizada uma mesa de som AMW SM6, que faz a interface de áudio para captação do que está sendo vinculado durante as falas. O *software* de gravação foi o OBS Studio (Open Broadcaster Software), que capta todas as informações de imagem e áudio e é levado para a gravação do projeto.

Na manhã do dia da primeira gravação, dia 19 de maio de 2023, o dono do estúdio me mandou uma uma mensagem para sinalizar que estava tudo certo para as duas gravações e me enviou duas fotos de como ficou o estúdio com o logotipo do Podcast É Cesta! no monitor (FIGURA 7 e 8). Fiquei bem contente e ansiosa com o recebimento das imagens, pois era a confirmação de que esta jornada acadêmica no mestrado estava dando um passo a mais rumo ao desfecho.

Figuras 7 e 8 - Cenário para a gravação do Podcast É Cesta!



Fonte: Arquivo pessoal

Enviei as imagens acima para os entrevistados dos dois primeiros programas, junto de uma mensagem confirmando a presença dos quatro convidados e enviando o endereço do

estúdio. Todos eles confirmaram suas participações nos horários, sem ser necessários ajustes na programação prévia e já repassei a ordem das entrevistas para a produção do estúdio.

Aproveitei a conversa no início da manhã e após a confirmação da presença, pedi uma breve apresentação da trajetória dos dois jornalistas entrevistados, para ter mais informações nas apresentações deles no início da gravação do Podcast *É Cesta!*.

Trabalhei a manhã toda e aproveitei o horário de almoço para comprar garrafinhas com água para os convidados dos programas e separei as duas camisas que usei durante as gravações. Pensei em duas roupas diferentes para dar a ideia de que os programas foram gravados em dias diferentes, já que serão divulgados em dias diferentes. Como eu não sabia qual era a estrutura do estúdio para trocar de roupa completa, achei que trocando apenas as camisas já me ajudaria na questão de diferenciar um figurino do outro.

Terminei o meu expediente às 18h, tomei banho, me maquiei e arrumei o cabelo, coloquei uma bola de basquete do meu filho na mochila para fazer parte da decoração do espaço (FIGURA 9), junto com as canecas, a outra troca de roupas e levei impresso o roteiro e as perguntas para os programas. Chamei um motorista por aplicativo e fui para o estúdio por volta de 18h30.

Quando cheguei ao estúdio para a gravação do Podcast *É Cesta!*, para minha surpresa, Ademar já estava no meu aguardo e ficamos conversando até Rafael chegar, por volta de 18h50. Nós três conversamos bastante enquanto eram ajustados os microfones. Alinhei com eles como seria o nosso bate-papo, falamos um pouco sobre a ideia central dos programas e iniciamos as gravações bem depois do previsto, por volta de 19h30.

Figura 9 - Cenário com bola de basquete para a gravação do Podcast É Cesta!



Fonte: Arquivo pessoal

O programa com Ademar e Rafael foi o primeiro a ser gravado do Podcast É Cesta! e eu estava com um pouco de medo de não saber conduzir o programa, uma vez que nunca tinha feito uma longa condução de uma conversa entre dois entrevistados. O episódio durou 1:08 (uma hora e oito minutos) e acredito que foi bem proveitoso, embora em alguns momentos eu tenha sentido que a conversa saiu um pouco do foco principal, tentei puxar ao máximo para o eixo central desta pesquisa, que tem como objetivo falar sobre a cultura do basquete em Campina Grande e a contribuição da Rede Ita (antiga TV Itararé) neste processo.

O programa, de um modo geral, seguiu as perguntas propostas na pauta (APÊNDICE A) e se guiou também por questionamentos pertinentes que foram surgindo ao longo do diálogo sobre esportes, cobertura midiática local e a atenção da mídia para esportes além do futebol. A conversa foi extensa, bem argumentada pelos dois entrevistados (FIGURA 10), com debates que caminharam pelas temáticas já citadas.

Figura 10 - Com os entrevistados Rafael Costa e Ademar Trigueiro, após a gravação do primeiro episódio do Podcast É Cesta!



Fonte: Arquivo pessoal

Como a primeira gravação iniciou com um pouco de atraso, um pouco antes de iniciarmos, já mandei uma mensagem por WhatsApp para Betson, do segundo programa, com o contato de Aldair, dono do estúdio, para que quando ele chegasse, entrasse em contato e já entrasse para o local da gravação, ficando me aguardando na recepção. Betson e Mayara chegaram por volta de 19h40 e ficaram esperando o fim da primeira gravação conversando na recepção, alinhando entre eles alguns possíveis questionamentos. Esta seria a primeira vez de ambos em um podcast no estilo “mesacast”, com imagens.

Assim que terminamos a gravação do primeiro programa, falei rapidamente com Betson e Mayara e fui ao banheiro do estúdio trocar de camisa. Voltei para a recepção e atendi com mais calma os dois entrevistados do segundo programa, me desculpando também pelo atraso no horário previsto para a gravação deles.

Para a minha surpresa, ambos combinaram de irem ao Podcast É Cesta! usando

camisas iguais, o modelo em questão era uma camisa de sócio-torcedor do Basquete Unifacisa, chamada “*city edition*”, que traz no modelo elementos que remetem à Campina Grande. Algo que encaixou muito bem dentro da temática do podcast e da presente pesquisa. Me senti prestigiada pela dupla, que contou que combinaram pelo WhatsApp de usar as mesmas camisas.

Enquanto estávamos ajustando os microfones e posicionamentos para as câmeras, notei que os dois convidados estavam nervosos e antes de iniciar as gravações tentei tranquilizá-los ao máximo. Mostrei as perguntas, salientei que não tinha nada comprometedor ou que eles não soubessem responder e reforcei que o programa seria gravado e não ao vivo, então em caso de algum erro, nós poderíamos parar, respirar e voltar a gravar.

Durante as primeiras perguntas eu senti que eles continuavam nervosos, tímidos com o microfone e até mesmo se afastando do enquadramento da câmera. Era possível ver que a entrevistada estava suando e bem nervosa, apesar de falar muito bem e ter uma voz bem postada. Em uma parte da gravação, Mayara demorou um pouco para formular uma resposta e perguntou se poderíamos parar a gravação para ela dar início a resposta de forma mais rápida e assim fizemos.

