



## **Noroeste e Bauru Basket aos olhos da mídia impressa local<sup>1</sup>**

Júlio César PENARIOL<sup>2</sup>

José Carlos MARQUES<sup>3</sup>

Universidade Estadual Paulista, São Paulo, SP

### **Resumo**

Este trabalho pretende identificar o espaço destinado pelos dois jornais diários impressos de Bauru às duas principais equipes esportivas da cidade, o Noroeste, time de futebol com mais de 100 anos, e Bauru Basket, equipe de basquete surgida no fim de 2007. Diante de tantos fatos que acontecem diariamente na sociedade, o trabalho da redação jornalística exige uma rotina produtiva e a adoção de critérios de noticiabilidade para apontar quais temas merecem espaço na edição do jornal do dia seguinte. Em dias de jogos e competições importantes para estas equipes, é fundamental verificar como o envolvimento da torcida com a modalidade influencia a cobertura que os veículos de comunicação dão aos fatos. Mais do que o resultado da partida, o leitor/torcedor espera, no dia seguinte, encontrar matérias contextualizadas sobre o seu time no jornal.

**Palavras-chave:** Noroeste, Bauru Basket, critérios de noticiabilidade, jornalismo diário, comunicação.

### **1 Introdução: Noroeste e Bauru Basket, em busca de espaço**

Basquete masculino e futebol masculino são hoje, em Bauru, as duas principais modalidades esportivas em termos de profissionalismo, estrutura e resultados conquistados, o que, conseqüentemente, faz destes dois esportes os de maior visibilidade nos dois jornais impressos diários do município, o Jornal da Cidade e o Jornal Bom Dia. O basquete é representado pelo Paschoalotto/Bauru Basket, time criado no fim de 2007, enquanto o futebol tem no Noroeste, clube com 101 anos de existência, a sua grande figura.

Este artigo pretende mostrar como estes dois veículos de comunicação atuaram na cobertura esportiva do basquete e do futebol masculino bauruense durante o mês de março de 2012, quando as duas equipes estavam envolvidas em momentos importantes dentro das competições que disputavam, para compreender como o envolvimento da cidade e dos torcedores com as duas modalidades também exerce influência no espaço

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Pós-graduação em Comunicação da FAAC-Unesp, email: [jcpenariol@bol.com.br](mailto:jcpenariol@bol.com.br).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Ciências Humanas da FAAC-Unesp, email: [zeca.marques@faac.unesp.br](mailto:zeca.marques@faac.unesp.br).



que os dois jornais dedicam a esses esportes. Partimos da hipótese de que o basquete tenha suplantado o futebol na preferência do público bauruense, fazendo com que a cobertura esportiva da imprensa local dedique maior importância ao Bauru Basket do que ao Noroeste. Para tanto, utilizaremos a pesquisa documental nos arquivos de março dos dois periódicos para quantificar como as modalidades são citadas ao longo do mês e com que frequência e destaque essas duas equipes aparecem em chamadas de capa dos periódicos. O artigo terá como embasamento conceitos relacionados com as teorias do jornalismo que abordam os critérios de noticiabilidade: gatekeeper, agenda-setting e newsmaking.

### **1.1 Objeto de estudo**

O corpus do artigo são as edições do mês de março de 2012 dos dois jornais diários impressos locais que circulam em Bauru: Jornal da Cidade, existente há 45 anos e com tiragem média de 20 a 30 mil exemplares, e Jornal Bom Dia, com sete anos de atuação no município e com tiragem média de 4 mil exemplares. O primeiro adota o formato standard de página (56cm x 32cm, dividida em cinco colunas), enquanto o segundo circula como tablóide (38cm x 29cm, também em cinco colunas).

Março foi o mês escolhido porque, nesta época, o Bauru Basket participava da reta final da fase de classificação do NBB (Novo Basquete Brasil) e ainda teve pela frente dois torneios sul-americanos de expressão, o Interligas e a Liga das Américas, sendo, inclusive, sede de uma das etapas deste último. Neste período, o time disputou 13 partidas (cinco com transmissão ao vivo pelos canais a cabo Sportv ou Fox Sports), sendo cinco delas realizadas em Bauru. Já o Noroeste, em março, participava da fase final de classificação da Série A-2 do Campeonato Paulista, competição que garante quatro vagas à primeira divisão do estadual mais importante do país. A equipe fez sete jogos neste período, sendo quatro em Bauru. Um dos duelos teve transmissão ao vivo pela Rede Vida de Televisão para todo o Estado. Além disso, outra partida foi transmitido ao vivo pela TV do portal Terra.

