

Agradecimentos

A concretização de um projeto desta envergadura depende, em grande escala, do contributo daqueles que nos são próximos e cuja ajuda se revela indispensável. Assim, endereço especial agradecimento:

Aos meus pais e ao meu irmão, por me terem possibilitado as bases necessárias para que pudesse trilhar o meu caminho com sucesso e por nunca terem deixado de acreditar em mim e nas minhas capacidades.

Aos meus avós, aos meus tios e à minha prima, pelo enorme apoio prestado ao longo do meu percurso académico.

À Adriana, namorada e amiga, pela ajuda constante e pelas inúmeras vivências e aprendizagens partilhadas ao longo de todos estes anos, essenciais para o meu crescimento e, naturalmente, para a minha realização pessoal.

Ao Professor Carlos Camponez, pelo auxílio incansável prestado ao longo da elaboração deste relatório e pela preocupação demonstrada para que o trabalho desenvolvido tomasse o rumo correto.

Ao Rui Vieira, ao Bruno Carvalho, ao Rogério Forte, ao Sérgio Poças, ao David Villamarin e a todos os membros da equipa de A Bola que, durante o período de estágio curricular, me prestaram a ajuda necessária e tudo fizeram para que me conseguisse integrar de forma fantástica no seio do grupo.

Ao Daniel, ao João, à Marta, ao Pardal, ao Leonardo, ao Vítor e ao Rodrigo, pela amizade que nos une, essencial para o meu bem-estar e, conseqüentemente, fundamental para o desenrolar de um processo de aprendizagem saudável e com bases fortes.

Resumo

Com a constante mediatização do desporto e, conseqüentemente, do futebol, em Portugal e no mundo, assistimos a um aumento progressivo da informação que lhes está associada e ao advento de novidades que diariamente nos são dadas a conhecer por toda a imprensa.

Nesse sentido, este relatório visa aprofundar, com base numa experiência de estágio curricular, as abordagens dos três jornais diários desportivos generalistas em Portugal nas semanas que antecedem os jogos entre os clubes com maior importância no contexto futebolístico português – FC Porto, Benfica e Sporting –, através da análise comparativa de diversas edições e a reflexão sobre o conteúdo que nelas é apresentado.

Assim, procuramos perceber quais as estratégias adotadas pelas diferentes publicações na antevisão aos “jogos grades” e quais os grandes motivos de interesse que definem cada encontro que, independentemente dos intervenientes, se reveste de forte rivalidade e de um contexto histórico capaz de atrair milhares de adeptos um pouco por todo o mundo.

Palavras-chave: “Jogos-grandes”, imprensa escrita, A Bola, O Jogo, Record

Abstract

With the constant media coverage of sport and, consequently, of football, in Portugal and all around the world, we are faced with a progressive increase of information associated with it and with the advent of news that we are given to know every day by the press, especially the specialist one.

In that way, this report aims to deepen, based on an traineeship experience, the approaches of three specialized sport dailies in Portugal during the week before the games between the clubs with greater importance in the Portuguese football context – FC Porto, Benfica e Sporting –, through comparative analyses of several editions and a reflect on the content displayed.

With that, we'll try to understand the strategies adopted by those dailies and the interesting features that define that type of games that, regardless of players or clubs, contain a strong rivalry and an historic context able to attract thousands of fans all around the world.

Keywords: Big games, written press, A Bola, O Jogo, Record

Índice:

Agradecimentos	1
Resumo/Abstract	2/3
Índice de Figuras	6
Índice de Gráficos	7
1. Introdução	9
2. O Jornal A Bola	11
2.1. História do Jornal A Bola	12
3. O Estágio no Jornal A Bola	23
3.1. Explicação do Estágio	24
3.2. Política Editorial	26
3.3. A prevalência do futebol no contexto informativo	27
3.4. Modalidades: A fuga ao futebol	29
3.5. Outros Mundos e África	30
3.6. Fontes de informação	32
3.7. O <i>online</i> e a falta de experiências externas à redação	34
4. O Jornalismo <i>Online</i>	36
4.1. Da Arpanet à Internet	37
4.2. A World Wide Web	39
4.3. A Internet no Jornalismo	39
4.4. O Jornalismo <i>Online</i> em Portugal	43
5. Os jogos grandes: Análise do tratamento da informação nos principais jornais desportivos em Portugal	47
5.1. A evolução do futebol no jornalismo e a religiosidade que o caracteriza	48
5.2. A hegemonia de FC Porto, Benfica e Sporting nos jornais desportivos	54
5.2.1. Os “jogos grandes”	60
5.3. O discurso jornalístico na semana que antecede os “jogos grandes”	62

5.3.1. O “clímax” da cobertura jornalística: A avalanche noticiosa pré-jogo	62
5.3.2. O caráter bélico dos jogos entre rivais	67
5.3.3. O cotidiano dos clubes e a sua influência no contexto dos “jogos grandes”	70
5.3.4. As polémicas entre rivais e o destaque que lhes é conferido	73
5.3.5. Os jogos decisivos como foco principal	81
6. Considerações Finais	84
7. Referências Bibliográficas	88
8. Anexos	91

Índice de Figuras:

Figura 1: Peça que dava conta do trabalho de recuperação de um jogador do Benfica antes do <i>derby</i>	63
Figura 2: Breve a anunciar o início da venda de bilhetes	64
Figura 3: Breve com antevisão ao clássico	64
Figura 4: Record destacava foco no <i>derby</i> mas ressaltava, no antetítulo, a existência de outro jogo antes do encontro entre rivais	64
Figura 5: Artigos de opinião são bastante regulares ao longo da semana	65
Figura 6: Comparações entre jogadores e análise tática de um dos intervenientes de um <i>derby</i> ou clássico	66
Figura 7: Reportagem do jornal A Bola percorria todos os estádios onde já tinham sido disputados <i>derby's</i> entre Benfica e Sporting	66
Figura 8: Rivalidade patente em expressões simples	67
Figura 9: Expressões que vincam o carácter bélico dos <i>derby's</i> e/ou clássicos: jogo como “embate” e jogadores como “tropas”	67
Figura 10: Capas de A Bola e Record de 11 de maio de 2013	68
Figura 11: Exemplo do frente-a-frente entre treinadores na capa de 21 de abril de 2013 do Record	69
Figura 12: Capas de 13 de janeiro de 2013 e 10 de dezembro de 2012 de Record e O Jogo, respectivamente. Destaque dado a jogadores influentes	70
Figura 13: Trocas de acusações alvo de destaque na imprensa	74
Figura 14: Apesar dos compromissos que o antecediam, o <i>derby</i> era, claramente, o encontro mais esperado	75
Figura 15: O Jogo transmitia o clima de tensão que envolvia o <i>derby</i>	76
Figura 16: Primeira página e página 6 do Record, de 09 de dezembro de 2012, com as declarações de Godinho Lopes	77
Figura 17: Jorge Jesus, à altura treinador do Benfica, mostrava contenção, lembrando que antes do clássico havia ainda outro jogo em disputa	78

Índice de Gráficos:

Gráfico 1: Número de páginas dedicadas a FC Porto, Benfica e Sporting nas edições de O Jogo (10 a 16 de julho de 2015)	57
Gráfico 2: Número de páginas dedicadas a FC Porto, Benfica e Sporting nas edições de A Bola (10 a 16 de julho de 2015)	58
Gráfico 3: Número de páginas dedicadas a FC Porto, Benfica e Sporting nas edições do Record (10 a 16 de julho de 2015)	58
Gráfico 4: Percentagem de espaço dedicado a Benfica, FC Porto e Sporting em cada edição (10 a 16 de julho de 2015)	59
Gráfico 5: Número de páginas com referências ao jogo FC Porto vs Sporting, de 07 de outubro de 2012. Primeira página não incluída	72
Gráfico 6: Número de referências ao jogo FC Porto vs Sporting, de 07 de outubro de 2012. Primeira página não incluída	73
Gráfico 7: Número de páginas com referências ao jogo Sporting vs Benfica, de 10 de dezembro de 2012. Primeira página não incluída	76
Gráfico 8: Número de referências ao jogo Sporting vs Benfica, de 10 de dezembro de 2012. Primeira página não incluída	77
Gráfico 9: Número de páginas com referências ao jogo Benfica vs FC Porto, de 13 de janeiro de 2013. Primeira página não incluída	79
Gráfico 10: Número de referências ao jogo Benfica vs FC Porto, de 13 de janeiro de 2013. Primeira página não incluída	80
Gráfico 11: Número de páginas com referências ao jogo Benfica vs Sporting, de 21 de abril de 2013. Primeira página não incluída	80
Gráfico 12: Número de referências ao jogo Benfica vs Sporting, de 21 de abril de 2013. Primeira página não incluída	81
Gráfico 13: Número de páginas com referências ao jogo FC Porto vs Benfica, de 11 de maio de 2013. Primeira página não incluída.	82
Gráfico 14: Número de referências ao jogo FC Porto vs Benfica, de 11 de maio de 2013. Primeira página não incluída.	82
Gráfico 15: Número de páginas com referências ao jogo Sporting vs FC Porto, de 02 de março de 2013. Primeira página não incluída	91

Gráfico 16: Número de referências ao jogo Sporting vs FC Porto, de 02 de março de 2013.

Primeira página não incluída.

91

1. Introdução

O desporto português tem demonstrado, nos últimos anos, um forte crescimento e um desenvolvimento notável, quer ao nível das infra-estruturas disponíveis, quer no que diz respeito aos resultados que daí provêm.

Assim, é com naturalidade que se observa uma crescente envolvência entre a sociedade e a atividade desportiva e uma ligação cada vez maior entre instituições e adeptos, sedentos de bons resultados e conquistas.

Para essa relação em muito contribuí o futebol, que se assume, cada vez mais, como modalidade de eleição e dispõe, conseqüentemente, de uma enorme mediatização, beneficiada pelo aparecimento de intervenientes nacionais que figuram nos maiores palcos mundiais, com prestações dignas de registo.

Nesse sentido, o tratamento da informação desportiva no nosso país mostra-se intimamente relacionado com a enorme cultura do futebol, fortemente enraizado e com milhões de seguidores, que se dividem no apoio aos clubes e instituições pelas quais demonstram preferência.

Paralelamente, o contexto da modalidade em Portugal merece destaque considerável na imprensa desportiva, especialmente na generalista, da qual fazem parte os três diários desportivos em atividade: A Bola, O Jogo e o Record.

Com procura e transmissão diária de um grande volume de informação, as três publicações funcionam como elo de ligação entre o quotidiano desportivo e a enorme falange de público que o acompanha e a eles recorre para consumir as matérias que se afiguram de maior interesse.

Porém, o volume de informação e o interesse que lhe estão associados nem sempre são constantes e, aparentemente, tendem a aumentar de acordo com o contexto e os seus intervenientes.

Bom exemplo disso são os chamados “jogos grandes”, que opõem clubes que, mantendo uma rivalidade histórica no desporto nacional, em especial no futebol, disputam entre si, regra geral, o domínio da modalidade no nosso país.

Derby's ou clássicos, dependendo dos intervenientes e da distância territorial que os separa, os “jogos grandes” surgem como motores de um elevado volume de informação, com enorme capacidade de atração, mantendo-se na ribalta ao longo da semana que os antecede e, por vezes, até alguns dias após o respetivo encontro.

Nesse sentido, tendo por base uma experiência de estágio curricular no jornal A Bola, decidimos abordar o tema e as suas características, através da análise comparativa das edições das semanas que antecederam os “jogos grandes” que envolveram FC Porto, Benfica e/ou Sporting na temporada desportiva 2012/2013.

Dessa forma, pretendemos, com a elaboração deste relatório, aprofundar as estratégias de cada uma das publicações, procurando, com isso, perceber qual a atenção dada aos “três grandes”, o espaço que lhes é dedicado na imprensa e se a sensação de crescendo da informação ao longo da semana se afigura real.

Consequentemente, tentaremos, através da análise do material disponível, estabelecer uma relação entre a proximidade a cada encontro e o volume de informação veiculado, tendo sempre em conta o contexto e os fatores adjacentes que o possam influenciar.

Para além disso, procederemos a uma natural reflexão sobre a experiência e aprendizagem adquiridas ao longo do estágio curricular no jornal A Bola e procuraremos, também, abordar a evolução recente da Internet e o seu potencial para a transmissão de informação desportiva, não esquecendo o desenvolvimento de algumas considerações em relação aos focos de tensão que, muitas vezes, surgem como reais motivos de interesse nos dias que antecedem jogos entre rivais.

A escolha do tema a desenvolver relacionou-se, acima de tudo, com a sensação de pertinência no seu tratamento, com o principal objetivo de perceber a relação entre jornal e leitor e as estratégias utilizadas no tratamento e transmissão da informação desportiva, consumida de forma ávida pelo público, que procura, de forma constante, qualquer novidade sobre o clube ou instituição que apoia.

2. O Jornal A Bola

2.1. História do Jornal A Bola

Com sede no número 23 da Travessa da Queimada, em pleno coração da cidade de Lisboa, o jornal A Bola é a única publicação portuguesa que mantém presença no Bairro Alto, aquele que é, por certo, um dos mais tradicionais locais da capital portuguesa.