Após essa pausa, fui conduzindo a conversa de forma leve, fazendo ligações com momentos que eu já sabia que eles tinham domínio e perguntando coisas mais ligadas para o pessoal, em que eu teria respostas mais genuínas. Adentramos aos poucos a temática do Podcast *É Cesta!* e eles foram se soltando, apresentando respostas mais longas e de forma mais descontraída. Do meio para o fim da gravação, eles já estavam completamente desinibidos, com melhor desenvoltura e mais falantes. Entendi que não eram pessoas da área da comunicação, como os entrevistados anteriores, e busquei a melhor condução possível para o programa.

Conversando com Betson e Mayara ao fim da gravação (FIGURA 11), eles confessaram que estavam nervosos no início, mas que foram ganhando confiança ao longo do programa. Perguntei para Aldair com quanto tempo ficou o programa, pois na minha cabeça ele teria sido bem curto e fiquei surpresa em saber que o segundo episódio do Podcast *É Cesta!* durou 57 minutos.

Figura 11 - Mayara Diniz e Betson Silva, após a gravação do segundo episódio do Podcast É Cesta!



Fonte: Arquivo pessoal

Ouvir e conhecer a visão dos torcedores sobre o papel que a Rede Ita desempenhou e segue realizando na divulgação da cultura do basquete foi extremamente importante para a pesquisa, pois da forma que eu imaginava, os torcedores ouvidos tiveram acesso ao Basquete Unifacisa através das transmissões da emissora, fortificando a importância que o veículo desempenha no compartilhamento de notícias esportivas para além do futebol, com grande participação na construção da cultura do basquete em Campina Grande.

Ao fim dos dois programas, o dono do estúdio, Aldair Rodrigues, ficou de me mandar os vídeos alguns dias depois, junto com cortes, que são trechos das gravações na vertical, prontos para usar nas redes sociais, com a finalidade de repassar para os entrevistados, caso eles quisessem usar nos seus perfis pessoais divulgando suas participações.

5.4 A produção do terceiro e quarto programa do Podcast É Cesta!

Na segunda-feira, dia 22 de maio de 2023, após as primeiras gravações, entrei em contato com Gustavo Carneiro, jornalista esportivo da Rede Ita, perguntando se eu poderia contar com ele para a gravação do Podcast É Cesta!. Expliquei sobre a minha pesquisa e sem pensar duas vezes, ele aceitou o convite. Perguntei se a gravação poderia ocorrer na quarta-feira, 24 de maio e ele disse que sim.

Carneiro, como é conhecido, inicialmente me falou que poderíamos gravar às 20 horas, mas depois ele me informou que teria um evento na escola da filha dele e perguntou qual o horário mais cedo em que poderíamos gravar na mesma data. Pensei então em iniciar mais cedo do que eu estava prevendo, que era às 19h. Portanto, agendei com Carneiro às 18h30.

Eu já sabia que o estúdio teria a quarta-feira livre e agendei com Aldair a data. Sinalizei para ele que desta vez iríamos começar a gravação mais cedo do que da primeira vez e ele disse que estava tudo bem.

Com o estúdio reservado e a primeira entrevista confirmada, fui falar com Heloysa Guedes, coordenadora de *marketing* do Basquete Unifacisa, com quem eu já tinha conversado pessoalmente alguns meses atrás sobre a gravação do podcast. Convidei formalmente Helô, como ela é chamada, através do WhatsApp e perguntei se ela estaria disponível na quarta-feira, 24 de maio, e ela aceitou o convite. Logo após o aceite, perguntei a ela quem seria uma segunda fonte ideal para o programa que mostraria a visão de dentro do clube de basquete sobre o papel da Rede Ita na divulgação da modalidade na cidade. Heloysa me respondeu que Matheus Chaves, assessor de imprensa da equipe de basquete, seria alguém que poderia somar ao podcast, uma vez que ele lida diretamente com a imprensa que cobre o Basquete Unifacisa. Agendei com eles para iniciar de 20h a gravação e ambos concordaram com o horário.

Na quarta-feira, 22 de maio, dia da gravação, confirmei com todos a presença no Podcast É Cesta! e repassei para Helô e Matheus o contato de Aldair, uma vez que provavelmente quando eles chegassem ao estúdio, eu estaria gravando com Carneiro. Conversei com Gustavo Carneiro sobre o horário, ele me perguntou sobre quais perguntas eu abordaria e alinhamos brevemente sobre como seria a condução do programa.

Novamente durante o meu horário de almoço fui até um supermercado próximo da minha casa para comprar as garrafinhas com água para os convidados e já arrumei o meu cabelo, sabendo que eu teria pouco tempo entre o fim do meu expediente e o início da

primeira gravação. Como de costume, trabalhei até às 18h, me arrumei rápido, coloquei na bolsa a troca de camisa que eu faria para a segunda gravação da noite e as canecas para os convidados.

Cheguei ao estúdio por volta de 18h40. Pensei que quando eu chegasse, Gustavo Carneiro já estaria no local, mas ele se atrasou um pouco e chegou por volta de 18h50. Durante o período em que eu estava organizando as canecas na mesa para a gravação, notei que esqueci a bola de basquete que usei no primeiro episódio como decoração, mas como eu não tinha a quem pedir para buscar na minha casa, decidi que gravaria sem ela mesmo.

Enquanto estávamos ajustando o microfone e a altura das câmeras, eu e Carneiro conversamos sobre as perguntas, ele me contou que ficou muito feliz com o convite, revelou que tinha muitas histórias para contar, afinal, ele estava na emissora antes mesmo dela abrir oficialmente, somando 17 anos de casa. As gravações do terceiro episódio do Podcast *É Cesta!* iniciaram pouco antes de 19h20.

Por ser um programa com apenas um entrevistado, fiquei com medo da conversa não render tanto como os outros dois programas e ter menor duração. Mas, mesmo com este receio, fui levando o programa, estimulando perguntas a partir das respostas de Carneiro e a gravação fluiu bem. Tive uma riqueza de respostas sem igual, uma vez que se tratava de alguém que viveu as primeiras transmissões de basquete da Rede Ita e sabia de detalhes que boa parte do grande público não tinha conhecimento. Este foi o programa, até então, que mais agregou em termos de informação e conhecimento para o presente trabalho e cujas respostas poderão servir de base para quem desejar estudar futuramente a comunicação esportiva em Campina Grande.