A escolha do objeto de estudo deu-se pela importância que o produto jornalístico tem dentro de qualquer comunidade, seja ela local, regional ou nacional. Como investigaram os sociólogos da comunicação Katz, Gurevitch e Haas, em um estudo publicado em 1973, os mass media satisfazem algumas necessidades básicas do seu receptor, daí o crescimento do seu consumo até os dias de hoje, seja por meio dos jornais radiofônicos, televisivos, impressos ou virtuais. São elas: necessidades



cognitivas (aquisição e reforço de conhecimentos e de compreensão); necessidades afetivas e estéticas (reforço da experiência estética, emotiva); necessidades de integração em nível pessoal (segurança, estabilidade emotiva, incremento da credibilidade e da posição social); necessidades de integração em nível social (reforço dos contatos interpessoais, com a família, os amigos, etc.); necessidades de evasão (abrandamento das tensões e dos conflitos). Além disso, segundo Mauro Wolf, os meios de comunicação de massa, tal como são Jornal da Cidade e Jornal BOM DIA, estão em contínua transformação.

Os mass media constituem, simultaneamente, um importantíssimo setor industrial, um universo simbólico objeto de um consumo maciço, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um terreno de confronto político, um sistema de intervenção cultural e de agregação social, uma maneira de passar o tempo. (WOLF, 2001, p. 13)

O jornalismo impresso diário é, na maioria das vezes, marcado pelo factual, ou seja, o fato que ocorreu no dia anterior e o acontecimento que irá ocorrer no dia em que jornal circula dominam as páginas da edição. Na editoria de esporte essa prática também é adotada. Quando um time da cidade vai jogar, há matéria de apresentação da partida e, no dia seguinte, matéria com o resultado do duelo, normalmente acrescida de entrevistas com atletas que entraram em campo naquela ocasião. Porém, para os leitores que acompanham determinada modalidade, mais do que um simples relato de como a equipe irá jogar contra o adversário ou como foi o jogo do dia anterior, interessa saber o contexto em que essa equipe está inserida. Em uma época em que a internet pode antecipar muita informação, é necessário que o jornal impresso se reinvente e busque novos ângulos para a notícia.

## **1.2 Metodologia**

Para a realização deste artigo utilizaremos a pesquisa documental nos arquivos de março dos dois veículos escolhidos para quantificar como as modalidades são citadas ao longo do mês (número de matérias divulgadas), qual o tamanho dessas notícias (capa de caderno, página inteira, meia página, abre de página, nota), que lugar ocupam dentro da página (em cima, local mais nobre, ou abaixo), quantificar quantos elementos visuais (tabela de classificação, tabela de próximos jogos, fotos, infográficos, fala-torcedor)



foram utilizados nessas matérias e com que frequência e com que destaque essas duas equipes recebem chamada na capa dos periódicos.

## **2 Referencial teórico**

A análise do corpus definido requer a mobilização de conceitos e teorias do jornalismo, como gatekeeper, agenda-setting e newsmaking - explicitados a seguir.

### **2.1 Conceito de gatekeeper**

Foi apresentado pela primeira vez pelo psicólogo alemão Kurt Lewin (1947) durante a realização de um estudo sobre as dinâmicas que agem no interior dos grupos sociais. Ao identificar os canais por onde fluía a sequência de comportamentos e informações relativos a um determinado tema, Lewin percebeu que existem zonas (ou mesmo pessoas) que atuam como cancela (ou porteiro), filtrando essas atitudes, ou seja, selecionando o que deve ou não ser passado adiante. Essa teoria pode ser aplicada, segundo o psicólogo, em todos os campos da sociedade. No início dos anos 50, nos Estados Unidos, este conceito começou a ser utilizado pelos pesquisadores da comunicação como uma forma de deferência ao jornalismo e ao seu poder, mostrando que o processo de produção da informação dentro de qualquer empresa midiática, como os jornais impressos, é um processo de escolhas no qual o fluxo de notícias tem que passar por diversos “gates” (portões) até a sua publicação. Trata-se, portanto, de um conceito que analisa o comportamento dos profissionais da comunicação, de forma a investigar que critérios são utilizados para se divulgar ou não uma notícia. No jornalismo, dizem os teóricos, esse poder é exercido principalmente pela figura do editor, mas eles ressaltam também que a decisão de publicar algo ou não depende também da cultura de trabalho desse veículo ou da política empresarial, e ainda, dos critérios de noticiabilidade, conceito que será melhor explicado mais adiante.