Aí encontramos um imponente prédio de quatro andares, que serve as instalações do mais antigo jornal desportivo do país, cujo aparecimento nos remete a janeiro de 1945, há sensivelmente 70 anos.

O jornal A Bola surgiu no final da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) e em pleno Estado Novo, que imperava em Portugal. Na altura o jornalismo desportivo debatia-se com os problemas de perda de identidade e lutava, segundo Ferreira, contra “a prostituição da língua portuguesa, praticada por portugueses, e destes usufruindo pleno aplauso”, palavras proferidas nas Tertúlias da Recta Pronúncia, debates onde participavam jornalistas ligados ao desporto e dezenas de pessoas que defendiam a eliminação dos estrangeirismos das publicações nacionais, sob a premissa de que “a primeira condição – a essencial – para ser português é falar e pensar em português.” (Ferreira, 1994: 3 apud Pinheiro, 2009: 352)

Em paralelo, o Café O Restauração, em Lisboa, recebia umas outras, dedicadas ao desporto, em geral, e ao futebol, em especial, onde participavam Cândido de Oliveira e Ribeiro dos Reis¹, dois importantes nomes do jornalismo português da altura, com conhecidas ligações ao panorama do desporto a nível nacional, que não demorariam a constituir a base de formação de uma publicação que viria a renovar o tratamento da informação desportiva no país.

Libertado em maio de 1944, depois de dois anos de prisão sob acusação de espionagem, Cândido de Oliveira acabava de recusar, como forma de manter a honra², uma proposta do Regime para recuperar um antigo emprego nos CTT e começou a envolver-se nas

¹ Nascidos em 1896, Cândido de Oliveira e Ribeiro dos Reis são duas figuras incontestáveis do jornalismo desportivo português, tendo desempenhado, ainda, outras funções no desporto nacional, o primeiro como jogador e treinador e o segundo como jogador e, mais tarde, dirigente. Muito influentes, contribuíram para o desenvolvimento da modalidade e do jornalismo desportivo em Portugal, com a fundação, em conjunto, do jornal A Bola. Cândido de Oliveira, pela importância das suas ações, dá ainda o nome à Supertaça portuguesa, competição futebolística sob a alçada da Federação Portuguesa de Futebol (FPF).

² Cândido de Oliveira esteve detido no Tarrafal e, aquando da sua libertação, foi-lhe oferecido o regresso aos CTT, para que pudesse voltar a desempenhar as funções que lhe estavam destinadas alguns anos antes. No entanto, o jornalista recusou a proposta por uma questão de honra.

referidas tertúlias, onde encontrou Ribeiro dos Reis, velho conhecido e com quem mantinha uma forte relação de amizade.

Determinados em deixar uma marca no jornalismo desportivo em Portugal, Cândido de Oliveira e Ribeiro dos Reis rapidamente se tornaram as pedras basilares de um novo e ambicioso projecto, tendo contado com a preciosa ajuda de Vicente de Melo, responsável pelo investimento de cinco mil escudos necessário para a criação do jornal, e de Artur Rebelo, administrador do Casino do Estoril e peça-chave na manutenção de uma boa dinâmica empresarial de um projeto dessa envergadura.

Assim, com a cooperação entre estas quatro figuras, nasceu a Sociedade RIVIARCO³, empresa que, a partir desse momento, se constituiu como proprietária do jornal A Bola e que delegou em Álvaro de Andrade⁴ as funções de diretor da publicação.

Estava dado o primeiro passo rumo ao surgimento de um projeto que passou a moldar o jornalismo desportivo em Portugal e que teve, a 29 de janeiro de 1945, o lançamento do seu primeiro número, depois de aprovada a sua criação pela Comissão de Censura.

Com oito páginas e com um formato 57x40, o jornal A Bola tinha o preço de um escudo e vincava, logo no subtítulo, a intenção de dar importância às diferentes modalidades que compunham o contexto nacional, afirmando, sem reservas, ser o «Jornal de Todos os Desportos».

Alvo de grande interesse e curiosidade, o jornal A Bola obteve sucesso desde o início. A sua primeira edição, cuja edição esgotou, incluía na capa o editorial «Bola de saída», onde se definia o modo de atuação e se marcavam os princípios de atuação do jornal, baseados na liberdade e honestidade e na garantia de uma atitude, no jornalismo, como no desporto”, tendo o “fair-play como regra permanente”:

«A Bola aparece como jornal livre, sério e honesto: nas intenções e nos processos, a dizer do bem e a dizer do mal, na crítica, na doutrina, na

³ A Sociedade RIVIARCO deve a designação às iniciais dos nomes das quatro pessoas que a fundaram: «RI» de Ribeiro dos Reis, «VI» de Vicente de Melo, «AR» de Artur Rebelo e «CO» de Cândido de Oliveira.

⁴ Álvaro de Andrade trabalhou como redator no Diário Popular e no Diário de Lisboa, onde chegou a desempenhar funções de Chefe de Redação. Começou a carreira de jornalista em 1919, tendo sido apelidado de “Homem dos jornais” na edição de A Bola de 4 de janeiro de 1969, dia em que o jornal lhe prestou homenagem pelos 50 anos de carreira.

propaganda desportivas» (A Bola, 1945, 29 de janeiro: 1 apud Pinheiro, 2009: 355).

As duas edições semanais faziam com que a publicação chegasse às bancas à segunda-feira e à sexta-feira, dias em que se dedicava, respectivamente, “à reportagem dos acontecimentos desportivos” e «à apreciação crítica, à vulgarização, ao exame dos problemas desportivos portugueses» (A Bola, 1945, 29 de janeiro: 2 apud Pinheiro, 2009: 355).

A Bola disputava diretamente o mercado com a revista Stadium, caracterizada pelo nível das suas ilustrações, e com o jornal Os Sports, publicado ininterruptamente desde 6 de Abril de 1919, mas que não conseguiu responder à concorrência do projeto do jornal A Bola, cujo investimento no tratamento da informação relacionada com o futebol parecia ir ao encontro do mercado de leitores de jornais desportivos.

Os Sports acabou por não conseguir responder à concorrência do jornal A Bola e, depois de dois meses de luta, começou a ceder oficialmente à enorme pressão da concorrência, tendo anunciado, na edição de 7 de março de 1945, uma primeira suspensão, que seria definitivamente confirmada a 4 de abril de 1945, na edição 3101.

Neste número, Raul de Oliveira, diretor da publicação, assinava o artigo «Fecho de Capítulo», para o qual estava destinava a oitava página, onde fazia uma retrospectiva dos 26 anos do jornal e do contributo da imprensa para o desenvolvimento desportivo em território nacional.

«Quando um dia, mais tarde, se fizer com a necessária calma a história do desporto em Portugal, ter-se-á de prestar justiça ao contributo da imprensa no desenvolvimento e expansão dos exercícios físicos. Neste sector, talvez mais do que em qualquer outro da vida nacional, os jornais aparecem intimamente ligados a tudo o que se fez para chegarmos às realidades de hoje» (Os Sports, 1945: 8 apud Pinheiro, 2009: 356), explicava, salientando o contributo do projeto pelo qual era responsável:

«Os Sports tiveram, desde os primeiros passos da sua carreira, o condão de espevitar o público, agitando ideias, lançando iniciativas, movimentando as populações dos clubes desportivos, divulgando a necessidade de despertar

energias através da vida ao ar livre e das lutas nobres do desporto.» (Os Sports, 1945: 8 apud Pinheiro, 2009: 356).

Com duas publicações semanais desde que foi criado, o jornal A Bola decidiu aproveitar ao máximo a suspensão do seu maior concorrente. O fim de Os Sports originou o aparecimento do Mundo Desportivo, propriedade da Empresa Nacional de Publicidade, a mesma que geria Os Sports e que pretendia apostar num novo título, mais atrativo e capaz de disputar o mercado de A Bola, que decidiu, por isso, antecipar a edição de sexta-feira para quinta-feira. Com isto, a partir de março de 1945, A Bola antecipava a sua edição à saída para as bancas da edição de sexta-feira do Mundo Desportivo, passando a publicar-se às segundas e quintas-feiras, estratégia que justificou com a possibilidade de resolução de problemas técnicos na impressão e a «vantagem de nesse dia haver o comboio rápido Porto-Lisboa» (A Bola, 5 de março de 1945: 1 apud Pinheiro, 2009: 358), o que permitia uma distribuição mais fácil e igualitária da publicação por território nacional.

Fazendo parte do grupo de jornais mais importantes no seio da imprensa desportiva generalista, em 1945, A Bola estava, conseqüentemente, forçada a aguentar com as conseqüências de um controlo bastante rígido dos serviços de Censura Prévia que, aparentemente, não davam tréguas.

No entanto, e à semelhança da restante imprensa desportiva do país, A Bola tentava estabelecer e manter os limites que podiam ser considerados corretos, afastando-se ao máximo da política e das ideologias inerentes à Censura.

Com esta atitude, as publicações de carácter desportivo conseguiram que, a 11 de outubro de 1945, a Censura Prévia publicasse a Circular nº 238 (apud Pinheiro, 2009: 359), onde ficava definido que, a partir desse momento, estavam «dispensadas de censura prévia as notícias e relatos desportivos»⁵, quer de A Bola, quer dos restantes meios de comunicação social desportivos.

Ainda assim, os Serviços mantiveram-se alerta e não deixavam passar em claro eventuais casos que constituíssem transgressões aos valores impostos e, como conseqüência, A Bola sofreria, ao longo dos anos, uma série de punições.

⁵ Censura Prévia (1945, 11 de outubro). Circular nº 238, ponto 9

Num primeiro momento, acusada de «não acatar um corte»⁶ definido pelos serviços de censura, a publicação foi sancionada com uma multa de 500 escudos mas, no ano seguinte, acabou suspensa por 30 dias, depois de publicar «matéria não abrangida pela circular 238»⁷, na sequência de dois textos presentes na página 5 da edição de 25 de março de 1946, nos quais Carlos Correia e Cândido de Oliveira se dirigiam de forma irónica à atuação da Federação Portuguesa de Futebol.

Depois destas punições, A Bola voltaria a ser sancionada em 1950 quando, na edição de 11 de maio, não respeitou um corte decretado pelos Serviços de Censura. A infração valeu ao jornal uma multa de 1000 escudos, valor equivalente ao da venda de 1000 exemplares da publicação que, à altura, mantinha o preço de 1 escudo.

Ainda nesse ano, e face ao crescimento do número de publicações de carácter desportivo, A Bola decidiu introduzir uma nova edição semanal, começando a sair para as bancas também aos sábados, dia em que era publicado o então recente semanário desportivo Record, cuja primeira edição tinha sido lançada a 26 de Novembro de 1949.

Como justificação, a direcção do jornal afirmava querer dedicar mais tempo e espaço aos desportos com menos popularidade, mas nem por isso a decisão foi dissociada de uma tentativa clara de retirar leitores ao projeto rival, que disputava o mercado do jornal.

Com as relações entre as duas entidades afetadas, depois da decisão de A Bola de adicionar mais uma publicação semanal, o Record mostrava capacidade para disputar o mercado de A Bola e optou, a 3 de fevereiro de 1953, por acrescentar também um novo dia de publicação, passando a sair à terça-feira e num novo formato, com 16 páginas.

Ainda assim, a importância e consolidação de A Bola eram inegáveis e, cerca de dois meses depois da decisão do jornal Record, a publicação atingiria um marco histórico. A 25 de abril de 1953, sensivelmente 8 anos depois do seu aparecimento, A Bola celebrava a milésima edição, num ambiente festivo que vincava o espírito vitorioso daqueles que a constituíam:

“Em 1.000 ‘partidas’ jogadas, o TEAM de ‘A BOLA’ ganhou experiência, apurou o espírito de equipa, fortaleceu a sua coesão, afinou as qualidades dos mais novos, ganhou,

⁶ Cf. Processo n.º 417 (caixa 265), de A Bola, nos arquivos da Censura do SNI, em consulta no ANTT (apud Pinheiro, 2009: 360)

⁷ Cf. Processo n.º 417 (caixa 689), de A Bola, nos arquivos da Censura do SNI, em consulta no ANTT (apud Pinheiro, 2009: 360)

enfim, condições para a renovação incessante” (A Bola, 1953, 25 de abril: 1 apud Pinheiro, 2009: 369).

Numa altura em que começava a ser notória a evolução do contexto jornalístico e do panorama desportivo em Portugal, com o aparecimento de novos títulos na imprensa especializada, A Bola continuava a debater-se com a forte concorrência de Record e Mundo Desportivo, com os quais mantinha relações algo tensas e quezilentas, motivadas, essencialmente, pela disputa do mercado.

Por esta altura, A Bola lançava para as bancas cerca de 21 mil exemplares, mas a concorrência não surgia como único problema da publicação, que ao longo da década de 50 voltaria a ter problemas com os Serviços de Censura, geralmente relacionados com a publicação de matérias não sujeitas a censura prévia ou ao facto de não serem respeitados cortes impostos pelos Serviços de Censura.

Pertencentes à «Classificação I – De Educação Física e Desportos», os jornais desportivos não escapavam ao olhar atento dos Serviços que, regra geral, instauravam «processos disciplinares» relacionados com três tipos de infração comuns: «a publicação de “matéria não submetida à apreciação dos Serviços de Censura” (terminologia dos serviços); o não cumprimento, total ou parcial, dos “cortes” feitos pela Censura; e a publicação de conteúdos desportivos, considerados problemáticos, após a indicação da Censura para o não fazer.» (Pinheiro, 2009: 390).