Ao fim da gravação, pensei que o programa teria ficado com uma média de 40 minutos de duração, no entanto, tive uma outra surpresa, pois chegamos em 57 minutos. Um bate-papo engrandecedor e que dificilmente saiu do foco principal da temática da pesquisa, o que deixou tudo ainda mais proveitoso.

A terceira gravação do Podcast *É Cesta!* (FIGURA 12) me trouxe apontamentos que pontuo como importantes para o trabalho, a exemplo de como se deram as primeiras coberturas do departamento de esportes da antiga TV Itararé, hoje Rede Ita, as transmissões pioneiras na emissora do futebol, basquete, as coberturas mais marcantes para o entrevistado e o que ele acha sobre a influência da Rede Ita na construção da cultura do basquete em Campina Grande.

Figura 12 - Com Gustavo Carneiro, após a gravação do terceiro episódio do Podcast
É Cesta!



Fonte: Arquivo pessoal

Ao finalizar a gravação com Gustavo Carneiro, Helô e Matheus já estavam presentes na recepção do estúdio. Com isso, me despedi rapidamente do primeiro entrevistado e fui trocar de camisa para mais uma gravação. Em seguida, já recebi a dupla que integra o departamento de marketing do Basquete Unifacisa e que seriam os meus dois últimos entrevistados do Podcast É Cesta! para a conclusão do presente trabalho.

Confesso que eu já estava bastante cansada antes mesmo do bate-papo começar, pela jornada intensa de trabalho e pela primeira conversa da noite ter exigido mais da minha voz, afinal foi apenas um entrevistado. Mas, apesar do cansaço, fiz de tudo para obter o melhor resultado possível.

Enquanto estávamos ajustando o microfone, conversei com Helô e Matheus sobre as perguntas que eu tinha planejado para a gravação e os tranquilizei, falando que o programa seria gravado e que em caso de erro, poderíamos fazer ajustes. Helô me contou que esta seria

a primeira vez dela em uma gravação de “mesacast” e que tinha se preparado. Neste momento, ela trouxe uma reportagem²² impressa do *site* do Basquete Unifacisa, com dados da transmissão da final da Liga Ouro 2019 pela antiga TV Itararé. Reportagem essa que também uso nesta pesquisa. Sinal que estávamos em sintonia!

Por serem da área de comunicação e terem contato diário com a TV Itararé, a conversa com Helô e Matheus fluiu muito bem. Ao longo de toda a entrevista tivemos a opinião de cada um da dupla, o que de certa forma deixou o debate mais rico, com duas visões sobre as perguntas abordadas. A conversa permeou com assuntos sobre a carreira deles, como tiveram os primeiros contatos com o basquete, como é o trabalho deles no Basquete Unifacisa e como se dá cobertura da imprensa local sobre a modalidade em Campina Grande.

Ao falar sobre o trabalho da imprensa como um todo, notamos que ainda é um grande déficit de modo geral abordar com destaque outros esportes que não o futebol. Mas, a dupla pontuou no decorrer do nosso bate-papo que aos poucos os veículos de comunicação da Paraíba estão se abrindo para a cobertura do basquete, embora o tempo no ar não se equipare ao do futebol, por exemplo. Esta realidade, no entanto, não se aplica para a Rede Ita, que se dedica mais para a cobertura dos jogos de basquete e sua transmissão.

Quando falamos de transmissão, a equipe que compõe o marketing do Basquete Unifacisa nos mostrou alguns dados interessantes sobre a quantidade de pessoas que assistiram aos jogos de basquete do time através da transmissão oficial da Rede Ita no canal no Youtube da emissora, que passou de 100 mil visualizações ao longo da temporada 2022/2023.

Um outro ponto que chamou atenção ao longo da conversa, foi quando Helô e Matheus apontaram que ao observarem os *outdoors* de escolas particulares por Campina Grande, ao ilustrarem as modalidades oferecidas, estão mostrando crianças com bola de basquete, salientando que aos poucos a cidade já está internalizando a cultura do basquete e externalizando isso através das publicidades institucionais. Para a dupla, a Rede Ita tem importância nesta divulgação da modalidade, somado com o bom desempenho do Basquete Unifacisa na disputa do Novo Basquete Brasil (NBB), a primeira divisão nacional da modalidade.

Durante a conversa, falamos sobre o papel que a Rede Ita desempenha na divulgação da modalidade e na construção da valorização de um esporte que não é o futebol. Para Helô e Matheus, o bom desempenho da equipe em quadra, a experiência que é oferecida aos

²²<https://www.unifacisa.edu.br/basquete/noticia/com-pioneirismo-e-qualidade-tv-itarare-impulsiona-cultura-do-basquete-na-paraiba>

torcedores durante os jogos na Arena Unifacisa e a transmissão da Rede Ita foram os elementos que colaboram para que o basquete venha ganhando força em Campina Grande, apesar da concorrência com o futebol, com duas grandes e tradicionais equipes na cidade, o Campinense Clube e o Treze Futebol Clube.

A conversa com Helô e Matheus (FIGURA 13) no Podcast É Cesta! foi a maior dos quatro episódios gravados, somando 1h15 minutos. Apesar do tempo, foi uma conversa leve, ao mesmo tempo bastante informativa e que somou muito no conjunto dos quatro episódios que fizeram parte dos programas desta pesquisa.

Figura 13 - Com Heloysa Guedes e Matheus Chaves, após a gravação do quarto e último episódio do Podcast É Cesta!



Fonte: Arquivo pessoal

Ao fim da última gravação, conversei um pouco com Helô e Matheus, por volta de 10 minutos e logo após já comecei a arrumar as coisas para ir embora. O dono do estúdio, Aldair, informou que me mandaria os vídeos completos em poucos dias, mas enviou apenas no mês seguinte os programas na íntegra.