As decisões do gatekeeper são tomadas, menos a partir de uma avaliação individual da noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios, quer profissionais, quer organizativos, tais como a eficiência, a produção de notícias, a rapidez. (ROBINSON, 1981, apud WOLF, 2001, p. 97).

Alguns pesquisadores, ao desenvolverem este conceito, revelam que no mass media o gatekeeping inclui não apenas a decisão do editor, mas todas as formas de controle da informação, que podem se estabelecer nas decisões acerca da codificação



das mensagens, da seleção, da formação da mensagem, da difusão, da programação, da exclusão de parte ou de toda a mensagem. Na seleção dos temas, por exemplo, os teóricos dizem que o jornalista carrega bastante daquilo que já é praticado pelo meio de comunicação em que atua, pelos seus colegas de redação. Essas referências implícitas dos outros profissionais e do próprio sistema da empresa (a chamada linha editorial) influenciam nas escolhas dos gatekeepers.

## 2.2 A agenda-setting

Dentro do universo dos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa na sociedade, surge nos anos 1970 a hipótese do agenda-setting. Formulada pelos pesquisadores norte-americanos Maxwell McCombs e Donald Shaw, ela retrata o poder que os veículos noticiosos exercem sobre a opinião pública. Em linhas gerais, este conceito diz que a mídia é responsável por apresentar ao público uma lista daquilo sobre o que é necessário saber, ter opinião, discutir. O pressuposto fundamental dessa hipótese é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida pelos mass media. A imprensa teria, então, a capacidade de dizer aos leitores sobre quais temas eles devem pensar.

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, 1979, apud WOLF, 2001, p. 96)

Shaw vai além. Para ele, os mass media fornecem algo mais do que um certo número de notícias: eles revelam as categorias em que os destinatários podem, sem dificuldade e de uma forma segura, colocar essas notícias dentro da sua agenda, da hierarquia do seu dia a dia, classificá-las como menos ou mais importantes. Estudo realizado pela dupla de estudiosos Karen Siune e Ole Borre em 1975, ou seja, três anos depois do surgimento do conceito agenda-setting, mostrou que os assuntos que foram mais retratados pelos veículos de comunicação na época, como o mercado comum, a política fiscal dos países e a economia mundial, também foram os mais discutidos na sociedade, confirmando a tese do agendamento provocado pela mídia nas pessoas. Porém, de acordo com os autores, outros temas que o mass media deixou de dar



importância continuaram a existir para o eleitorado da época, como política de habitação. Na visão deles, as atitudes pessoais dos destinatários agem de forma a integrar sua agenda subjetiva com o que é proposto pelo mass media. Ou seja, os consumidores dos veículos de comunicação não são entidades estáticas que apenas absorvem o conteúdo que lhes é proposto. Eles formam a sua própria agenda baseados, sim, nas notícias que encontram no dia a dia, mas também calcados em suas necessidades, crenças e expectativas, que influenciam aquilo que eles retiram de uma situação comunicativa para a sua vida.

Assim, o agenda-setting leva em consideração também as relações interpessoais na determinação do conteúdo dos mass media sobre o público. A mídia é importante na construção da imagem da realidade, mas de uma realidade que o sujeito já vem estruturando por tudo aquilo que ele vivencia. A formação da agenda do público é, portanto, resultado de algo muito mais do que a simples estruturação de uma ordem de temas do dia feita pela imprensa. Outros estudiosos da área de comunicação, ao longo da década de 1970, também se debruçaram a analisar a questão do agendamento. Alguns, por exemplo, falam que a capacidade de influência dos mass media sobre o conhecimento daquilo que é importante varia de acordo com os temas abordados, as chamadas issues. Há alguns que são mais influenciáveis, diz Harold Zucker (1978). “Quanto menor é a experiência direta que as pessoas têm de uma determinada área temática, mais essa experiência dependerá dos mass media para se possuir as informações e os quadros interpretativos referentes a essa área”. Quando a mídia aborda um tema do cotidiano das pessoas, com o qual elas estão familiarizadas, portanto, o poder de influência dessa notícia é menor.