Como consequência, as publicações podiam ser repreendidas por escrito ou multadas em 500 escudos, não sendo descartado um castigo mais severo – como o aplicado a A Bola em 1946 –, que passava por uma suspensão temporária ou definitiva, decidida consoante a infracção, cadastro e justificações apresentadas pelos infratores perante os serviços de censura.

Mesmo assim, A Bola mostrava não querer ceder ao poder político vigente e às contrariedades associadas à liberdade de comunicação e de imprensa, reforçando, no início de 1970, a firmeza das suas convicções e a manutenção de uma linha editorial que tentava, ao máximo, resistir às pressões inerentes aos serviços de censura.

«No seu percurso de crítica e de informação, também A Bola se premuniu sempre contra os agentes da corrupção do autêntico que tantas vezes

comprometem e envilecem as empresas desta natureza. Numa altura em que a propaganda se forja e ela própria pretende forjar a verdade, não é pequena tentação essa de hipotecar-lhe o rigor da objectividade e da isenção pela contrapartida da poupança económica que, no existencialismo actual, comanda o homem onde quer que ele leve o seu fardo de social e de político. Essa tentação não nos venceu nunca» (A Bola, 1970, 29 de janeiro: 7 apud Pinheiro, 2009: 435-436), pôde ler-se na edição de 29 de janeiro, comemorativa do 25º aniversário do jornal, que não esquecia o contributo essencial dos seus leitores:

«Há uma entidade que, no nosso jornal, dirige mais do que o director, gere mais do que a gerência, administra mais do que a administração e nos merece mais respeito do que o mais respeitável dos pioneiros. Grande força tem, pois, junto de nós essa entidade que se chama O LEITOR para deste modo atendermos ao seu interesse, às suas solicitações, às suas preferências, aos seus anseios – constituindo-se essa atitude do público como a linha orientadora de toda a acção deste jornal» (A Bola, 1970, 29 de janeiro: 2 apud Pinheiro, 2009: 435).

Por esta altura, A Bola era já a publicação desportiva generalista com maior tiragem a nível nacional mas o início de década prometedor acabou por chocar, em 1973, com o aumento do preço do papel que, 50% mais caro, criou enormes constrangimentos em toda a imprensa portuguesa, impedindo o seu natural desenvolvimento e colocando entraves na criação e manutenção de inúmeros projetos.

No entanto, a principal mudança no panorama social português ocorreria dois anos depois, com a queda do regime ditatorial em vigor no país. A 25 de Abril de 1974, a democracia trouxe à imprensa e à comunicação a liberdade que modificou por completo o contexto jornalístico em Portugal, ao longo das décadas seguintes.

Como consequência, A Bola sofreu uma reestruturação dos seus quadros, marcada pelo despedimento de alguns jornalistas mais conotados com o antigo regime e operou uma «inversão» (Coelho, 2001: 132 apud Pinheiro, 2009: 447) da sua linha editorial, apostando na predominância de sobre o papel do desporto, da imprensa e do futebol durante a vigência do regime ditatorial.

Envoltos num contexto simultâneo de desenvolvimento e alguns constrangimentos, os meios de comunicação social assumiram-se como «um poder emergente» com capacidade para influenciar «cada vez mais o gosto e a mentalidade dos elementos mais receptivos da sociedade portuguesa» (Ferreira, 2001: 138 apud Pinheiro, 2009: 465), não tendo, contudo, escapado «aos efeitos do conturbando período político-social-económico-identitário que se viveu em Portugal nos anos seguintes à Revolução do 25 de Abril de 1974» (Pinheiro, 2009: 465).

Conotado como meio de manipulação de massas durante o período em que Portugal esteve sob regime militar, o desporto, em especial o futebol, foi alvo de um crescente desinteresse, que em nada ajudou a imprensa desportiva do país.

Desconfiados, depois de um contexto político e social complexo, os leitores assumiam o desconforto em relação à imprensa, que passou a travar uma luta diária contra o acentuado decréscimo na venda de exemplares, numa altura em que, dotada da liberdade que recentemente havia sido conquistada, A Bola, um dos jornais mais afetados pelo decréscimo das vendas, festejava o 30º aniversário.

O novo panorama em que a imprensa se incluía era, ainda assim, animador e isso estava bem patente na capa da edição de 30 de janeiro de 1975, comemorativa das três décadas de vigência de um dos jornais desportivos de referência em Portugal que, sem reservas, exaltava a liberdade. «30 anos! 1.º aniversário em liberdade», podia ler-se no título, que antecedia uma reflexão, em forma de desabafo, onde se louvava o esforço e capacidade de superação do jornal, capaz de resistir «até a 30 anos de uma política orientada no sentido da manipulação do desporto como meio de alienação das grandes massas» (apud Pinheiro, 2009: 466).

Por isso mesmo, A Bola manteve-se como referência do jornalismo desportivo português, tendo conseguido, uma vez mais, contornar as condicionantes que lhe iam sendo impostas. A recuperar o crédito dos leitores, A Bola festejou, a 15 de fevereiro de 1979, a edição número 5000, na qual se reafirmavam os valores da independência, da autonomia e da isenção da publicação:

«“A Bola” foi um jornal que teve a felicidade, mesmo em tempos difíceis e perturbados, de nascer independente: independente do poder político,

independente do poder económico, independente do poder clubista. Tem sido essa independência o que mais temos prezado, no decorrer dos anos» (A Bola, 1979, 15 de fevereiro: 1 apud Pinheiro, 2009: 484).

Ultrapassada a instabilidade vivida na década de 70, A Bola reforçava, sem surpresas, o estatuto de líder de vendas no que ao jornalismo desportivo generalista dizia respeito, facto para o qual contribuiu a criação de diversos projetos editoriais que lhe eram complementares.

Entre o final de 1980 e os primeiros anos de 1990, A Bola voltou a investir na vertente editorial com o lançamento dos “Cadernos da Bola”, “A Bola Magazine” e “A Bola de Domingo”, que permitiram uma maior proximidade com os leitores, que se sentiam progressivamente cativados.

Assim, foi com naturalidade que, por volta de 1995, A Bola voltou a alterar a periodicidade de publicação, passando a sair para as bancas diariamente, escolha que coincidiu com as celebrações do meio século de existência do jornal, marca histórica em que Vítor Serpa⁸, diretor da publicação, aproveitou para destacar a capacidade de renovação e inovação e a luta diária para o cumprimento dos objectivos propostos.

«Um jornal que lhe apetece o amanhã e que não vive do passado senão nas firmes referências daqueles que o construíram e nos construíram» (Serpa, 1995, 29 de janeiro: 1 apud Pinheiro, 2009: 525), dizia, não esquecendo, uma vez mais, o seu principal motor:

«O leitor tem sido, ao longo destes 50 anos, a razão primeira.» (Serpa, 1995, 29 de janeiro: 1 apud Pinheiro, 2009: 525).

Em mudança, A Bola optou também pelo formato tablóide, pondo fim ao anterior – 60x42, formato grande – e, a 9 de fevereiro de 1995, explicava aos seus leitores a opção de publicação diária:

«O quadrissemanário tinha cumprido a sua função. Quatro vezes por semana assinalávamos tudo o que de mais importante se passava em Portugal e no

⁸ Nascido em 1951, Vítor Serpa começou no jornalismo ao serviço do Diário Popular, na década de 60. Com Carlos Cáceres Monteiro, foi o primeiro jornalista desportivo a integrar uma direcção do sindicato dos jornalistas. É diretor do jornal A Bola desde 1992, cargo que acumula com as funções de diretor-geral de A Bola *online* e de A Bola TV.

Mundo, na cada vez mais ampla área desportiva. Começava a sentir-se que nos faltavam dias. “A Bola” passa a diário na certeza de que só assim poderá continuar a servir, ao mesmo nível de sempre, o interesse do seu público, e por esse mesmo público, razão essencial da vida do próprio jornal, assumimos ainda a coragem de romper com a velha tradição do formato. “A Bola” limita-se a assumir a evolução de há muito desejada pelos seus leitores.» (Serpa, 1995, 9 de fevereiro: 1 apud Pinheiro, 2009: 525).

Vítor Serpa apontava, ainda, o caráter histórico da referida edição, que marcava um ponto de viragem no «maior jornal português»:

«Hoje é um dia histórico para a imprensa portuguesa. A partir de hoje “A Bola”, o maior jornal português, passa a diário. O leitor tem, pois, nas mãos, um jornal histórico. Mais moderno, mais prático, um jornal de outra dimensão, numa entrada imediata, a cinco anos de distância, nos anos 2000. Esta é a sua nova “Bola”, mas, também, a sua “Bola” de sempre. “A Bola” de todos os desportos e de todos os tempos» (Serpa, 1995, 10 de fevereiro: 1 apud Pinheiro, 2009: 525-526).

Como publicação diária, A Bola viu-se obrigada a alterar a linha editorial, muito por culpa da falta de jogos de futebol – o principal motor dos jornais desportivos – ao longo da semana. Assim, o foco passou a centrar-se em tudo o que envolvia o “desporto rei”, tendo sido dada cada vez mais atenção ao dia-a-dia, aos bastidores e conflitos nos clubes e entre eles, numa base que, por vezes, fazia saltar à vista os conteúdos mais polémicos e inflamatórios.

A estratégia parecia a melhor e, ao fim de um ano como diário, A Bola mantinha uma posição de destaque. Em conjunto com Record e O Jogo, A Bola vendia um número de exemplares semelhante ao conjunto dos quatro jornais generalistas de referência, onde se incluíam o Jornal de Notícias, o Correio da Manhã, o Público e o Diário de Notícias. Para além disso, de todos estes, A Bola e o Record eram os únicos jornais diários que suplantavam os 100 mil exemplares de circulação, o que revelava o rigor de ambos os projetos editoriais.

A onda de domínio e crescimento não parou e, atualmente, A Bola continua no topo do jornalismo desportivo em Portugal, tendo recentemente celebrado o 70º aniversário, marca resultante, segundo Vítor Serpa, de uma visão futurista e de objectivos bem traçados:

«A BOLA chega hoje ao número redondo de setenta anos porque soube ser o futuro em cada um dos singulares dias em que se publicou; porque sempre respeitou a sua imensa história sem, alguma vez, a tentar repetir; porque sempre soube fazer o seu caminho.» (Serpa, 2015, 29 de janeiro: 1)⁹.

Como destaque e exemplo, A Bola marcou e continua a marcar décadas e gerações e reforça a liderança conquistada na versão impressa com o domínio na exploração das novas tecnologias, sendo detentora do «*site* mais visto e mais lido de todas as publicações nacionais» (Serpa, 2015, 29 de janeiro: 36)¹⁰ e de A Bola TV, o único canal de televisão associado a publicações de carácter desportivo em Portugal.

⁹ Serpa, V. (2015, 29 de janeiro). *O futuro é cada dia*. A Bola, p. 1.

¹⁰ Serpa, V. (2015, 29 de janeiro). *O futuro é cada dia*. A Bola, p. 36.

3. O Estágio no Jornal A Bola

3.1. Explicação do Estágio

Depois de completar a licenciatura de três anos em Jornalismo, na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, optei pela inscrição no Mestrado em Comunicação e Jornalismo, lecionado na mesma instituição de ensino e com duração programada de dois anos.

Desde sempre me interessei pela área do Jornalismo e pela arte da escrita, gostos que fui acumulando pela paixão que desenvolvi pelas modalidades em geral da área do desporto.

Assim, foi com naturalidade que, na hora de escolher o local para a concretização do estágio curricular inerente à realização do Mestrado em Comunicação e Jornalismo, comecei a desenvolver o interesse de ingressar num dos vários jornais de carácter desportivo a funcionar em Portugal.

Confrontado com as diferentes opções em vista, decidi integrar a redação do jornal A Bola, não só pela sua imensa história na atividade jornalística de carácter desportivo em Portugal, como também por tudo o que representou para a minha formação e para o avolumar do interesse pelo jornalismo e pelo desporto, áreas que, hoje em dia, procuro complementar.

Com início definido para 15 de setembro, fui previamente informado que o estágio curricular no jornal A Bola decorreria sob a orientação de Fernando Guerra, subdirector da publicação e figura de destaque no jornalismo desportivo português, com provas dadas no panorama nacional.

Após breve reunião introdutória, já no edifício onde funciona o jornal, acabei por ser encaminhado para a alçada de Ricardo Quaresma, um dos editores da publicação, que me orientou, depois de uma rápida apresentação do espaço e dos restantes elementos das diferentes redações do jornal – publicação impressa e *online* –, para a redação do suporte *online*.

Ainda assim, convém salientar que a orientação se manteve a cargo de Fernando Guerra, que sempre se mostrou, ao longo da duração do programa, disponível para qualquer ajuda e encaminhamento que se revelassem necessários.

Na sala, adjacente à redação da versão impressa e de dimensão média, concentravam-se os jornalistas que davam conteúdo à página *online* da publicação, responsáveis pela produção noticiosa relativa às secções de Desporto, Outros Mundos e África, que continham, respetivamente, as notícias sobre as diversas modalidades do desporto nacional e internacional, as questões do quotidiano de Portugal e do mundo e matérias específicas relativas ao território africano.