Confesso que ao terminar a última gravação, fiquei muito feliz com o resultado dos quatro programas que compõem o Podcast É Cesta!. Estimo que todos aqueles que venham a assistir ao podcast e/ou ler este relatório, possam adquirir conhecimento, o mínimo que seja, sobre a construção da cultura do basquete em Campina Grande e o papel que a Rede Ita,

antiga TV Itararé, desempenhou/desempenha neste processo.

5.5 A edição e ajustes finais do Podcast É Cesta!

A edição do Podcast É Cesta! foi feita por Aldair Rodrigues, dono do estúdio alugado para as gravações dos quatro episódios. As gravações aconteceram nos dias 19 e 24 de maio de 2023 e eu recebi os primeiros três episódios editados no dia 15 de junho de 2023. O quarto episódio foi enviado, mas por um problema de origem desconhecida, o arquivo estava com apenas os 16 minutos iniciais e não com a duração completa de 1h15 minutos. No dia 27 de junho do mesmo ano, Aldair me enviou outra vez o arquivo, através do Google Drive, mas novamente com o mesmo problema. No dia seguinte, o arquivo foi enviado completo, no entanto, a partir de 0:49 segundos, havia um problema no áudio do vídeo. Desta forma, apenas no dia 07 de julho consegui receber a gravação completa, sem erros.

Apesar do problema citado acima, não foi necessário nenhum outro ajuste nos vídeos. Os cortes de câmera que estão presentes ao longo dos quatro episódios do Podcast É Cesta! foram feitos durante as gravações, pelo *software* de gravação OBS Studio.

De acordo com o Aldair, o editor dos programas, na edição dos materiais foi utilizado o programa Adobe Premiere, onde foram ajustados som e imagem com alguns retoques. Logo após as edições, os vídeos foram exportados, ficando aptos para publicação no Youtube.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Idealizar e produzir o Podcast É Cesta! foi muito prazeroso, uma vez que o produto fruto desta pesquisa de mestrado não vai ficar limitada apenas ao âmbito acadêmico. A possibilidade de fazer um produto midiático acompanhou a ideia central deste projeto desde quando ele foi apresentado ao concorrer a uma vaga no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). A ideia é que qualquer pessoa com acesso à internet possa assistir aos programas e aprender, através de diversos olhares e opiniões, como é o panorama da cultura do basquete em Campina Grande e o papel que a Rede Ita (antiga TV Itararé) desempenhou para tal.

Desta forma, acredito que ao longo de todos os episódios do Podcast É Cesta!, é possível acompanhar um conteúdo pensado para ser leve, informativo, com o compromisso ético que o jornalismo necessita, feito para esta demanda acadêmica e com o objetivo de seguir vivo após a conclusão deste mestrado. O presente trabalho também funciona como um elemento de resgate de memória da cobertura jornalística feita pela Rede Ita (antiga TV Itararé), contribuindo, assim como a emissora, para a construção da memória social do jornalismo local.

Curioso que mesmo acompanhando a programação da emissora desde a sua chegada na Paraíba, quando eu ainda era criança, em 2006, até ter a ideia da presente pesquisa, eu nunca tinha percebido como a Rede Ita me educava intrinsecamente sobre o que é o basquete, seus maiores ídolos, como se dava as principais jogadas, a dinamicidade das partidas e até mesmo o desejo de frequentar aos jogos do Basquete Unifacisa presencialmente. Ao me deparar com o conceito de construção de memória, gatekeeper e os demais referenciais teóricos abordados neste trabalho, fui me dando conta que eu também fui exposta e influenciada pela emissora a apreciar uma modalidade não tão tradicional no meu meio, mas que poderia me proporcionar experiências esportivas bacanas e salutares.

Com quatro episódios, com média de duração de uma hora, o Podcast É Cesta! foi feito com base em entrevistas de personagens que contam as suas relações com o basquete em Campina Grande e a ligação da Rede Ita neste processo de identificação. Foram entrevistadas pessoas relacionadas à emissora campinense e ao Basquete Unifacisa, mesclando jornalistas, funcionários do clube e torcedores, para entender a como a afiliada da TV Cultura na Paraíba colaborou na construção da memória social da cultura do basquete em Campina Grande.

São histórias que ainda não tinham sido contadas, de personagens que fazem parte da cena esportiva da cidade, que apresentaram uma diversidade de opiniões, relatos e

compartilharam momentos vivenciados com ligação ao basquete em Campina Grande. Uma pesquisa que precisava ser feita, além de um produto inédito no cenário local, que poderá servir de base para trabalhos futuros, além de ser um ponto de partida para próximas análises.

Ao final de cada episódio do Podcast *É Cesta!*, cada um dos sete entrevistados falou que sim, a Rede Ita exerceu e ainda exerce participação na popularização do basquete em Campina Grande, algo a ser exaltado, principalmente ao levar em consideração que o futebol é uma modalidade muito popular na cidade, especialmente devido aos clubes mais tradicionais locais. Apesar da emissora fazer parte do mesmo grupo que o Basquete Unifacisa, foi conversado ao longo dos programas do Podcast *É Cesta!* que a cobertura para a modalidade vai além de ser um trabalho para valorizar uma empresa do mesmo grupo, sendo um grande instrumento de informação e até mesmo um serviço pedagógico do jornalismo para a sociedade, ao dedicar parte da programação para ensinar sobre o basquete, além das transmissões das partidas, que é diferente do que as outras emissoras de canais abertos da Paraíba fazem.

Não é fácil ser mulher na cena esportiva não só no interior da Paraíba, mas em qualquer lugar do Brasil. Ter uma ideia original, como o Podcast *É Cesta!*, que precisou de investimento próprio para sair do papel, foi corajoso e ao mesmo tempo serve de exemplo para que mais mulheres, jornalistas esportivas como eu, tenham a ousadia de falar de esportes sempre, quanto mais melhor. Como disse, o projeto não teve financiamento de terceiros e, devido a isso, talvez a gravação não tenha sido das melhores, assim como o cenário, mas o principal foi feito, que era mostrar por diferentes ângulos como é a vivência do basquete em Campina Grande e o papel desempenhado da Rede Ita neste processo de popularização da modalidade.