Mas essa hipótese do agendamento não tem a mesma força em todos os veículos de comunicação. Aqui novamente entram em cena dois pesquisadores norte-americanos, Robert McClure e Thomas Patterson (1976). Para eles, o agenda-setting é mais visível na imprensa escrita e, principalmente, nos jornais locais, como é o caso do objeto de estudo deste artigo. As notícias televisivas, segundo eles, são breves demais, heterogêneas e fragmentárias para terem um efeito de agenda significativo. Já a informação escrita fornece aos leitores uma indicação de importância sólida, constante e visível. E quando se trata de um jornal impresso diário local, como são os casos do Jornal da Cidade e do Jornal Bom Dia, essa notícia está mais próxima da realidade do destinatário e se comunica de maneira mais rápida com o cotidiano do leitor.



### 2.3 Newsmaking

Teoria surgida nos anos 1970 a partir de uma constatação: há superabundância de fatos no cotidiano e, sem uma organização do trabalho jornalístico, é impossível produzir notícias com a rapidez que os meios de comunicação necessitam. Trata-se de um conceito que vincula a seleção de um assunto pelo repórter a três vertentes: a cultura profissional dos jornalistas, a organização da rotina da empresa jornalística e a institucionalização de processos produtivos. Com base nessas regras, diz o pesquisador Mauro Wolf, o profissional da comunicação consegue otimizar o seu trabalho, como se fosse um empregado de uma indústria. Quando ocorre algum tipo de distorção do fato trata-se de um problema provocado de modo inconsciente pelo jornalista, ligado às práticas profissionais, às rotinas produtivas, aos valores partilhados e interiorizados acerca do modo de desempenhar a função de informar.

O objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes. [...] Este objetivo é, como muitos outros fenômenos aparentemente simples, inextricavelmente complexo. O mundo da vida quotidiana – a fonte das notícias – é constituído por uma superabundância de acontecimentos [...]. São esses acontecimentos que o órgão de informação deve selecionar. A seleção implica, pelo menos, o reconhecimento de que um acontecimento é um acontecimento e não uma casual sucessão de coisas cuja forma e cujo tipo se subtraem ao registro. O objetivo de selecionar tornou-se mais difícil devido a uma característica posterior dos acontecimentos. Cada um deles pode exigir ser único, fruto de uma conjunção específica de forças sociais, econômicas, políticas e psicológicas [...]. (WOLF, 2001, p. 188)

Por conta da superabundância de acontecimentos, aponta a socióloga norte-americana Gaye Tuchman (1977), os órgãos de informação, para produzirem notícias, devem cumprir três obrigações: tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como acontecimento notável; elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada fato ocorrido a um tratamento idiossincrásico; organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada. Estas obrigações estão relacionadas entre si. Por isso, para facilitar o trabalho do profissional de comunicação, os fatos são medidos de acordo com critérios de noticiabilidade ou valores-notícia, divididos em cinco categorias: substantivas (relativas ao conteúdo da notícia), que dizem respeito à importância e à quantidade de pessoas envolvidas no fato, se é um acontecimento de interesse nacional ou de interesse





humano, ou ainda, se é um feito excepcional; relativas ao produto, que abordam a disponibilidade de material, a brevidade (se a notícia está dentro dos limites de tempo e espaço do jornal), a atualidade, a novidade, a organização interna da empresa, a qualidade (ritmo, ação dramática), o equilíbrio (diversificação de assuntos na edição do jornal), o deadline e escala de trabalho dos jornalistas; relativas ao meio de informação, que se referem à acessibilidade e à proximidade do jornal com a fonte ou com o local da notícia, à frequência que aquele fato ocorre, à formatação prévia de manuais de redação, à política editorial do veículo; relativas ao público, quando o fato permite plena identificação de personagens ou se ele retrata um serviço de grande interesse público; relativas à concorrência, que englobam notícias exclusivas de um único meio de comunicação, o chamado furo jornalístico, capaz de gerar expectativas em todos os consumidores.

Assim, todos os fatos que se encaixam em algumas dessas categorias têm grandes chances de virarem notícia no dia seguinte. Por outro lado, tudo o que não corresponde a esses requisitos é excluído por não ser adequado às rotinas produtivas e à cultura profissional que o jornalismo exige.

Embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. As normas ocupacionais teriam maior importância do que as preferências pessoais na seleção das notícias. (PENA, 2006)

Felipe Pena ressalta, com esse pensamento, que o veículo de comunicação tem um formato definido, uma rotina produtiva, o que torna possível um planejamento prévio de alguns tipos de notícia que o comporão, antes mesmo que elas sejam produzidas. Isto é, toda competição esportiva, ao divulgar o calendário dos jogos que serão disputados, influencia os meios de comunicação, que já reservam espaços em suas edições para apresentar tais partidas no dia em que ocorrerão e no dia seguinte (resultado do jogo). Porém, frisa Pena, no caso de acontecimentos excepcionais, que fogem do previsível, o órgão de informação tem flexibilidade para se adaptar à situação.

O faro jornalístico, conclui Wolf, não é uma capacidade misteriosa de captar notícias, mas uma capacidade adquirida a partir de parâmetros como os valores/notícia. Por outro lado, ao se limitar a essa rotina, podemos falar que o jornalista corre o sério risco de tornar sua cobertura burocrática e sem criatividade, relatando apenas notícias



cotidianas, que não despertam a curiosidade do seu público consumidor, ou que já foram noticiadas por outros veículos de comunicação, como a internet.

### 3 Análise dos jornais

À luz das teorias explicitadas, este artigo traz, a seguir, os dados coletados nos dois jornais no mês de março a fim de que seja possível observar, na prática, como os critérios de noticiabilidade e os conceitos de gatekeeper e agenda-setting são vivenciados pelos veículos. Para análise das matérias de cada periódico, foram definidos critérios possíveis de serem mensuráveis que levam em conta o formato e o projeto gráfico de ambos os jornais. Esses critérios estão expostos e quantificados nas tabelas que seguem.

#### 3.1 Dados coletados em março/2012 no Jornal da Cidade

	Noroeste	Bauru Basket
Página dupla	0	1
Capa do caderno Esportes	3	1
Página inteira (ou contracapa)	9	6 (+4)
Meia página	3	12
Abre de página	3	2
Pé de página ou nota	5	1
Página do suplemento Segunda-Feira	1	1
Total de vezes que a modalidade foi noticiada	24	28
Número de fotos e de outros recursos gráficos utilizados nas matérias (tabela de classificação, fala-torcedor, infográfico, etc)	43	71
Chamada de capa com foto	9	15
Chamada de capa sem foto	7	8

Com base na tabela acima, nota-se que o Bauru Basket ocupou mais espaço do que o Noroeste nas páginas do veículo durante o mês analisado. Das 28 matérias que abordaram algum fato relacionado ao time de basquete, 23 foram mencionadas na capa, sendo 15 delas com foto. Ou seja, 82% das notícias acabaram destacadas na capa e 53,5% delas receberam imagem nesta chamada. Como comparação, das 24 matérias sobre o Noroeste, 16 (ou 66,6%) foram lembradas na capa, sendo que 37,5%



apareceram com foto. Outro dado a ser ressaltado é em relação ao uso de imagem ou elemento visual dentro das matérias das duas modalidades. Enquanto o basquete agregou 71 fotos, tabelas, fala-torcedores ou infográficos, o que dá uma média de 2,5 recursos por notícia, o Noroeste veio acompanhado de 43 elementos visuais, uma média de 1,8 por matéria. Além disso, somente o Bauru Basket ganhou uma página dupla em um dia ao longo do mês. O fato ocorreu na estreia do time na Liga das Américas, 16 de março, em jogo que seria realizado na cidade. Já sobre a posição que a notícia de cada modalidade ocupa dentro da página do jornal, vale destacar que em apenas uma ocasião a equipe de basquete apareceu na parte inferior da página no Jornal da Cidade durante o período analisado, enquanto o mesmo fato aconteceu cinco vezes com o time de futebol.