Como forma de me ambientar à envolvência do jornal e ao ritmo de produção noticiosa, foi-me indicado que permaneceria na redação do suporte *online* que, em funcionamento durante todo o dia, é responsável pela veiculação de centenas de notícias entre as suas diversas secções.

Inicialmente comecei por integrar a secção desportiva, auxiliando, com especial incidência, na produção de diferentes matérias relacionadas com o desporto a nível internacional.

Mas, na sequência do contexto estrutural e de uma boa adaptação aos métodos de trabalho, passei a alternar a produção de notícias desportivas com a presença nas secções Outros Mundos e África que, inclusivamente, cheguei a desenvolver em simultâneo.

Assim, tendo em conta o número de jornalistas efectivos designados para cada tarefa, bem como a presença de um outro estudante de Comunicação e Jornalismo, também em estágio, comecei a intercalar as diferentes secções, alternando, a cada dia, a produção de notícias desportivas com a de matérias de Outros Mundos e/ou África.

Apesar de se tratar de um estágio curricular, a confiança que em mim depositaram promoveu uma fantástica adaptação e fomentou um sentimento de pertença a uma equipa que tudo fez para me integrar, com base numa atitude de entreaajuda e preocupação sem limites. Prova disso foi a total liberdade que me foi atribuída para a produção de notícias, sem qualquer restrição à pesquisa, ao tempo de produção ou ao tema, caso este se enquadrasse, como é óbvio, na respetiva secção.

O trabalho que me estava destinado era idêntico ao dos restantes jornalistas e a supervisão ficava a cargo de um dos editores, que controlava as peças inseridas no site e procedia às alterações que considerasse pertinentes.

Sem carga horária específica ou previamente determinada, uma vez que fui informado na reunião introdutória que não teria que obedecer a qualquer escala predefinida, tendo em conta que estava a realizar um estágio curricular, optei, regra geral, por trabalhar durante a tarde e noite – o horário que realizei no primeiro dia e que fui mantendo –, com entrada às 16 horas e saída por volta da meia-noite. Não obstante isso, trabalhei alguns dias durante a manhã e parte da tarde, alturas em que chegava à redação às 9 horas e saía entre as 16 horas e as 17 horas.

3.2. Política Editorial

Como referimos, nunca me foi imposta qualquer restrição na produção de matéria noticiosa e, ao longo dos três meses passados no jornal, sempre tive total liberdade para desenvolver os temas que, na minha opinião, pudessem corresponder aos critérios de notícia que lhe estavam associados.

Assim, na sequência de uma procura constante por temáticas de interesse, a peça era desenvolvida e posteriormente lançada, passando a fazer parte do conteúdo da versão *online* da publicação, disponível para milhares de pessoas em todo o mundo.

Tratando-se de uma publicação portuguesa, o destaque era naturalmente dado ao panorama nacional, ao qual se seguiam as notícias que, de alguma forma, estivessem conectadas com intervenientes portugueses. Esta era uma característica perceptível em dias de jogos relativos a competições internacionais, alturas em que o destaque era dado às formações nacionais e só depois aos clubes estrangeiros, com a preferência a recair sobre aqueles que incluíssem, nos seus quadros, jogadores ou treinadores de nacionalidade portuguesa ou com ligação ao nosso país.

Também a *homepage* do *site* A Bola demonstrava bem a forma de atuação do jornal, já que, perto do topo, apresentava dez *banners* rotativos que continham diferentes informações sobre as secções de Desporto e Outros Mundos.

Os três primeiros, regra geral, eram destinados às matérias relacionadas com Benfica, FC Porto e Sporting e colocavam em manchete o assunto de maior relevo em cada dia e contexto.

Já os dois últimos diziam respeito às manchetes nacional e internacional da secção Outros Mundos. O nono *banner* era destinado à manchete relativa a Portugal e o décimo era composto pela peça orientada para os assuntos internacionais.

Os restantes espaços, por sua vez, não dispunham de tema fixo e eram dedicados a notícias de desporto a nível nacional ou internacional, escolhidas consoante os critérios de selecção do jornal e a importância que lhes era atribuída. Assim, as áreas em falta podiam ser preenchidas com informações sobre intervenientes portugueses, assuntos com ligação ao desporto português ou, simplesmente, com declarações ou acontecimentos que envolvessem personagens estrangeiras de relevo no contexto desportivo a nível mundial.

A estratégia dava destaque natural ao contexto nacional, fomentando o carácter identitário e de proximidade entre o leitor e/ou utilizador – no caso do suporte *online* – e a publicação, que noticiava, para públicos específicos, aquilo que estes procuravam e dava a conhecer factos distintos que se afiguravam de interesse para aqueles que os recebiam.

Tratando todo o contexto desportivo, a nível nacional e internacional, A Bola abordava com especial incidência o futebol, pela envolvência que o caracteriza e a atenção que lhe é dedicada pelo público, acabando por remeter as restantes modalidades para um plano mais secundário, à semelhança do que acontece na restante imprensa desportiva generalista.

3.3. A prevalência do futebol no contexto informativo

Considerado o desporto-rei a nível mundial, o futebol assume expressão incalculável em qualquer meio de comunicação dedicado ao desporto.

Modalidade que mexe com grandes massas e que consegue ter uma enorme capacidade de centrar atenções, o futebol é, cada vez mais, o desporto de eleição, não só por tudo o que se vive dentro das quatro linhas, a cada partida disputada, mas também por aquilo que o rodeia e que fornece toda uma vasta cultura paralela.

Como defende Coelho (2001:36 apud Fernandes, 2011: 21),

“Hoje em dia, não há muitas actividades que ocupem um lugar tão central no universo do desporto e do lazer como o futebol. Mas a sua importância social

alarga-se a outras dimensões. Jogado e visto por milhões, pelo menos através da televisão, contribui mais para as sociabilidades quotidianas do que qualquer outro fenómeno – pelo menos entre os homens. Continuamente dominando as páginas dos jornais e os horários nobres dos «audiovisuais», o futebol comanda parte das indústrias do lazer e entretenimento. Para lá dos noventa minutos de busca de excitação, o futebol fornece toda uma vasta cultura paralela que se estende de um jogo para outro, durante toda a semana”.

Apesar de sempre ter estado em plano de destaque no jornalismo desportivo, o futebol passou a ter especial incidência a partir do momento em que os jornais desportivos passaram a sair diariamente para as bancas e “tiveram que enfrentar a contrariedade de não haver jogos de futebol todos os dias” (Pinheiro, 2009: 536), altura em que a abordagem ao jogo se alterou e se centrou, cada vez mais, nos fenómenos externos à modalidade, desde o quotidiano dos clubes e jogadores, às polémicas entre rivais.

Com o tempo, os meios de comunicação social dedicados ao desporto começaram a disponibilizar cada vez mais espaço e atenção ao contexto que envolve o futebol em Portugal e no estrangeiro, especialmente com a advento e consagração de inúmeros intervenientes portugueses na modalidade, com provas dadas a nível nacional e internacional.

A Bola, como uma das principais publicações de carácter desportivo em Portugal, não foge à regra e, para além da versão impressa, tem no espaço *online* uma janela de oportunidade para veicular todas as incidências com valor notícia capazes de captar um público sedento de novidades quanto aos seus ídolos ou clubes favoritos.

Nesse sentido, o futebol surge como modalidade de destaque, com grande expressão em relação a todas as outras, pela influência e importância que demonstra em termos sociais, como irei abordar, de forma mais detalhada, ao longo do ponto 5.1 deste relatório.

Os oito *banners* de desporto no início da página principal do *site* dedicam-se quase em exclusivo – e por vezes até na totalidade – ao futebol, dando espaço e visibilidade às equipas nacionais e às principais incidências ocorridas no estrangeiro e relegando para segundo plano as restantes modalidades que, inevitavelmente, acabam por ser consideradas secundárias.

Ainda assim, apesar do domínio irrecusável do futebol e do menor destaque atribuído a todas as restantes modalidades, importa salientar que estas não são esquecidas, apesar de

abordadas com menor frequência. Tanto que na *homepage* de *A Bola Online* está reservada uma ligação destinada a um separador unicamente dedicado aos restantes desportos, cuja produção noticiosa depende, em muito, da importância e visibilidade de determinado evento que lhes está relacionado. Importância, essa, em muito determinada pelo leitor e pelo *feedback* recebido.

3.4. Modalidades: A fuga ao futebol

Como explicámos no tópico anterior, o futebol assume, sem margem para dúvidas, o papel de destaque em qualquer órgão de comunicação social dedicado ao desporto, provocando, porém, a diminuição considerável da amplitude de debate em relação a um conjunto de modalidades menos representativas e com menor capacidade de promoção no contexto nacional.

Na secção Mais Desporto – que depois da renovação da página, em janeiro de 2015, passou a designar-se Modalidades – é possível encontrar notícias referentes a variadíssimas modalidades que, mesmo sendo capazes de prender e conquistar um público amplo, não apresentam recursos para ombrear com as fortes raízes e o poder associado ao futebol.

Exemplos disso são o hóquei em patins, o basquetebol, o ténis, o voleibol, o ciclismo, o atletismo, o judo ou até snooker, modalidades cada vez mais em voga e que, pelos seus eventos e pelos atletas que apresentam, conseguem colocar Portugal no topo das hierarquias a nível mundial, não assumindo, ainda assim, merecido destaque.

Como prova, apresentam-se os feitos de atletas como João Sousa (tenista), Telma Monteiro (judoca), Néilson Évora (atleta de triplo salto) ou Rui Costa (ciclista) que, apesar dos resultados e das inúmeras medalhas em provas nacionais e internacionais, só recentemente começaram a conquistar um lugar de destaque na imprensa portuguesa, cada vez mais interessada pelas conquistas que elevam o nome do país por esse mundo fora.

A atenção dada relaciona-se, acima de tudo, com os diferentes contextos de cada modalidade ou evento e depende, em larga escala, do grau de importância que lhes é atribuído, bem como do *feedback* do público, que acaba por determinar a visibilidade de cada desporto nos diferentes meios de comunicação social.

A título de exemplo, tratando-se Portugal de um país europeu, é com naturalidade que se verifica a supremacia de desportos como o hóquei em patins ou o ténis em relação, por exemplo, ao baseball. E acaba por ser esse um dos principais critérios, entre todo um conjunto de factores, que determinam qual a importância e destaque dado a determinado evento, especialmente nos casos em que não se encontram intervenientes nacionais.

A audiência e interação do público, que aumentou consideravelmente com o advento da Internet e o desenvolvimento das suas potencialidades, determina parte do percurso de cada publicação, orientando-a para os temas mais quentes e capazes de aglomerar, em si, um intenso debate por parte de uma ampla amostra de utilizadores que, revelando interesse por modalidades consideradas secundárias, procuram fugir à febre e à influência do futebol enquanto desporto dominante.

Ainda assim, e mesmo tendo em conta os desenvolvimentos recentes, o jornalismo desportivo, em Portugal, está longe de dar o merecido destaque aos temas que não se relacionam com o futebol, facto que deve ser tido em conta e repensado para bem da própria área, cada vez mais dependente daquela que é considerada a modalidade com maior relevância no desporto a nível mundial.

3.5. Outros Mundos e África

Apesar de claramente orientados para a vertente desportiva, as publicações portuguesas dão também destaque, ainda que menor, aos temas mais marcantes do nosso quotidiano.

Prova disso, no que ao jornal *A Bola* diz respeito, são as secções Outros Mundos e África, que integram não só a componente *online* mas também a versão impressa da publicação.

Com ligação possível desde a *homepage* da versão *online* do jornal, as secções Outros Mundos e África remetem o leitor para a atualidade nacional e internacional e para as notícias referentes ao território africano, com destaque para os países que têm a língua portuguesa como idioma oficial.

Para além disso, aos separadores principais juntam-se diversas subsecções, que possibilitam uma pesquisa mais específica e facilitam o acesso a uma determinada informação, que pode também ser encontrada na zona dedicada à generalidade das notícias veiculadas.

Nesse sentido, o acesso à página Outros Mundos permite que o utilizador oriente a sua pesquisa por diferentes caminhos, pautando-se de acordo com os critérios que mais se relacionam com o seu interesse pessoal. Para além do separador geral de notícias, o leitor pode ainda fazer uma visita mais específica, tendo como escolher, consoante aquilo que procura, as subsecções Nacional, Internacional, Social, Autofoco, Tecnologia, Imprensa, Tempos Livres ou Jogos que, de forma semelhante, estão também subdivididas em novos separadores, ainda mais específicos, permitindo uma busca por diferentes temas que se enquadram no contexto – Economia, Política, Justiça, Saúde, Teatro ou Música, por exemplo.

Funcionamento semelhante tem, também, a secção África. Dedicada à actualidade do continente africano, permite que os utilizadores acedam aos conteúdos transmitidos, com maior destaque para os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP). Nesse sentido, Angola, Guiné-Bissau, Cabo Verde, São Tomé e Príncipe e Moçambique são os países que dão nome às subsecções do separador principal, que permitem o acesso à informação relativa a cada uma das respetivas nações, de forma mais fácil e rápida.