Por fim, acredito que o presente trabalho conseguiu cumprir o que se propôs, analisando por diferentes olhares como se dá a cobertura da Rede Ita para o basquete e o papel que a emissora campinense desempenha na construção da cultura do basquete em Campina Grande, algo que já está ganhando força ano após ano, não apenas pela Rede Ita em si, bem como pelo êxito do Basquete Unifacisa nas competições em que participa, aumentando ainda mais o interesse local em consumir uma modalidade que por muitas vezes só ganha destaque na televisão durante a disputa dos Jogos Olímpicos.

Espero que o meu trabalho possa contribuir como referencial teórico para outros pesquisadores que também desejam estudar como emissoras de televisão abordam o basquete em suas coberturas esportivas, além de estimar inspirar de alguma forma a produção acadêmica e/ou audiovisual de conteúdos sobre basquete nacional.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Karen Cristina Kraemer; SILVA, Rodolfo Sgorla da. **História e tecnologias da televisão**. Artigo Científico, Universidade Federal de Santa Maria, Campus de Westphalen, RS, 2011.
- ASCHER, Steven, PINCUS, Edward. *The Filmmaker's Handbook: A Comprehensive Guide for the Digital Age*. 4 ed.. New York, PLUME – Penguin Group Inc., 2013.
- ALCOBA, Antonio Lopéz. *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid: El autor, 1980.
- BUCCI, Eugênio. Ainda sob o signo da Globo. KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004. p.220-240.
- CAMARGO, Vera Regina Toledo. **A imagem televisiva e a cultura esportiva: um olhar sobre esta parceria**. In: Congresso de Ciências da Comunicação, 1997.
- CASTELLS, Manuel. *Sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.
- DUARTE, Jorge, BARROS, Antonio. (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- FIGUEIRA, A. C. P.; BEVILAQUA, D. V. **Podcasts de divulgação científica: levantamento exploratório dos formatos de programas brasileiros**. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, v. 16, n. 1, 2022. DOI: [10.29397/reciis.v16i1.2427](https://doi.org/10.29397/reciis.v16i1.2427) Acesso em: 21 set. 2023.
- FOTIOS, Ricardo. **Gatekeeping e Gatewatching: diálogos da participação do público na construção do jornalismo online**. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 39., 2016, São Paulo. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0960-1.pdf>> acesso em 05 de dezembro de 2021.
- GAMBARO, D.; SANTOS FILHO, J. P. dos. Do radiojornalismo esportivo aos podcasts: identificação e análise de produções narrativas. **Cambiassu: Estudos em Comunicação**, [S. l.], v. 17, n. 29, p. 120–140, 2022. DOI: [10.18764/2176-5111v17n29.2022.6](https://doi.org/10.18764/2176-5111v17n29.2022.6). Disponível em: <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/18927>. Acesso em: 15 dez. 2022.
- GASPARINO, Henrique. **Estudo da Transmissão Esportiva na Televisão Brasileira**. Projeto Experimental apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista. Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, Bauru, São Paulo, 2013.
- GENTE.GLOBO. **Podcasts e a crescente presença entre os brasileiros[2022]**. Disponível em: <<https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>>. Acesso em 19 jul. 2022.
- GERK, Cristiane; BARBOSA, Marinalva. **Jornalismo, memória e testemunho: Uma análise do tempo presente**. Contratempo, Niterói, v. 37, n. 01, pp. 150-167, abr. 2018/jul. 2018.
- GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamento da Ciência dos Jornais**.

Petrópolis: Vozes, 2011.

GONDAR, J. Memória individual, memória coletiva, memória social. **Revista Morpheus - Estudos Interdisciplinares em Memória Social**, [S. l.], v. 7, n. 13, 2015. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/morpheus/article/view/4815>. Acesso em: 15 jul. 2022.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A "geração podcasting" e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista Famecos**, v. 15, n. 37, p. 101-106, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JORNAL DA PARAÍBA. **Líder de audiência em Campina Grande, TV Paraíba fala com 28 Amigões lotados todos os dias**, [2022]. Disponível em: <https://jornaldaparaiba.com.br/noticias/2022/06/14/lider-de-audiencia-em-campina-grande-tv-paraiba-fala-com-28-amigoes-lotados-todos-os-dias>. Acesso em 23 jul. 2022.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Basquete cresce no Brasil e número de fãs do esporte atinge nível histórico**, [2019]. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/basquete-cresce-no-brasil-e-numero-de-fas-do-esporte-atinge-nivel-historico/>. Acesso em: 30 abr. 2020.

KARAM, Francisco José. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

_____. **Teoria e Técnica do Texto Jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier (2005).

LACERDA, Raniery. **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, 2022.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas: Ed. Unicamp, 1994.

MEDITSCH, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento. **Media & Jornalismo**, v. 1, n. 1, p. 9-22, 2002.

MEIRELES, Norma; MONTEIRO, Patrícia. Produção de podcast na UFPB: mapeando iniciativas e condições de produção. **Anais... 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Virtual**, 2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1186-1.pdf> Acesso em: 19 jul. 2022.

MONTEIRO, Luís. A internet como meio de comunicação: possibilidades e limitações. . **Anais... XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande/MS**, set. 2001.

NETO, João Elias da Cruz. **Reportagem de Televisão: como produzir, excutar e editar**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

O GLOBO. **Grêmio tem torcida mais fiel, seguido por Flamengo e Corinthians; veja ranking**, [2022]. Disponível em: https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2022/07/pesquisa-o-globopec-quantos-sao-e-com-o-torcem-os-brasileiros-que-afirmam-ter-dois-times.ghtml?li_source=>. Acesso em 21 jul. 2022.

O GLOBO. **Só 17% dos nordestinos torcem por time do Nordeste, aponta pesquisa o GLOBO/Ipec; veja ranking**, [2022]. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2022/07/so-17percent-dos-nordestinos-torcem-por-um-time-do-nordeste-aponta-pesquisa-o-globo-pec-menos-de-1percent-prefere-times-de-fora-no-sudeste.ghtml?li_source=LI&li_medium=news-page-widget>. Acesso em 21 jul. 2022.

PALACIOS, Marcos. Convergência e Memória: Jornalismo, Contexto e História. **Matrizes**, USP, v. 4, p. 37-50, 2010.