Mesmo em algumas datas que não eram de jogo ou pós-jogo, o Bauru Basket foi noticiado pelo jornal. No dia 5 de março, por exemplo, o veículo trouxe uma página inteira sobre a volta da modalidade ao ginásio Panela de Pressão, que aconteceria no dia seguinte, com o primeiro treino. Entre os dias 7 e 11 de março, o jornal também fez boa cobertura sobre a preparação dos atletas do Bauru Basket que disputariam o “Jogo das Estrelas”, evento envolvendo os melhores jogadores do NBB (Novo Basquete Brasil) e que contou com a participação de cinco bauruenses. Na ocasião, o ala Gui Deodato não foi campeão na disputa de enterradas, feito bastante explorado pelo Jornal da Cidade, apesar do evento ter ocorrido à noite, em horário que poderia atrapalhar o fechamento da edição – como já abordado, a hora que o fato ocorreu é um dos critérios de noticiabilidade que mais influenciam a imprensa escrita. O título do atleta ganhou até foto na capa da edição do dia 10. O Noroeste, apesar de ser com frequência menor, também é lembrado ao longo do mês pelo Jornal da Cidade com notícias que fogem do factual. Foi o que ocorreu, por exemplo, no dia 12, quando uma matéria destacou o atacante Romarinho, jovem revelação das categorias de base que já era aproveitado pelo time profissional. A notícia girava em torno do nome do jogador.

Outro caso a ser destacado: durante o torneio Interligas de Basquete, que foi realizado na Argentina, o Jornal da Cidade enviou um repórter especial junto com o time. Além de trazer com mais fidelidade as notícias da competição e o desempenho do clube, o jornalista fez um diário de bordo por três edições. Esta sessão vinha sempre acompanhando a matéria mais factual sobre as partidas e trazia os bastidores do torneio e do comportamento dos jogadores dentro e fora da quadras. Já o Noroeste, mesmo realizando partidas dentro do Estado de São Paulo, em cidades próximas a Bauru, ao longo de março, jamais contou com a presença de um repórter do jornal nos jogos que



fez fora de seu estádio. A cobertura sempre foi feita com base nos relatos de rádios bauruenses que acompanham a competição in loco.

### 3.2 Dados coletados em março/2012 no Jornal Bom Dia

	Noroeste	Bauru Basket
Capa do caderno Esportes	8	3
Página inteira	8	13
Miolo em três colunas	0	5
Miolo em duas colunas	2	2
Meia página	3	2
Pé de página	0	0
Nota	2	4
Total de matérias	23	29
Número de fotos e de outros recursos gráficos utilizados nas matérias (tabela de classificação, fala-torcedor, infográfico, etc)	29	46
Chamada de capa com foto	8	10
Chamada de capa sem foto	10	13

Levando-se em consideração a tabela acima, é possível afirmar que o Bauru Basket, assim como aconteceu no Jornal da Cidade, recebe uma cobertura mais ampla do que o Noroeste no Jornal BOM DIA durante o mês de março de 2012. Neste período, o basquete, na comparação com o futebol, é citado mais vezes (29 matérias no total contra 23), ganha mais imagens e recursos visuais (46, o que representa uma média de 1,5 por notícia, contra 29, média de 1,2) e é lembrado na capa com maior frequência (23 chamadas contra 18). Porém, quando se compara apenas a relação número de matérias x chamadas de capa com foto das duas modalidades, nota-se um equilíbrio. No total, 44,8% das notícias sobre o Bauru Basket (13 de 29) foram destacadas na capa com imagem, enquanto em 43,4% (10 de 23) das matérias a respeito do Noroeste ocorre esse fato. Em termos de posição que as matérias de Bauru Basket e Noroeste ocupam dentro das páginas do jornal, é possível apontar um equilíbrio na importância dos clubes dada pelo veículo.



Em nenhuma das edições um dos dois times foi retratado abaixo da notícia da outra equipe (pé de página), ou seja, sempre que as duas modalidades vieram na mesma página elas foram editadas lado a lado – uma em três colunas e a outra, em duas.

Ainda na comparação, o futebol foi noticiado em formato de nota curta em apenas duas ocasiões, enquanto o basquete virou nota em quatro oportunidades. Mas esse fato tem uma explicação, baseada no horário em que o jogo foi realizado. Em todas as vezes que o Bauru Basket recebeu apenas uma nota no Jornal Bom Dia foi porque a partida ou o evento ocorrido na noite anterior foi finalizado muito tarde. A competição de enterrada vencida pelo ala Gui Deodato no dia 9, por exemplo, alvo de uma matéria grande e foto na capa do Jornal da Cidade, foi noticiada neste outro veículo apenas como nota. O mesmo aconteceu com três partidas (duas pelo Interligas e uma pela segunda fase da Liga das Américas) da equipe realizadas na Argentina e que se encerraram próximo ou depois da meia-noite. Na edição do dia 4 de março, vale ressaltar um fato, que talvez seja um retrato de como este jornal. Tanto Bauru Basket quanto Noroeste atuaram em casa no dia 3, um sábado. Como é rotina no jornalismo, aos fins de semana as equipes trabalham com menos pessoas, em caráter de plantão.