Já no que diz respeito à publicação impressa, Outros Mundos e África ocupam, naturalmente, um espaço de menor dimensão, estando representadas, regra geral, em duas páginas completas, perto do final da edição, ao longo das quais se incluem as mais variadas notícias, que podem diferir em termos de tema e escrita quando comparadas com as peças veiculadas no suporte *online*.

Aí, as duas páginas servem o mesmo propósito da versão *online*, ainda que com menor espaço e, conseqüentemente, menor volume de informação, mas possibilitando que o leitor se mantenha informado quanto ao quotidiano nacional e internacional, apesar da vertente desportiva que caracteriza a publicação.

Esta é uma das características mais marcantes e diferenciativas do jornal A Bola em relação a O Jogo e ao Record, os seus dois grandes rivais do jornalismo desportivo em Portugal.

Quando comparadas as versões *online* de cada uma das publicações, é possível perceber que o jornal A Bola é o que mais atenção dá à atualidade quotidiana não desportiva que, direta ou indiretamente, nos afeta.

Para além deste, apenas o Record dispõe de uma secção dedicada a este tipo de temáticas na barra principal de separadores que, ainda assim, se encontra muito menos visível na *homepage*. Sob a denominação *Fora de Campo*, o separador dá ênfase à atualidade extradesportiva mas centra-se unicamente no que acontece em território nacional.

Já o jornal O Jogo opta por apresentar, no final da sua página principal, um pequeno espaço com a mesma denominação do Record, mas com a peculiaridade de apresentar apenas notícias veiculadas pelos meios de comunicação social associados ao Global Media Group, grupo que detém, também, a publicação desportiva.

Nesse sentido, surgem quatro pequenas janelas, cada uma com ligação a uma notícia da atualidade não desportiva, associadas a matérias veiculadas pelo Jornal de Notícias, pelo Diário de Notícias, pela TSF e pelo Dinheiro Vivo, pertencentes ao grupo detentor do jornal O Jogo, numa política que, como se percebe, orienta o leitor quase em exclusivo para a vertente desportiva que caracteriza a publicação.

3.6. Fontes de informação

Como tive oportunidade de explicar anteriormente, durante o período que passei no jornal *online* – o único suporte que pude experimentar ao longo do período de estágio – o contacto direto com as fontes de informação foi escasso, uma vez que as tarefas que me eram destinadas estavam confinadas à sala que constituía a redação.

Ainda assim, este não era inexistente, acontecendo, porém, apenas em casos específicos e muito pontuais, normalmente resolvidos por chamada telefónica, através da qual se trocavam informações relativas a um evento, geralmente relacionado com declarações proferidas em conferências de imprensa ou com o resultado de jogos secundários ou não oficiais – como são os casos dos encontros amigáveis entre determinadas equipas.

Nesses casos, a pessoa destacada para fazer a cobertura do evento, pertencente aos quadros do jornal, entrava em contacto com a redação e transmitia as informações que considerava revelantes e passíveis de publicação, que posteriormente serviam de base para a elaboração da respetiva notícia, tarefa que me era destinada ou ficava a cargo de um dos jornalistas presentes na sala.

O contacto em sentido contrário – que partia da redação para a pessoa presente no local do evento – era também possível e feito, regra geral, numa altura em que se procurava a confirmação de um determinado facto ou declaração, especialmente nos casos em que o evento não dispunha de qualquer tipo de transmissão que permitisse o acompanhamento em direto.

No meu caso, regra geral, as notícias que tratava na área do desporto diziam respeito ao contexto internacional, às quais juntava o trabalho desenvolvido nas secções Outros Mundos e África. E, em cada um destes casos, a informação provinha, maioritariamente, de diferentes órgãos de comunicação social, principalmente estrangeiros, que ajudavam na veiculação de novas informações.

Com uma rotina bastante idêntica, independentemente da secção em que me encontrava, a minha tarefa passava, essencialmente, pela pesquisa de uma determinada informação com recurso a visitas regulares aos sítios de Internet dos principais meios de comunicação social de um determinado país e, conseqüentemente, pela sua confirmação de modo a que, posteriormente, a notícia pudesse ser elaborada e transmitida para milhares de utilizadores do *site* do jornal.

Uma vez mais, a ajuda prestada pelos restantes elementos da redação foi crucial, já que permitiu maior facilidade e objetividade na procura de informações providas de valor notícia e capazes de corresponder aos critérios inerentes à política da publicação, especialmente nas notícias relativas às secções Outros Mundos e África.

Inicialmente foi-me facultada uma lista alargada com sítios de Internet direccionados para os países lusófonos, geralmente menos evoluídos em termos de veiculação de informação, que podia utilizar como base para a procura efectuada e que fui actualizando e complementando com dados que ia recolhendo durante as diversas pesquisas, o que se revelou essencial para uma maior qualidade no trabalho desenvolvido.

Para além disso, a ajuda prestada pelos jornalistas efetivos do jornal era inexcelente, o que me permitia dar seguimento ao trabalho de forma segura, desenvolvendo novas competências inerentes ao trabalho jornalístico, apesar da lacuna já mencionada relativa às reduzidas saídas em reportagem e ao escasso contacto direto com as fontes.

3.7. O *online* e a falta de experiências externas à redação

No *online* senti a responsabilidade de gerir o meu trabalho a um ritmo intenso e constante, o que ajudou a comprovar a importância e essência da actividade com recurso à Internet, pautada por uma actualização quase instantânea da informação e apoiada pelo lançamento de novas notícias separadas por curtos minutos de intervalo.

A procura contínua pela informação era seguida da sua rápida transmissão – característica indubitavelmente associada ao advento da internet e à expansão da comunicação –, o que acaba por chocar com a profundidade alcançada nas versões impressas mas possibilita ao leitor o acesso a determinada informação em tempo real, com dados essenciais e fundamentados sobre um qualquer acontecimento.

O trabalho desenvolvido obrigava-me a uma pesquisa constante de dados de interesse que pudessem ser amplamente difundidos para o público-alvo e, apesar de algo desgastante, a experiência acabou por revelar-se extremamente apaixonante e cativante.

Posso até dizer que me deixei surpreender pela capacidade e potencialidade do *online* nos meios de comunicação social, especialmente na esfera desportiva, área que vivenciei e que, com influência crescente, se mostra capaz de gerar e libertar cada vez mais informação, que acaba veiculada, quase instantaneamente, pelos diferentes meios.

E é aqui que a Internet ganha expressão. Com uma evolução e capacidade de progressão notáveis, foi ganhando espaço e hoje assume-se como uma das principais ferramentas do jornalismo, ao permitir uma atualização minuto a minuto dos acontecimentos que surgem nas mais variadas áreas do nosso quotidiano, pelos quatro cantos do mundo, como irei realçar, mais detalhadamente, ao longo do capítulo 4 deste trabalho.

As vantagens da Internet são inegáveis. Mas existem, igualmente, inconvenientes no que à produção noticiosa diz respeito. Inconvenientes, esses, que se acentuam e podem ser colocados em evidência quando vivenciadas as experiências de trabalho nas diferentes realidades de um jornal, mas sobre os quais não me poderei alongar, uma vez que a minha experiência de estágio foi passada unicamente na publicação *online*.

Esse foi, seguramente, o ponto menos positivo do estágio curricular no jornal A Bola. Confesso que sempre tive a esperança de experienciar o funcionamento e participar na produção da versão impressa da publicação, algo que, no entanto, não se revelou possível.

Como acima explicámos, fui orientado para a redação de A Bola *online* e por lá fiquei até ao final do programa de estágio, numa experiência que, apesar de cativante e bastante gratificante, pecou unicamente pela falta de atividades externas ao ambiente de redação, como reportagens ou trabalho exterior, e pela inexistência de contacto diversificado com as fontes de informação.

Com efeito, os meus dias de trabalho no jornal foram passados sempre na mesma sala, onde se situa a redação ao suporte *online* e a partir da qual desenvolvia todo o trabalho. De forma geral, tratava-se de um trabalho muito marcado por rotinas e pelo escasso contacto direto com as fontes de informação, sendo que, nas raras vezes em que precisávamos de lhes recorrer, fazíamos-lo por telefone.

Como já tive oportunidade de frisar, este foi o único ponto que se desviou da ideia pré-concebida que tinha em relação ao estágio curricular. Porém, o fantástico ambiente entre os vários membros que compunham os diferentes grupos de trabalho, independentemente dos turnos em que estava inserido, permitiu, como disse, uma integração total e a vivência de momentos inesquecíveis e extremamente marcantes para a primeira experiência no meio.

4. O Jornalismo *Online*

A evolução da Internet e, por consequência, do jornalismo *online*, em Portugal e no estrangeiro, são, hoje em dia, inquestionáveis e surgem como fenómenos que, com o tempo, alteraram o próprio conceito da atividade.

Nesse sentido, e tendo em conta o facto de, ao longo do meu período de estágio, ter apenas trabalhado no suporte *online* do jornal A Bola, sentimos ser pertinente debruçar-nos um pouco sobre o tema, através de uma breve abordagem à evolução da Internet e do desenvolvimento de algumas considerações sobre a sua influência no jornalismo em geral, com especial incidência no contexto português.

4.1. Da Arpanet à Internet

O fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, suscitou um novo contexto político que marcou, de forma profunda, as relações entre as maiores potências mundiais da altura.

Aliados na luta contra o regime fascista ao longo da Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos da América e a União Soviética surgiam, indubitavelmente, como duas das mais importantes nações no contexto global, mas, terminado o conflito, rapidamente se tornaram rivais, motivadas por diferentes ideologias políticas que ameaçavam os projetos de manutenção de paz e unificação dos governos dos diferentes países que tinham sido pensados para o pós-Guerra.

Num contexto de evidente oposição, marcado pela bipolarização ideológica, as duas potências davam início a vários anos de conflitos não diretos que tinham por base, essencialmente, a tentativa de superiorização, por cada uma das nações, dos sistemas socioeconómicos que lhes estavam associados: o capitalismo, no caso americano, que chocava com o comunismo vigente no espaço soviético.

Nesse sentido, apesar da ausência de confronto direto, Estados Unidos da América e União Soviética promoviam a evolução tecnológica e davam azo ao desenvolvimento de sistemas que pudessem servir os respectivos interesses.

A primeira investida partiu da União Soviética que, a 4 de Outubro de 1957, lançou o satélite artificial Sputnik para a órbita terrestre, o que permitia o acesso a sinais rádio através de um mecanismo de receção.

Como resposta, os Estados Unidos da América avançaram, ainda no mesmo ano, para a criação da Advanced Research Project Agency (ARPA), organização orientada para o sector militar “que reunia militares e pesquisadores com o objetivo de elaborar projetos tecnológicos” (Capobianco, 2010: 175).

A apostar no desenvolvimento de uma rede de computadores que permitisse a troca facilitada de informações entre os seus utilizadores, a ARPA, que pertencia ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América e era liderada, inicialmente, por Joseph Licklider¹¹, começou a direccionar as suas pesquisas para as possíveis ligações entre diferentes dispositivos, tendo conseguido constituir a primeira rede de computadores entre instituições a 1 de dezembro de 1969.

A ligação fazia a conexão entre a Universidade da Califórnia, em Los Angeles, o Stanford Research Institute (SRI), a Universidade de Utah e a Universidade da Califórnia, em Santa Bárbara, e dava forma à ARPANET, rede que permitia, fundamentalmente, a troca de informações e opiniões relativas a diferentes projetos e investigações, entre diferentes dispositivos, geograficamente afastados.

O forte desenvolvimento tecnológico verificado nos anos seguintes permitiu uma evolução constante e possibilitou o “aparecimento de outras redes como a IBM ou a BITNET, que no entanto, continuavam dependentes da ARPANET como elo de interligação.” (Martins, 2008: 31).

Para além disso, a década de 70 ficou ainda marcada pela criação do Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP), um protocolo que possibilitava a “interoperacionalidade e interconexão de redes diversas de computadores”¹², através da leitura e transmissão da informação de um emissor para o recetor pretendido e que abriu caminho ao surgimento da Internet como hoje a conhecemos.

¹¹ Joseph Licklider era psicólogo mas dispunha de grande reconhecimento na área informática.

¹² *Breve história da Internet.* Documento disponível para consulta em <http://piano.dsi.uminho.pt/museuv/INTERNET.PDF>

4.2. A World Wide Web

A evolução tecnológica verificada nas décadas de 70 e 80 constitui a base do advento da Internet e culminou, mais tarde, com a exploração comercial das redes de conexão anteriormente desenvolvidas, o que permitiu o acesso à Internet por parte de milhões de utilizadores, que passaram a deparar-se com todo um conjunto de novas informações sem ter, sequer, que sair das suas casas.

Para isto, em muito contribuiu a criação da World Wide Web (www), sistema que integra a Internet e se apresenta como um dos seus mais importantes recursos.

Pensada por Robert Cailliau e Tim Berners-Lee, dois engenheiros do Centre Européen pour la Recherche Nucléaire (CERN) que pretendiam alterar a gestão e tratamento da informação na instituição, a World Wide Web conta com as funções complementares do HTML (HyperText Markup Language) e dos browsers (navegadores Web) que, permitindo o acesso e transmissão de diferentes tipos de informação, promovem a utilização de hiperligações que possibilitam o acesso a dados mais extensos e diversificados.