PROCHINK, Luísa. O futebol na telinha: a relação entre o esporte mais popular do Brasil e a Mídia. **Anais...** Xv Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Vitória, Espírito Santo, 2010.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo/RS: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://migre.me/eqVxf>>. Acesso em 30 mai. 2020.

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo histórias da imprensa esportiva no Brasil**. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

SOUSA, Iago Calheiros de Mendonça. **Reinvenção do radiojornalismo esportivo: o humor e a internet**. 2013. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

SHOEMAKER, Pamela J. **Teoria do gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

UNIFACISA. **Basquete Unifacisa é o grande vencedor da Premiação Alternativa 2019/2020 do NBB**, [2020]. Disponível em:

<<https://www.unifacisa.edu.br/noticia/basquete-unifacisa-e-o-grande-vencedor-da-premiacao-alternativa-2020-do-nbb>>. Acesso em 20 mai. 2022.

UOL ESPORTE. **Basquete volta à TV aberta com transmissão didática, jogo morno e Varejão comentarista** [2012]. Disponível em:

<https://uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/uol_amp/2012/06/02/basquete-volta-a-tv-aberta-com-transmissao-didatica-jogo-morno-e-varejao-comentarista/>. Acesso em 10 de nov. 2022.

TERRA, 2022. **Flow, Podpah e mais**: por que "mesacasts" se tornaram tão populares. [2022] Disponível em:

<<https://www.terra.com.br/byte/flow-podpah-e-mais-por-que-mesacasts-se-tornaram-tao-populares,3cb6a3a2668279a62f0ec2e8c606cbc3jjv5e91e.html>>. Acesso em: 20, mar. 2023.

TIGRE, Rodrigo. Os diferentes formatos e usos do podcast. **Meio & Mensagem**, 2020. Disponível em:

<<https://www.meioemensagem.com.br/opiniaio/os-diferentes-formatos-e-usos-do-podcast>>. Acesso em: 20 jul. 2023.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística**: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular Livros, 2000.

VIZEU, A. **O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica**. Revista FAMECOS, [S. l.], v. 16, n. 40, p. 77–83, 2009. DOI: 10.15448/1980-3729.2009.40.6321. Disponível em:

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/6321>. Acesso em: 31 out. 2023.

YIN, Robert k. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

WOLF, Mauro; DE FIGUEIREDO, Maria Jorge Vilar. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença, 1987.

APÊNDICE A

As pautas dos quatro episódios do Podcast é Cesta!

| | |
|---|---------------|
| PODCAST É CESTA! | EP: 01 |
| <p>REPÓRTER: Geovanna Teixeira</p> <p>ENTREVISTADOS: Ademar Trigueiro e Rafael Costa</p> <p>ASSUNTO DO EP: A Paraíba tem time para torcer e transmitir ao vivo também!</p> | |
| <p>DATA: 19/05/2023</p> <p>HORÁRIO: 19h</p> <p>LOCAL: Estúdio Imaginar - Rua Ana Almeida de Castro - 501, Santa Rosa</p> | |
| <p>SUGESTÕES DE PERGUNTAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enquanto jornalistas, vocês acham que as emissoras da cidade valorizam modalidades além do futebol? - Como vocês enxergam a cobertura de outras modalidades na cidade? Pode melhorar? - Acham que o número de torcedores de futebol para times de outras cidades têm influência com a transmissão de partidas na tv aberta? - O que vocês acham da cobertura da Rede Ita para o Basquete Unifacisa? - Vocês costumam ver cobertura de basquete em outras emissoras na cidade? Acham que pode melhorar? - Enquanto jornalistas, como vocês avaliam a cobertura do basquete pela Rede Ita? - Acha que se não fossem as transmissões de jogos e matérias diárias, a cidade teria tantos torcedores de basquete lotando o ginásio durante as partidas do NBB? - Vocês acham que a Rede Ita contribuiu para a construção da cultura do basquete em Campina Grande? | |

| | |
|---|---------------|
| PODCAST É CESTA! | EP: 02 |
| REPÓRTER: Geovanna Teixeira ENTREVISTADOS: Beton Silva (fundador do perfil @bsktunifacisadepre) Mayara Diniz (administradora do perfil @jackers_unifacisa) ASSUNTO DO EP: Qual a visão dos torcedores sobre a cobertura do basquete pela TV Itararé (Rede Ita). | |
| DATA: 19/05/2023 HORÁRIO: 20h LOCAL: Estúdio Imaginar - Rua Ana Almeida de Castro - 501, Santa Rosa | |
| SUGESTÕES DE PERGUNTAS: <ul style="list-style-type: none">- Qual a primeira lembrança que vocês têm sobre o basquete na cidade?- A televisão influenciou de alguma maneira nesta lembrança?- No futebol, vocês torcem para times de outros estados?- Ainda sobre futebol, vocês sentem falta de transmissões das partidas dos times locais (Campinense e Treze)?- Achem que torcem pelo Basquete Unifacisa por terem acesso aos jogos através da televisão?- Acreditam que o fato de ter coberturas diárias sobre a equipe e transmissão dos jogos ajuda na formação de novos torcedores?- Há alguma lembrança bacana sobre o basquete e a TV Itararé, hoje Rede Ita?- Vocês acham que a Rede Ita contribuiu para a construção da cultura do basquete em Campina Grande? | |

| | |
|---|---------------|
| PODCAST É CESTA! | EP: 03 |
| REPÓRTER: Geovanna Teixeira ENTREVISTADO: Gustavo Carneiro ASSUNTO DO EP: Como a TV Itararé (Rede Ita) colaborou para a divulgação do Basquete em Campina Grande? | |
| DATA: 24/05/2023 HORÁRIO: 18h30 LOCAL: Estúdio Imaginar - Rua Ana Almeida de Castro - 501, Santa Rosa | |
| SUGESTÕES DE PERGUNTAS: <ul style="list-style-type: none">- O departamento de esportes da Rede Ita iniciou junto com a emissora?- Desde quando o basquete passou a virar pauta na Tv?- Houve algum fator especial para quebrar a barreira do futebol e transmitir uma outra modalidade?- Como foram as primeiras coberturas?- Como foi o primeiro jogo transmitido?- Quantas pessoas faziam parte da equipe na época e quantas fazem agora?- Ao longo de mais de uma década cobrindo o Basquete Unifacisa, qual foi o momento mais marcante?- E como é o feedback do público? Eles ligam, mandam mensagem sobre basquete- Você acha que a Rede Ita contribuiu para a construção da cultura do basquete em Campina Grande? | |