Assim, o veículo resolveu cobrir in loco apenas o basquete, com repórter e fotógrafo, enquanto somente o fotógrafo foi até o jogo do Noroeste. Ou seja, na edição do dia 4, um domingo, a matéria referente à partida do Bauru Basket, que por sinal foi a última do clube no ginásio da Luso antes de retornar à Panela de Pressão, ocupou mais espaço do que a notícia sobre o duelo do Noroeste, mas ambas trouxeram imagem factual.

Em termos de variedade de assunto, é possível ressaltar que o Bauru Basket aparece retratado em matérias que fogem do factual em mais ocasiões do que o Noroeste no Jornal Bom Dia. Por exemplo, no dia 13 de março, a notícia, que até rendeu manchete ao jornal, mostrava que o ginásio Panela de Pressão, às vésperas de receber duelos da Liga das Américas, ainda não tinha alvará de funcionamento. A preparação dos atletas para a disputa do evento “Jogo das Estrelas” é outro exemplo, assim como os bastidores da Liga das Américas na cidade.

Já o time de futebol ganhou notícias diferentes da rotina treino-jogo quando o jornal mostrou a falta de placas publicitárias no estádio Alfredo de Castilho. Além disso, no mês analisado, apenas o basquete foi alvo de um caderno especial de quatro páginas, veiculado no dia 16. Esta data representava a estreia da Liga das Américas em Bauru e as matérias e infográficos explicavam o que era esta competição, trazia um



raio-X dos times participantes e do ginásio Panela de Pressão, além de várias informações para incentivar a ida dos torcedores nos três dias de disputa.

#### **4 Considerações finais**

Se em termos esportivos o Bauru Basket, nos últimos dois anos, tem conseguido melhores resultados do que o Noroeste dentro das competições que disputaram, também é possível apontar que em Bauru houve uma superioridade do basquete em relação ao futebol quando o assunto é a exposição deles nos jornais impressos diários durante o mês de março de 2012. Isso fica claro quando analisamos o Jornal da Cidade e Jornal Bom Dia, durante um mês de jogos importantes para os dois clubes, e pode ser explicado por fatores ligados às teorias do jornalismo, além de ser um reflexo do desempenho dos times nos torneios.

O envolvimento com o meio em que está inserido é um deles. Hoje a equipe de basquete mantém um projeto social com vários pólos da modalidade espalhados por bairros, a maioria periféricos, onde jogadores e instrutores ligados ao clube ensinam esporte e cidadania para centenas de crianças e jovens. Os participantes deste projeto ainda têm acesso aos jogos do time profissional, não pagando nada para ir ao ginásio. Isso ajuda a criar novos fãs do time e também desperta o interesse da mídia. O Noroeste, por sua vez, fez o caminho inverso e ficou um bom tempo sem ter categorias de base nos últimos anos, retomando este trabalho com os garotos apenas em 2011.

O momento financeiro dos clubes é outro fator. Enquanto o Bauru Basket, temporada após temporada, consegue atrair novos patrocinadores, muitos deles empresários da cidade, o que permite qualificar o elenco ano a ano, como o norte-americano naturalizado brasileiro Larry Taylor, armador que defende hoje a seleção brasileira, o Noroeste passou por uma crise financeira grande entre 1970 e o início dos anos 2000, fez dívidas e não montou grandes times. Esses dois fatores influenciaram os torcedores bauruenses a apoiar o basquete e a se afastar do futebol.

E quando um time movimenta mais a sociedade do que o outro (apesar da média de público do Bauru Basket nos jogos realizados no ginásio Panela de Pressão e do Noroeste nas partidas pela Série A-2 do Campeonato Paulista ser muito próxima, é preciso lembrar que o ginásio tem uma capacidade seis vezes menor do que o estádio Alfredo de Castilho), os meios de comunicação se voltam mais para esse clube, dedicando mais espaço em sua capa e nas páginas internas para ele em detrimento do outro.