Assim, os utilizadores podem aceder a informações que contenham vídeos, fotografias, sons, textos ou gráficos e que se encontram interligadas através de diferentes documentos, num sistema de hipertexto em rede que constitui páginas distintas que integram a World Wide Web e podem ser acedidas pelos utilizadores com recurso a um navegador à escolha.

4.3. A Internet no Jornalismo

A Internet e o fenómeno de expansão que lhe está associado provocaram uma enorme influência no jornalismo, acabando, inclusivamente, por redefinir o seu conceito.

Com enorme potencial, a Internet foi consolidando o seu espaço e, como explicava Canavilhas, durante o V Congresso Ibero-Americano de Jornalistas na Internet, realizado em 2004, “passou a fazer parte indissociável das rotinas dos jornalistas” (Canavilhas, 2004: 2), tendo por base diversos recursos que a constituem e se afiguram bastante úteis para a

profissão, sobretudo ao longo das “fases de pesquisa e contactos com as fontes, duas etapas que absorviam muito do tempo de produção de uma notícia” (Canavilhas, 2004: 2).

Possibilitando uma comunicação instantânea entre pontos geograficamente distantes, a troca de informações ou a pesquisa e o acesso a dados de relevo para o trabalho do jornalista, a Internet passou a desempenhar uma função essencial no quotidiano da profissão, promovendo um trabalho mais objetivo e com processos facilitados e conferindo aos profissionais “mais autonomia, ao possibilitar-lhes efectuar o trabalho de recolha de dados.” (Canavilhas, 2004: 2).

Como sustenta Lima, “o computador foi ganhando espaço na pesquisa e comunicação” (Lima, 2010: 2), assumindo-se, em conjunto com a Internet, como uma ferramenta de importância crescente no panorama jornalístico, essencialmente pela evolução que os caracteriza:

“A internet, que no princípio interligava poucas máquinas através de um cabo, servia apenas para transferência de dados. Hoje, a rede virtual interliga o mundo (e sem fio)” (Lima, 2010: 2)

No entanto, defende o autor, a recente consolidação do computador e da Web nem sempre é benéfica, promovendo danos colaterais inesperados nas tarefas desenvolvidas pelos profissionais do jornalismo:

“Na prática, a realidade das redações dos sites de notícias hoje revela alguns efeitos colaterais não previstos na construção do jornalismo *online*. Ao passo que os recursos tecnológicos facilitam a construção da notícia, permitindo ao jornalista desfrutar das possibilidades (já apresentadas) que o advento oferece, dificulta, por outro lado, a execução de princípios básicos do jornalismo como a apuração in-loco, a captação de informações por meio da comunicação não verbal, observação direta e limitam o olhar jornalístico fora das redações, onde a notícia está. Assim, a maioria das reportagens que saem das redações de sites de notícias é gerada por releases (...)” (Lima, 2010: 3)

Ainda assim, a realidade atual espelha bem a influência deste tipo de ferramentas nos meios de comunicação social, independentemente do contexto em que se inserem e da amplitude de que dispõem, ideia bem patente na aceção de Canavilhas:

“Actualmente, o denominador comum entre a maior estação de televisão mundial e o mais pequeno jornal de província, é o recurso à Internet na luta constante contra o tempo e a distância.” (Canavilhas, 2004: 2).

Para além disso, vinca, no presente “a Internet é já uma realidade em todos os meios de comunicação nacionais e regionais, verificando-se que a classe jornalística recorre cada vez mais a este meio” (Canavilhas, 2004: 4).

A preponderância da Internet é, hoje, indiscutível e a sua capacidade de afirmação é indissociável das características que lhe são inerentes, tendo por base uma evolução tecnológica que, de acordo com Correia, “provocou alterações profundas” (Correia, 2000:17 apud Martins, 2008: 35) nos meios de comunicação, “permitindo maior rapidez, maior quantidade e melhor qualidade na recolha, tratamento e transmissão da informação.” (Correia, 2000:17 apud Martins, 2008: 35).

Contudo, a afirmação da Internet na área do jornalismo não se revelou instantânea, tendo, de acordo com John Pavlik (apud Canavilhas, 2005: 2), obedecido a três fases distintas, que dão sequência à constituição e conseqüente consolidação do jornalismo *online* a nível mundial.

Numa primeira fase, os conteúdos disponibilizados no suporte *online* eram exactamente “os mesmos” que antes eram “publicados nas versões tradicionais do meio” (Canavilhas, 2005: 2), num processo conhecido por *shovelware*, através do qual se transpunham os “conteúdos informativos presentes na edição impressa para a Internet” (Martins, 2008: 35), conferindo à plataforma um carácter “puramente noticioso.” (Martins, 2008: 35).

Mais tarde, os conteúdos passaram a ser “produzidos unicamente para as versões web, contendo já hiperligações, aplicações interactivas e, nalguns casos, fotos, vídeos ou sons” (Canavilhas, 2005: 2), promovendo uma melhoria dos jornais *online* e dos seus respectivos suportes.

Por fim, na terceira fase, mais recente e menos explorada que as anteriores, a tendência tem passado por desenvolver os conteúdos “exclusivamente para a web, tirando partido de todas as suas características” (Canavilhas, 2005: 2), com a disponibilização de materiais “noticiosos e informativos específica e exclusivamente para a plataforma digital”

(Martins, 2008: 35), através de “uma linguagem constituída por palavras, sons, imagens – estáticas ou em movimento – e hiperligações, tudo combinado num todo coerente, interactivo, aberto e de livre navegação para os utilizadores.” (Canavilhas, 2005: 2).

O jornalismo em suporte *online* é, de facto, resultante de um longo processo de evolução que o torna bastante diferente e algo complexo quando comparado com o jornalismo impresso, radiofónico ou televisivo, essencialmente pelos recursos que lhe são inerentes e pelas características de que dispõe.

Entre elas estão, de acordo com Bardoel e Deuze (apud Martins, 2012), a interatividade, a personalização, a hipertextualidade e a multimedialidade, características às quais Palácios (apud Martins, 2012) junta a memória.

Na verdade, estas são as particularidades que diferem o jornalismo *online* dos restantes suportes, já que permitem um conjunto de diferentes ações quotidianas que, mesmo não tendo influência perceptível, alteram por completo o conceito da atividade.

Antes de mais, o suporte *online* permite uma forte interação entre o meio de comunicação e o seu público, possibilitando trocas de mensagens por correio electrónico e comentários dos utilizadores em relação a determinada informação veiculada, o que fomenta, desta forma, a troca de opiniões com outros utilizadores e, por vezes, até mesmo com os jornalistas responsáveis pelas peças, o que faz com que, de acordo com Canavilhas, a notícia deva “ser encarada como o princípio de algo e não o fim em si própria” (Canavilhas, 2003: 65).

Para além disso, o utilizador tem, regra geral, a oportunidade de orientar a sua pesquisa consoante os temas que lhe suscitam maior interesse, através da selecção dos tópicos que se lhe afiguram mais oportunos e da oportunidade de desenvolver a sua procura com recurso à hipertextualidade, função primária da Internet que se caracteriza pela pesquisa através de hiperligações, que colocam o utilizador perante nova informação a cada instante, atribuindo-lhe “um papel proativo na notícia” (Canavilhas, 2003: 66).

Com uma função capaz de agregar diferentes formatos num só suporte, a Internet apresenta ainda, como grande arma do jornalismo *online*, a possibilidade de fazer convergir, numa única peça, imagem, texto e som. Desta forma, promove a junção dos três suportes tradicionais do jornalismo e confere ao utilizador uma leitura não-linear da informação, tendo

por base a interpretação de todo o conteúdo multimédia disponibilizado, levando-o a “quebrar as regras de receção que lhe foram impostas pelos meios existentes” (Canavilhas, 2003: 64).

Por fim, outro dos grandes proveitos da web é, indubitavelmente, a capacidade de armazenamento de informação, independentemente do tamanho ou da altura em que ocorre, que dá ao utilizador a oportunidade de aceder aos dados pretendidos com maior facilidade e em qualquer contexto temporal, desde que estes se encontrem disponíveis para consulta.

O advento tecnológico e a consolidação do jornalismo em suporte *online* são, hoje em dia, incontestáveis e a actividade difere, em larga escala, dos tipos de jornalismo considerados tradicionais – imprensa escrita, televisiva e radiofónica –, essencialmente pelas características de que dispõe.

No entanto, como defende Canavilhas, é necessário que a Internet siga os passos da televisão, da rádio e do jornal e fomente “no recetor capacidades para a apreensão das suas linguagens” (Canavilhas, 2003: 69), caracterizadas pela convergência de “um conjunto de novos elementos multimédia” (Canavilhas, 2003: 70) que dão corpo à notícia e permitem que o leitor a explore “de uma forma pessoal” (Canavilhas, 2003: 70), obrigando, porém, o jornalista “a produzi-la segundo um guião de navegação análogo ao que é preparado para outro documento multimédia” (Canavilhas, 2003: 70), tornando-o, assim, “um produtor de conteúdos multimédia de cariz jornalístico” (Canavilhas, 2003: 70).

4.4. O Jornalismo *Online* em Portugal

A consolidação do jornalismo *online* em Portugal obedeceu, também, a um processo gradual que teve – e tem – por base as três fases identificadas por Pavlik (1997).

Num primeiro nível, a imprensa *online* começou por complementar-se com a atividade jornalística tradicional, promovendo a implementação do suporte apesar das conhecidas limitações. Nessa altura, “a grande generalidade das publicações portuguesas limitaram-se a alargar as suas ramificações, copiando as suas edições impressas para a plataforma digital, não adicionando nenhum tipo de funcionalidade nova”, como refere Martins (2008: 36).

Com o passar dos anos e a consequente evolução tecnológica, o suporte *online* foi ganhando expressão e foi com naturalidade que conquistou o seu espaço no jornalismo, com a expansão das plataformas digitais dos meios de comunicação social. Foi, aliás, nesta altura, que A Bola inovou, com a criação da sua própria edição *online*, inaugurada a 29 de janeiro de 2000 (Martins, 2008: 44), já depois da criação dos suportes *online* dos jornais O Jogo e Record, em 1998 e 1999 (Martins, 2008: 44), respetivamente.

O desenvolvimento era, nessa altura, notório e o clima aparentava ser propício para o “aparecimento de novos projetos, envolvendo investimentos significativos” (Martins, 2012: 22), que promoviam uma evolução considerável na estrutura dos meios de comunicação que aderiam ao suporte *online* e motivavam o surgimento de “diversas publicações editadas exclusivamente na Internet” (Martins, 2008: 36).

No entanto, como sustenta Martins, o desenvolvimento verificado não se prolongaria por muito tempo, uma vez que, por culpa da falta de “retorno efetivo dos investimentos feitos, as empresas começaram a dar os primeiros sinais de abrandamento e em alguns casos de retracção” (Martins, 2012: 22).

Nesse sentido, conclui-se que, apesar da notória evolução tecnológica, responsável pelo natural desenvolvimento dos suportes *online* e, consequentemente, dos meios de comunicação social em Portugal e no mundo, o contexto português continua marcado pela falta de exploração total das vantagens e dos recursos que a web possibilita.

Ainda assim, convém fazer referência a exceções que começam a querer inverter a tendência, como é, por exemplo, o caso do MaisFutebol, plataforma *online*, propriedade da Media Capital Multimedia, parte da empresa Media Capital¹³, que aposta, de forma clara e exclusiva, nos conteúdos web, mantendo, inclusivamente, a publicação MF Total, uma espécie de revista *online* que, de segunda a sexta-feira, presenteia os utilizadores com artigos e reportagens relacionadas com diferentes contextos do desporto nacional e internacional.

No entanto, as exceções continuam escassas e, independentemente do crescimento que representa, pode considerar-se que o jornalismo *online* em Portugal permanece “na segunda fase de desenvolvimento preconizada por Pavlik” (Canavilhas, 2005: 3). Assim, como

¹³ O grupo Media Capital tem, como data de fundação, o ano de 1992 e é detentor de diversos títulos na área da comunicação social, como são os casos da TVI, MaisFutebol, AutoPortal, Farol, Plural, Rádio Comercial, Cidade FM ou M80.

defende Canavilhas, “na maior parte dos casos, aquilo a que se chama jornalismo *online* é a disponibilização de notícia de última hora” (Canavilhas, 2005: 3), com recurso a “algumas características da web mas, ainda assim, muito longe de explorarem as potencialidades do meio” (Canavilhas, 2005: 3).

Esta ideia é reforçada por Joel Ferreira que, ao longo do Relatório de Estágio que elaborou, procede a uma análise comparativa das estratégias de mercado de A Bola, O Jogo e Record no que diz respeito ao ciberjornalismo desportivo, transmitindo a ideia de que, apesar da evolução, os meios de comunicação social de carácter desportivo, em Portugal, continuam a não aproveitar ao máximo as funcionalidades que a Internet confere.

Paralelamente, Nuno Margarido, também no Relatório de Estágio que produziu, manifestava “um claro atraso de desenvolvimento” (Margarido, 2014: 72) dos três jornais desportivos portugueses no que dizia respeito à transmissão de jogos de futebol em direto, funcionalidade que a Internet ajudou a promover e desenvolver.