| | |
|---|---------------|
| PODCAST É CESTA! | EP: 04 |
| REPÓRTER: Geovanna Teixeira ENTREVISTADOS: Heloysa Ferreira Guedes de Araujo - Matheus Chaves de Araujo ASSUNTO DO EP: Basquete Unifacisa, a torcida mais apaixonada do Brasil e a TV Itararé (Rede Ita). | |
| DATA: 24/05/2023 HORÁRIO: 19h30 LOCAL: Estúdio Imaginar - Rua Ana Almeida de Castro - 501, Santa Rosa | |
| SUGESTÕES DE PERGUNTAS: <ul style="list-style-type: none">- O Basquete Unifacisa sempre soube que a televisão era uma aliada para divulgação da modalidade na cidade?- Houve algum momento em especial que foi percebido que sem as transmissões da antiga TV Itararé, o público não seria tão engajado nos jogos?- Há alguma lembrança especial de uma cobertura feita pela emissora?- Já chegaram a acreditar que a transmissão da tv poderia afastar as pessoas do ginásio ou não?- Acham que ter transmissões e matérias constantes sobre o dia a dia do clube é um diferencial?- Acham que a cobertura da Rede Ita é colabora para o surgimento de torcedores do Basquete Unifacisa?- Acreditam que sem as transmissões, só com o desempenho da equipe em quadra, o número de adeptos ao basquete na cidade ainda seria o mesmo?- Vocês acham que a Rede Ita contribuiu para a construção da cultura do basquete em Campina Grande? | |

APÊNDICE B

Os roteiros dos quatro episódios do Podcast é Cesta!

| ROTEIRO - PODCAST É CESTA! | EP: 01 |
|--|---------------|
| <p>REPÓRTER: Geovanna Teixeira</p> <p>ENTREVISTADOS: Ademar Trigueiro e Rafael Costa</p> <p>ASSUNTO DO EP: A Paraíba tem time para torcer e transmitir ao vivo também!</p> | |
| <p>DATA: 19/05/2023</p> <p>HORÁRIO: 19h</p> <p>LOCAL: Estúdio Imaginar - Rua Ana Almeida de Castro - 501, Santa Rosa</p> | |
| <p>ABERTURA:</p> <p>Boa noite, pessoal! Está começando o primeiro episódio do Podcast É Cesta!, fruto do meu mestrado, em que falo sobre televisão e basquete no cenário de Campina Grande.</p> <p>Para o episódio de hoje temos como convidados Ademar Trigueiro e Rafael Costa, jornalistas esportivos da cidade, com experiência em diversos veículos de comunicação esportiva e eu vou falar um pouco do currículo deles para vocês.</p> <p>Ademar é jornalista pela Universidade Estadual da Paraíba, Especialista em Marketing Digital e Mídias Sociais pela Uninassau, e Pós-Graduando em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba. Atualmente, produtor de jornalismo da TV Borborema/SBT Campina Grande e Narrador Esportivo na Rádio Caturité 104.1 FM.</p> <p>Desde 2018 Diretor e Coordenador de Transmissões da Copa do Nordeste na TV Borborema/SBT Campina Grande, além de Apresentador Substituto, sendo Narrador e</p> | |

Comentarista em jogos entre 2018 e 2020, e Narrador Principal em 2021. Experiência com narrações esportivas para o LiveFC, streaming oficial da Copa do Nordeste e narrações de jogos no Campeonato Brasileiro Série D - 2020 e 2021, pela plataforma MyCujoo na CBF TV.

Bom, com esse currículo, já não tenho mais nada para apresentar, não é? Seja muito bem-vindo ao Podcast É Cesta!, Ademar!

Rafael iniciou a carreira como jornalista esportivo em 2015 nos portais Torcedores.com, Cronistas FC e Rede Primeiro Minuto, nesse último atuando inclusive como repórter de campo nas transmissões de rádio do Campeonato Paraibano de Futebol nas temporadas de 2018 a 2020. Atuou como repórter setorista do Campinense Clube na Rádio Caturité nas temporadas de 2021 e 2022.

É autor do livro "Pretinha - Memórias da corredora de rua Ednalva Laureano"; Na área cultural trabalhou como repórter, editor e fotógrafo no projeto Repórter Junino - UEPB e no Festival Internacional de Música - UFCG. Atuou ainda na assessoria de imprensa da Coordenadoria de Comunicação da UEPB, com reportagens e produção de conteúdo audiovisual (internet e rádio). É criador e produtor de conteúdo do Tropeiros Cultural, canal do YouTube com entrevistas de bandas e artistas da cena musical brasileira.

Em 2022 venceu o prêmio de Melhor Reportagem no Júri Popular do Festival de Audiovisual Comunicurtas UEPB com a reportagem "Estudantes da UEPB aprendem técnicas de rapel na prática"; em 2023 foi contratado pela Nosso Futebol para trabalhar como repórter oficial da Copa do Nordeste 2023 e também está na Assessoria de Comunicação do time de futebol do Campina FC/Campinense Clube.

Depois de uma super apresentação também para Rafael, vou deixar você dar uma palavrinha para a nossa audiência e começaremos com as perguntas!!!

----- **INÍCIO DAS PERGUNTAS DA PAUTA** -----

ÚLTIMA PERGUNTA: Vocês acham que a Rede Ita contribuiu para a construção da cultura do basquete em Campina Grande?

E agora vamos nos encaminhando para o fim do primeiro episódio do Podcast É Cesta! e desde já agradeço a presença de vocês aqui, e fiquem à vontade para se despedir.