Isso é mais notório no *Jornal Bom Dia*, que possui um número pequeno de jornalistas (apenas um repórter de esportes) e tem tamanho reduzido (as páginas seguem um modelo de tablóide: 38cm x 29cm). Por isso o repórter é orientado pelo editor, no seu papel de “gatekeeper”, a acompanhar as duas modalidades, mas focando no basquete quando a agenda das duas equipes é a mesma. Isso ficou claro no sábado em que basquete e futebol tinham jogos em Bauru, por exemplo, na ampla cobertura que o jornal deu ao torneio Liga das Américas e nas matérias sobre o Bauru Basket que fugiram do factual.

E apesar de adotar o formato maior de página (standard, que mede 56cm x 32cm), possuir estrutura física e humana maiores que o concorrente, o que permite dar espaço para muitas modalidades esportivas da cidade (ou seja, um fato não precisa se encaixar em vários critérios de noticiabilidade para virar notícia no dia seguinte), o *Jornal da Cidade* também dedica maior cobertura ao Bauru Basket do que ao Noroeste no mês analisado neste artigo.

Dois exemplos são as matérias que abordaram o basquete fora da rotina de treinos e jogos, fato pouco repetido com o futebol, e o envio de um repórter especial para acompanhar o desempenho do time do técnico Guerrinha no torneio Interligas, disputado na Argentina. Ou seja, os dois jornais, apesar de acompanharem de perto as modalidades, têm maior capacidade de provocar o efeito de agenda-setting no seu público leitor quando o assunto é o basquete. Da mesma maneira, os repórteres dos dois veículos, diante da necessidade de buscar novos ângulos e novas abordagens sobre as equipes, muitas vezes exercem o papel de gatekeeper antes mesmo do editor.

Outro ponto que pode ser destacado após a análise dos dois veículos é que em ambos o espaço reservado para os times é bastante influenciado pelo critério de noticiabilidade horário em que o fato – no caso, o jogo – ocorreu. O *Jornal Bom Dia*, em março, ficou sem noticiar o resultado de duas partidas do Bauru Basket por elas terminarem após o fechamento da edição. Em outras oportunidades, o jornal dedicou apenas uma nota para noticiar o desfecho do jogo, também pelo mesmo problema. Já o *Jornal da Cidade* se utilizou da contracapa para contar a história dos jogos que ocorreram tarde da noite.

Não importa se a matéria irá na contracapa do jornal ou dentro do caderno de esportes, na capa dele ou como página interna, como matéria simples ou mais contextualizada, com direito a chamada de destaque na capa ou não, fica claro que as duas equipes, Noroeste e Bauru Basket, uma por representar o esporte mais popular do



Brasil, o futebol, e por fazer parte da história da cidade desde os seus primeiros anos, e a outra por representar hoje a modalidade que mais ganha adeptos e torcedores em Bauru e levar o nome do município para vários cantos do país e mesmo no exterior, sempre terão um espaço cativo nas páginas dos jornais. A rotina produtiva desses dois veículos de comunicação tenta, na medida do possível, adaptar-se à rotina das modalidades, garantindo a recolha, a seleção e a apresentação da melhor notícia no dia seguinte.

### **Rerreferências bibliográficas**

TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

PICCOLO, Gustavo Martins. **O universo lúdico proposto por Caillois**. Revista Digital, Buenos Aires, v. 13, n. 127, dez. 2008.

**Associação Bauru Basketball Team** [homepage na Internet]. Bauru; 2007 [atualizada diariamente; acesso em 18 de junho de 2012]. Histórico; [aproximadamente 2 telas]. Disponível em: <http://www.baurubkt.com.br/baurubasketball/pt/>

**Federação Paulista de Futebol** [homepage na Internet]. São Paulo; 1995 [atualizada diariamente; acesso em 19 de junho de 2012]. Esporte Clube Noroeste; [aproximadamente 3 telas]. Disponível em: <http://www.futebolpaulista.com.br/clubes/Esporte+Clube+Noroeste/>

Renato Cardoso. Vivendo Bauru [homepage na Internet]. Bauru; 2007 [atualizada diariamente; acesso em 18 de junho de 2012]. **Bauru e o Bauru Basquete**; [aproximadamente 4 telas]. Disponível em: <http://www.vivendobauru.com.br/esporte/bauru-e-o-bauru-basquete>

Renato Cardoso. Vivendo Bauru [homepage na Internet]. Bauru; 2007 [atualizada diariamente; acesso em 19 de junho de 2012]. **100 anos de E.C.N.**; [aproximadamente 4 telas]. Disponível em: <http://www.vivendobauru.com.br/historia/100-anos-de-e-c-n>