Segundo explica Joel Ferreira, no caso do jornal O Jogo, “algumas notícias surgem no *online* destacadas com uma nota «Exclusivo edição papel»”, estratégia que, ressalva, “tem como objetivo incentivar os leitores do *online* a comprar o jornal do dia” (Ferreira, 2015: 74), em versão impressa, suporte que o autor aponta como “a grande aposta d’*O Jogo*” (Ferreira, 2015: 75).

Já no que concerne ao jornal A Bola, destaca a capacidade de “tirar partido das novas formas de construir uma narrativa jornalística através da convergência tecnológica”, apontando as redes sociais como “o ponto menos forte da publicação” (Ferreira, 2015: 76).

Quanto ao Record, por fim, vinca a aposta “forte nos conteúdos multimédia” (Ferreira, 2015: 77), que esbarra na exploração não total das redes sociais, apesar de, numa delas¹⁴, assumir posição de destaque em relação aos seus concorrentes.

Nesse sentido, como tivemos oportunidade de referir anteriormente, a análise dos diferentes meios de comunicação social de carácter desportivo, em Portugal, permite perceber que, não obstante a recente e notória evolução da Internet e dos seus suportes *online*, estes

¹⁴ Joel Ferreira vinca a “posição de liderança do Record” na rede social Twitter, na qual a publicação conta com cerca de 195 mil seguidores.

encontram-se, ainda, numa fase de consolidação e procura do expoente máximo, apresentando algumas lacunas na utilização completa das funcionalidades que a web proporciona.

Este aspeto está patente na organização e disponibilização dos conteúdos editados *online* nas páginas destes jornais. Tal situação determinou, inclusivamente, o trabalho que pretendia realizar no âmbito deste relatório. Com efeito, gostaria de analisar a cobertura jornalística realizada acerca das grandes equipas de futebol e, em particular, durante os períodos que antecedem os denominados *derby's* e/ou clássicos. Após um aturado levantamento, verifiquei que o suporte *online* se verificou inviável, pelas razões que acabei de invocar, relacionadas com a organização e disponibilização de conteúdos, nomeadamente no que se refere a informações mais antigas. Decidi, assim, optar pela versão impressa, estudo a que me dedicarei no ponto seguinte.

5. Os jogos grandes
Análise do tratamento da informação nos principais jornais desportivos em Portugal

Ao longo deste capítulo, como referimos na introdução do presente relatório, iremos proceder à análise de todo o material previamente selecionado, procurando debruçar-nos sobre os métodos de transmissão da informação desportiva nos três diários generalistas em atividade em Portugal e, para além disso, refletir sobre as suas estratégias e o conteúdo apresentado.

Para isso, optámos, de antemão, pela aposta numa análise comparativa entre os jornais A Bola, O Jogo e Record, que recaem sobre as edições que antecedem os jogos que opuseram FC Porto, Benfica e/ou Sporting durante a temporada desportiva 2012/2013.

Com este estudo, procuraremos testar a hipótese de se registar um crescendo noticioso na cobertura jornalística à medida que se aproximam os “jogos grandes”, quer em termos de quantidade de informação como em termos de exploração dos valores-notícia mais sensacionalistas, como a tensão, a expectativa e a rivalidade, tendo por base objetivos comerciais.

Paralelamente, desenvolveremos algumas considerações sobre o contexto do futebol, numa análise centrada, essencialmente, no nosso país, e debateremos a hegemonia de FC Porto, Benfica e Sporting na imprensa desportiva nacional, abordando, naturalmente, o quotidiano dos clubes, a rivalidade que lhes é característica, a atenção que lhes é despendida e a ocupação de que gozam, diariamente, na imprensa desportiva em Portugal.

5.1. A evolução do futebol no jornalismo e a religiosidade que o caracteriza

Como tivemos oportunidade de referir no capítulo que dediquei à explicação do período de estágio realizado no jornal A Bola, o futebol surge, no contexto do jornalismo desportivo, como o expoente máximo entre as modalidades, no que à importância e representação nos meios de comunicação social diz respeito.

Com envolvimento significativa no quotidiano em Portugal, o futebol assume uma enorme influência em termos sociais, cativando, um público amplo que lhe está associado e

estabelecendo, com ele, uma relação de proximidade. Sustentam a este propósito Sobral e Magalhães:

“Dizer que existe relação entre desporto e social é dizer pouco. O desporto é social, no sentido em que os dois campos se interpenetram e influenciam” (Magalhães, 1999: 20).

Para esta evolução contribuiu, na aceção de Pinheiro, a alteração de periodicidade dos jornais desportivos portugueses que, depois de passarem a diários, se depararam com a dificuldade de garantir o preenchimento do espaço noticioso com matérias de interesse, tendo em conta a falta de jogos ao longo da semana, numa altura em que as realidades competitivas, em Portugal e no estrangeiro, eram bem diferentes das atuais.

“Durante a vigência como trissemanários e depois como quadrissemanários, os jornais desportivos generalistas de referência haviam orientado a sua estratégia editorial em função da cobertura das próprias competições nacionais e internacionais (centradas no futebol), num esquema informativo simples: primeiro definia-se quem ia jogar, depois quem jogou e finalmente como se jogou. Com a passagem a diários, tiveram que enfrentar a contrariedade de não haver jogos de futebol todos os dias – essa dificuldade haveria de desaparecer na década seguinte, com a redefinição dos jogos europeus (repartidos por terças, quartas e quintas-feiras) e das transmissões internas dos jogos de futebol portugueses (desde sexta até segunda-feira, com a chegada do canal desportivo Sporttv).

Na falta de notícias nos campos de futebol (principal núcleo irradiador de notícias para os jornais portugueses), propriamente dito, passou a haver um redobrado interesse pelo contexto exterior ao jogo, virando-se os jornalistas para os bastidores” (Pinheiro, 2009: 536).

Nesse sentido, preocupados em assegurar uma atualização diária ao seu público e apostando na viabilidade do seu modelo de negócio, os meios de comunicação social viram-se obrigados a alterar o seu foco, passando a centrar a atenção, de forma mais regular, no ambiente exterior ao jogo de futebol.

E pode dizer-se que essa abordagem, que foi evoluindo desde a passagem dos jornais a trissemanários, alterou os critérios de noticiabilidade e as formas de organização das competições desportivas. Apostou-se numa estratégia que extravasa os limites do jogo em si e coloca em evidência novos cenários, que transpõem os 90 minutos disputados numa partida, com a procura de informação a novos níveis.

Aliás, de acordo com Sobral e Magalhães, a evolução do próprio contexto da modalidade alterou todo o seu conceito, tornando-a bem mais complexa, um tanto ao quanto descaracterizada do ideal primário e dominada por “regras” que anteriormente não faziam parte do jogo, promovendo-se o negócio em detrimento da paixão característica da futebol:

“(…) o desporto, nomeadamente o «rei», deixou de ser limitado por quatro linhas. Os clubes tornaram-se empresas, o jogo espectáculo, os adeptos grupos organizados; o público virtualiza-se, trocando estádios por televisores; a publicidade também dita regras ao jogo; a lógica empresarial despromoveu o amor às camisolas; as fronteiras já não seguram jogadores; o amadorismo de dirigentes, juízes, árbitros e outros agentes passa à história; a televisão, digitalizando-se, não mostra apenas o jogo, desconstrói os lances, com todas as suas consequências técnicas e sociais” (Sobral e Magalhães, 1999: 8).

Influenciado pelo contexto social e pelo trabalho dos meios de comunicação, com atuação cada vez mais expandida e exaustiva, o futebol começou, de forma sequencial, a ser encarado como um espetáculo, como algo que traz retorno na relação entre os *media* e a sociedade, o que nem sempre se revela benéfico, uma vez que, segundo Granja, a procura de audiências começa a sobrepor-se ao dever primário de transmitir a informação.

“E, embora muito fosse dito e escrito em nome da verdade desportiva, o que parecia importar eram as audiências, assentando o jornalismo desportivo no paradigma de «quanto maior o escândalo maiores as tiragens»” (Granja, 1996, 8 de novembro: 2 apud Pinheiro, 2009: 536).

As abordagens de bastidores, sempre com o futebol como pano de fundo, revelam-se matérias preferenciais para os adeptos dos diferentes clubes, que as consomem de forma ávida e entusiasta. O “desporto-rei” – denominação regularmente associada ao futebol – foi

crescendo e rapidamente se tornou num fenómeno à escala global, capaz de gerar diferentes emoções e movimentar multidões em cada um dos quatro cantos do mundo.

Hoje, como defende Silva, o futebol “entra todos os dias na casa dos portugueses, quer seja através dos telejornais, quer da rádio, quer dos jornais ou da internet”, o que reflete “o crescente interesse do tema junto da população e consequente acompanhamento dos *media* para o satisfazer” (Silva, 2013: 14).

Prova disso é o facto de o jornalismo desportivo ter assumido um importante estatuto em Portugal, que continua a manter com resultados bem visíveis. Ainda que fosse, há pouco tempo atrás, “aceite, no máximo, como de segunda divisão” (Sobral e Magalhães, 1999: 7), o jornalismo desportivo impôs-se e destaca-se, nos dias que correm, por ser “um dos principais líderes de audiências em Portugal, tanto na imprensa, generalista e especializada, como na televisão, rádio e *media online*” (Silva, 2013: 15). Com efeito, o desporto é o tema de duas publicações no topo da lista da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT) relativa à temática Desportos e Veículos, no 1º Bimestre de 2015: o Record, com 75.949 exemplares de tiragem e 43.286 de circulação e O Jogo, com 32.563 exemplares de tiragem e 20.976 de circulação, sendo que A Bola não entra na contagem por não ter as vendas auditadas pela APCT¹⁵.

Para além disso, as publicações de carácter desportivo apresentam números bastante favoráveis no que diz respeito às visitas *online* e *pageviews* dos seus suportes não impressos, surgindo em posições de destaque no ranking de setembro de 2013¹⁶ da Netscope¹⁷, da Marktest. Com 38.229.466 de visitas e 258.485.273 de *pageviews*, A Bola aparecia, à altura, no segundo posto, prontamente seguida pelo Record, que contava 23.529.009 de visitas e 157.321.438 de *pageviews*. O Jogo, por sua vez, ocupava a oitava posição, com 9.301.445 de visitas e 35.792.459 de *pageviews*¹⁸, numa tabela liderada pelo portal Sapo que, de acordo

¹⁵ Documento disponível para consulta em http://www.apct.pt/Analise_simples.php?idSegmento=12&ano=2015&ordenacao=tiragem1Bi%20DESC (último acesso a 17 de junho de 2015).

¹⁶ Último ranking disponível para acesso no sítio *online* da Netscope, da Marktest.

¹⁷ A Netscope é, segundo descrição encontrada no seu sítio de Internet, “um sistema *site centric* de medição de acessos à internet” pertencente à Marktest.

¹⁸ Documento disponível para consulta em http://netscope.marktest.pt/ranking/Set13/Rank_Set_2013_Visitas.htm (último acesso a 17 de junho de 2015).

com ressalva feita pela Netscope, englobava “o tráfego da homepage e dos serviços de email, pesquisa, blogs, vídeo, tempo, fotos e mapas”¹⁹.

Estes dados representam, indubitavelmente, a importância crescente do jornalismo desportivo em Portugal, pautado por uma evolução constante, que tem por base uma estrutura que se procura forte e coesa. Essa estrutura, por sua vez, denota uma mudança de mentalidade no passado recente do contexto do jornalismo em Portugal, que reserva um reconhecimento cada vez maior à vertente desportiva.

Exemplos disso são os diversos suportes que, com o passar dos últimos anos, foram surgindo na imprensa desportiva e que se centram, de forma exclusiva, no desporto e na sua envolvência. À imprensa escrita, que conseguiu implementar-se e fixar-se no mercado, sucedeu-se a “criação de inúmeros sites e blogues, de canais temáticos como a SportTv e o Eurosport” (Silva, 2013: 16) e verificou-se, ainda, a alteração do paradigma relativo aos clubes e à própria imprensa, com inovações que permitiram uma maior proximidade com o público e uma nova abordagem entre as diferentes áreas.

Atualmente, é muito comum depararmo-nos com canais de televisão ou jornais oficiais de diversos clubes, em Portugal e no estrangeiro, bem como com novas apostas da imprensa, que começou a adaptar-se a uma nova realidade, capaz de garantir retorno e de vincar a importância do desporto no panorama recente da nossa sociedade, como é o caso de A Bola TV, plataforma que confirma o desenvolvimento do jornalismo desportivo em Portugal e que surge em destaque na análise de Silva:

“Importa ainda referenciar que A Bola, além de ser um dos jornais mais vendidos em Portugal, é também o primeiro especializado com um canal televisivo, que passou do *online* para as grelhas televisivas pagas. Assim, A Bola TV é mais um marco histórico no panorama desportivo o que vem corroborar a importância do desporto na sociedade portuguesa” (Silva, 2013: 30).