----- **RESPOSTAS DE AMBOS** -----

Então é isso, pessoal! Muito obrigada a você que nos acompanhou ao longo deste primeiro bate-papo no Podcast É Cesta! e fique por aqui que sexta-feira teremos mais!

| | |
|---|---------------|
| ROTEIRO - PODCAST É CESTA! | EP: 02 |
| <p>REPÓRTER: Geovanna Teixeira</p> <p>ENTREVISTADOS: Beton Silva (fundador do perfil @bsktunifacisadepre) Mayara Diniz (administradora do perfil @jackers_unifacisa)</p> <p>ASSUNTO DO EP: Qual a visão dos torcedores sobre a cobertura do basquete pela TV Itararé (Rede Ita).</p> | |
| <p>DATA: 19/05/2023</p> <p>HORÁRIO: 20h</p> <p>LOCAL: Estúdio Imaginar - Rua Ana Almeida de Castro - 501, Santa Rosa</p> | |
| <p>ABERTURA:</p> <p>Bom dia, boa tarde, boa noite! Não sei de que horas você está assistindo ao Podcast É</p> | |

Cesta!, que é fruto do meu trabalho de conclusão do mestrado, mas seja muito bem-vindo a mais um episódio deste podcast que falamos bastante sobre basquete e televisão em Campina Grande.

Hoje tenho a presença de dois convidados ilustres para o segundo episódio do Podcast É Cesta!, Betson que é o criador da página @bsktunifacisadepre e Mayara Diniz, que é administradora do perfil @jackers_unifacisa, a torcida organizada do Basquete Unifacisa.

Primeiro quero que vocês se apresentem para o pessoal que está nos assistindo neste momento. Vamos começar por ordem alfabética, Betson?

----- **INÍCIO DAS PERGUNTAS DA PAUTA** -----

ÚLTIMA PERGUNTA: Vocês acham que a Rede Ita contribuiu para a construção da cultura do basquete em Campina Grande?

E agora vamos nos encaminhando para o fim do segundo episódio do Podcast É Cesta! e desde já agradeço a presença de vocês aqui, e fiquem à vontade para se despedir.

----- **RESPOSTAS DE AMBOS** -----

Então é isso, pessoal! Muito obrigada a você que nos acompanhou ao longo deste segundo bate-papo no Podcast É Cesta! e fique por aqui que sexta-feira teremos mais!

PODCAST É CESTA!

EP: 03

REPÓRTER: Geovanna Teixeira

ENTREVISTADO: Gustavo Carneiro

ASSUNTO DO EP: Como a TV Itararé (Rede Ita) colaborou para a divulgação do

Basquete em Campina Grande?

DATA: 24/05/2023

HORÁRIO: 18h30

LOCAL: Estúdio Imaginar - Rua Ana Almeida de Castro - 501, Santa Rosa

ABERTURA:

Boa noite, pessoal! Estamos começando mais uma gravação do Podcast É Cesta!, que é um trabalho autoral, fruto da minha pesquisa do mestrado, que é um espaço para debate sobre a cultura do basquete em Campina Grande e a comunicação esportiva televisiva na cobertura do basquete.

O convidado de hoje para o terceiro episódio do Podcast É Cesta! é uma pessoa que tem tudo a ver com a pesquisa deste trabalho. O jornalista esportivo Gustavo Carneiro, que faz parte da Rede Ita, antiga TV Itararé, desde o início da emissora, já somando 17 anos de casa.

É uma alegria ter você aqui conosco nesta noite Carneiro, muito obrigada por aceitar o convite.

----- **INÍCIO DAS PERGUNTAS DA PAUTA** -----

ÚLTIMA PERGUNTA: Vocês acham que a Rede Ita contribuiu para a construção da cultura do basquete em Campina Grande?

E agora vamos nos encaminhando para o fim do terceiro episódio do Podcast É Cesta! e desde já agradeço a presença de vocês aqui, e fiquem à vontade para se despedir.

----- **RESPOSTAS DO ENTREVISTADO** -----

Então é isso, pessoal! Muito obrigada a você que nos acompanhou ao longo deste terceiro bate-papo no Podcast É Cesta! e fique por aqui que sexta-feira teremos mais!

PODCAST É CESTA!

EP: 04

REPÓRTER: Geovanna Teixeira

ENTREVISTADOS: Heloysa Ferreira Guedes de Araujo - Matheus Chaves de Araujo

ASSUNTO DO EP: Basquete Unifacisa, a torcida mais apaixonada do Brasil e a TV Itararé (Rede Ita).

DATA: 24/05/2023

HORÁRIO: 19h30

LOCAL: Estúdio Imaginar - Rua Ana Almeida de Castro - 501, Santa Rosa

ABERTURA:

Sextou, pessoal! Está começando o quarto e último episódio desta primeira temporada do Podcast É Cesta!, um trabalho autoral que faz parte da minha pesquisa de mestrado e que fala sobre basquete, televisão e cultura do basquete em Campina Grande.

O episódio desta sexta-feira é super especial, recebo aqui Heloysa Guedes, coordenadora de marketing do Basquete Unifacisa e Matheus Chaves, assessor de imprensa do Basquete Unifacisa.

Por aqui já conversamos com jornalistas de Campina Grande, com torcedores do Basquete Unifacisa, com repórter da Rede Ita e chegou o momento de ouvir aqueles que fazem parte de dentro do clube, para nos contar a visão deles e da equipe de marketing sobre a cobertura da modalidade pelos veículos de comunicação, em especial da Rede Ita,

que também faz parte do mesmo grupo que o Basquete Unifacisa.

Helô, primeiro quero que você se apresente para o pessoal que está nos assistindo e fale também sobre a importância de, enquanto mulher, ocupar um espaço de coordenação, ainda não masculino no mundo dos esportes.

Matheus, agora chegou a sua vez de se apresentar e eu quero que você fale também sobre o que é ser um assessor de imprensa de um clube de basquete, para quem está assistindo e não sabe muito bem como funciona o mundo da comunicação interna.

----- INÍCIO DAS PERGUNTAS DA PAUTA -----

ÚLTIMA PERGUNTA: Vocês acham que a Rede Ita contribuiu para a construção da cultura do basquete em Campina Grande?

E agora vamos nos encaminhando para o fim do último episódio do Podcast É Cesta! e desde já agradeço a presença de vocês aqui, e fiquem à vontade para se despedir.

----- RESPOSTAS DE AMBOS -----

Então é isso, pessoal! Muito obrigada a você que nos acompanhou ao longo de todos os quatro episódios do Podcast É Cesta! Agradeço de coração a audiência e torçam por mim no mestrado!