De facto, como já tivemos oportunidade de salientar, o desporto sofreu uma forte evolução nas últimas décadas e o novo paradigma, ainda que relativamente recente, fez da área uma temática de interesse constante, dando azo a um enorme destaque na imprensa

¹⁹ Documento disponível para consulta em http://netscope.marktest.pt/ranking/Set13/Rank_Set_2013_Visitas.htm

nacional, com especial incidência para a generalista, da qual fazem parte *A Bola*, *O Jogo* e *o Record*, publicações que, segundo Neves, se tornaram numa “oração diária para milhares de pessoas” (Neves, 2004: 61 apud Silva, 2013: 29), beneficiando do novo contexto, que se revelava favorável para a comunicação social e conferia ao desporto, principalmente ao futebol, um carácter quase religioso.

De forma constante e conseqüente, esta espécie de religiosidade característica do futebol e dos seus seguidores acabou por influenciar a imprensa que o abordava, promovendo, com isso, o avolumar de uma relação identitária e de proximidade com o público-alvo.

Na verdade, não são raras as vezes em que nos deparamos com a contaminação da linguagem desportiva pela religião, com alusões à fé, por parte de diferentes intervenientes, com jogos de palavras ou com determinadas expressões históricas, como a “Bíblia do Desporto”, lida ou ouvida em várias referências ao jornal *A Bola*. Adaptada do subtítulo original da publicação, que afirmava ser o “Jornal de Todos os Desportos”²⁰, a expressão é um bom exemplo do carácter religioso muitas vezes atribuído ao desporto e, principalmente, ao futebol, que, pelo misto de paixões que proporciona, é, na aceção de Serrado, a “grande religião do século XX”:

“É no estádio, e não na Igreja, que o Homem se refugia aos fins-de-semana, combatendo as suas angústias; é lá que o Homem sente pertença perante uma comunidade; é lá que homens e mulheres depositam a sua fé, não num Deus, mas num clube deificado; é lá que o adepto (ou crente) pode partilhar dos mesmos rituais, dos mesmos símbolos identitários, e da mesma «doutrina» - a «mística». Os clubes são os deuses, adorados por milhares; os jogadores são um género de semi-deuses, adorados como os deuses mas odiados quando mostram os seus defeitos e a sua condição humana; e os treinadores são uma espécie de anjos-da-guarda que, tal como os anjos, podem cair em desgraça quando não estão a servir bem o seu Deus – o clube” (Serrado, 2011: 134 apud Silva, 2013: 34).

Esta visão, que concretiza aquilo a que assistimos ao longo de cada época desportiva nos estádios de futebol em Portugal e no estrangeiro, elucida bem a imagem atual do futebol e

²⁰ Subtítulo do primeiro número do jornal *A Bola*, lançado a 29 de janeiro de 1945.

do desporto em geral, bem como a mentalidade dos milhões de adeptos que o acompanham por esse mundo fora.

De acordo com Viseu (2006: 89 apud Silva, 2013: 35), o futebol e os meios de comunicação social “misturam-se, influenciam-se, condicionam-se e potenciam-se”, numa relação que se traduz em benefícios mútuos e que, segundo Serrado, tem por base a paixão e todo o conjunto de emoções que movem o futebol e os milhões de adeptos que, a cada dia, o vivem:

“Muitos lhe chamam de ópio do povo. Para muitos milhões, o futebol é mais do que um jogo. É uma questão de vida; é o próprio significado da sua existência. É lá que encontram a razão de viver, as forças para continuar numa vida muitas vezes «madrasta» e ingrata. É no futebol que encontram refúgio e se abstraem dos seus problemas, das suas angústias, das suas frustrações” (Serrado, 2011: 18 apud Silva, 2013: 19)

Hoje, o futebol é, sem qualquer tipo de dúvida, parte integrante da vida de milhões de pessoas, que lhe dedicam o seu tempo de forma direta ou indireta, praticando-o ou acompanhando e defendendo o clube que apoiam. Citando Cancela, “a bola é motivo de «culto» e os seus «artistas» quase deuses de uma religião com biliões de fiéis, muitos deles tocados por um fanatismo a roçar a doença”, o que torna o futebol num “catalisador de paixões e de frustrações intensas”, fenómeno que, sustenta, tem sido “tão bem aproveitado pelos media, particularmente pelos canais televisivos” (Cancela, 2006: 23 apud Silva, 2013: 14-15).

5.2. A hegemonia de FC Porto, Benfica e Sporting nos jornais desportivos

A história do jornalismo desportivo, nas últimas décadas, e em especial do futebol, em Portugal, está inquestionavelmente ligada ao sucesso e à influência de FC Porto, Benfica e Sporting.

Fundados em 1893, 1904 e 1906²¹, respetivamente, aqueles que são considerados os “três grandes” do desporto nacional partilham uma imensa história e um rol de conquistas que elevam o nome de Portugal pelos quatro cantos do mundo, possibilitando a promoção do país, pelos resultados obtidos, e a conquista de amplo reconhecimento na imprensa nacional e internacional.

Com importância crescente nos meios de comunicação social, influenciada pelo efeito mediático inerente à afirmação e consolidação do futebol na sociedade, FC Porto, Benfica e Sporting constituem, inquestionavelmente, o trio dominante da modalidade no contexto português e fomentam, entre eles, uma forte rivalidade, capaz de enfatizar o poderio de que dispõem e, acima de tudo, demarcar as diferenças clubísticas entre os milhares de adeptos que os seguem em todo o mundo.

Como já tivemos oportunidade de destacar ao longo do ponto 3.3 deste relatório, o futebol assume, no contexto da imprensa nacional e internacional, uma posição de destaque, dispondo de especial tratamento nos meios de comunicação social centrados na vertente desportiva.

O forte impacto que causa no quotidiano dos adeptos faz do futebol, hoje em dia, o mais importante foco de informação do meio desportivo, informação essa que provém essencialmente dos acontecimentos do dia-a-dia dos clubes e dos seus intervenientes, ou seja, dos fenómenos que ocorrem nos bastidores, onde, regra geral, o mais comum dos adeptos não tem acesso direto.

Assim, FC Porto, Benfica e Sporting apresentam-se, ainda que de forma indirecta, como fortes impulsionadores da informação desportiva nacional, representando o lote de matérias que os adeptos mais procuram e que se afiguram capazes de abranger, de forma ampla, o público para a qual se direccionam.

Com grande expressão no futebol nacional, pelo poder financeiro e as fortes estruturas que os envolvem, os “três grandes” surgem como os clubes com maior importância no contexto desportivo português, recaindo sobre eles, ano após ano, elevadas expectativas e a esperança em resultados positivos, quer nas competições nacionais quer nas prestações internacionais.

²¹ Dados constantes nos sítios oficiais de Internet dos respetivos clubes.

Nesse sentido, FC Porto, Benfica e Sporting são, inquestionavelmente, aqueles que dispõem de maior capacidade de mobilização, contando com o apoio de largos milhares de adeptos²² que, diariamente, tentam absorver ao máximo toda a informação que lhes está associada.

Assim, a aposta da imprensa desportiva enquadra-se, com naturalidade, na capacidade de atração que lhes é inerente, sendo-lhes concedida mais atenção e, em simultâneo, um maior espaço mediático, em comparação com os restantes clubes nacionais.

Numa breve análise ao contexto atual, elaborada a título meramente exploratório e antes de avançarmos com o estudo a que nos propusemos para a elaboração deste relatório, é possível perceber a tendência de mediatização do futebol e, fundamentalmente, do contexto da modalidade em Portugal, verificando-se um especial destaque dado ao quotidiano de FC Porto, Benfica e Sporting e aos motivos de possível interesse que lhes estão relacionados.

Com o objetivo de obter conclusões com base em dados recentes, procurámos, naturalmente, debruçar-nos sobre material que pudesse transmitir informação atual e, por isso, optámos pela observação da informação veiculada nos três diários desportivos nacionais ao longo da semana de 10 a 16 de julho de 2015.

Com isto, pretendíamos perceber, de forma geral, o impacto de FC Porto, Benfica e Sporting na imprensa desportiva, sabendo de antemão que o panorama mediático podia ser influenciado pelo contexto que, nesta altura, caracteriza o futebol: o início da época para a maioria dos clubes, acompanhado pelos fluxos naturais do mercado de transferências de jogadores entre clubes.

O interesse é, por isso, enorme, imperando as confirmações de negócios e os rumores de possíveis entradas ou saídas de jogadores e treinadores, fatores aos quais se aliam os

²² O Benfica tem, segundo um estudo do *Movimento Por Um Futebol Melhor*, do Brasil, 270 mil sócios, apresentando-se, atualmente, como o clube com maior número de associados a nível mundial, seguido pelo Bayern Munique (Alemanha), com 238 mil, e pelo Arsenal (Inglaterra), com 225 mil. O FC Porto entra, também, no top-10 da lista, ocupando a sétima posição, com 125 mil associados. Disponível em <http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=547015>. Último acesso: 09/07/2015.

estágios de pré-época das equipas nacionais que, em alguns casos, dispõem de considerável cobertura mediática²³.

Assim, a análise revela um inquestionável destaque dado aos três grandes do futebol em Portugal. Em cada um dos três diários analisados, como se percebe pela leitura dos gráficos 1, 2 e 3, Benfica, FC Porto e Sporting dispõem, no mínimo, de três páginas em cada edição, ao longo das quais são veiculadas as informações que lhes estão associadas.

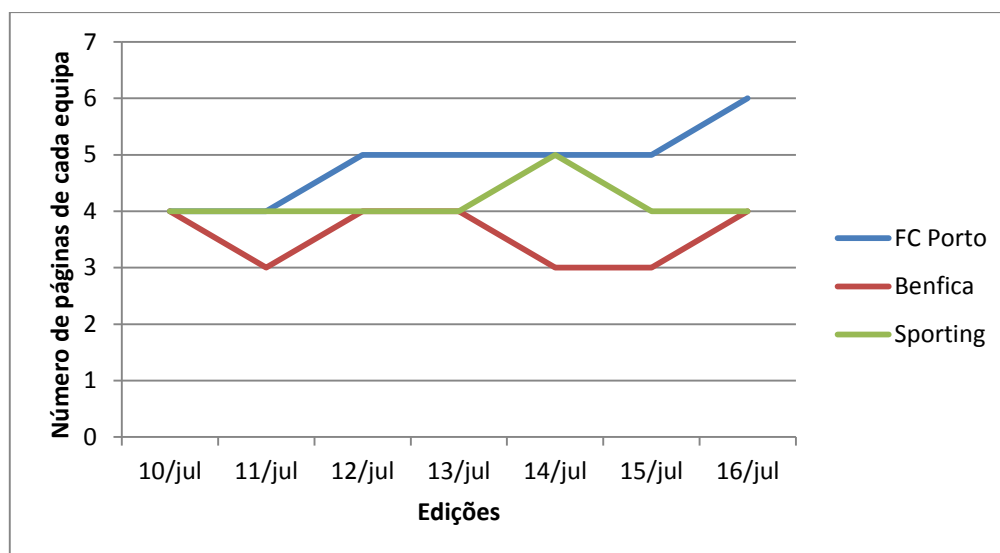


Gráfico 1: Número de páginas dedicadas a FC Porto, Benfica e Sporting nas edições de O Jogo (10 a 16 de julho de 2015)

²³ O número de páginas dedicado por A Bola ao FC Porto, durante a semana analisada, explica-se, em parte, pelo facto de o jornal ter tido um emissário a fazer a cobertura do estágio de pré-época da equipa, realizado na Holanda entre 10 e 18 de julho de 2015.

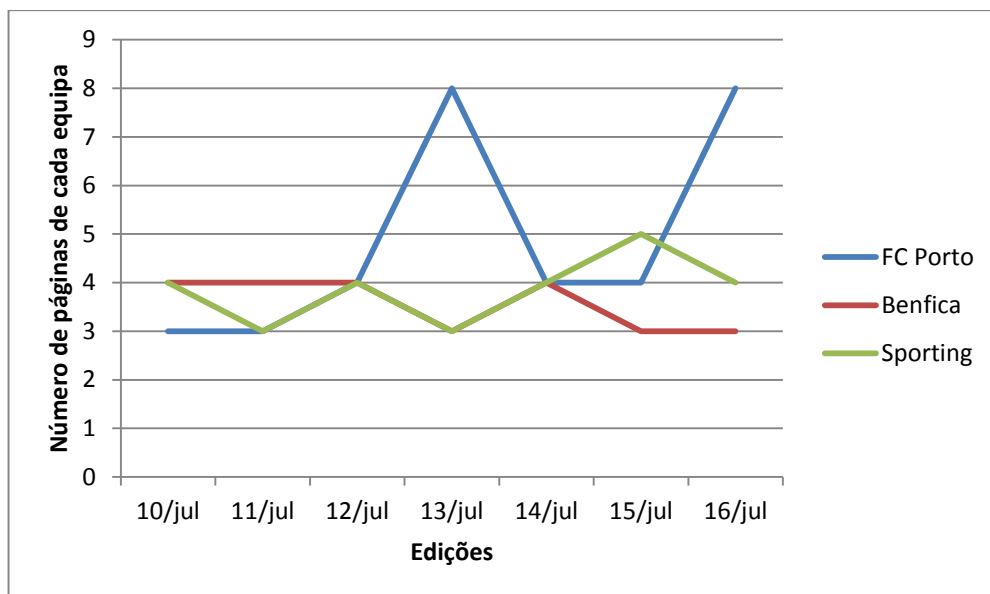


Gráfico 2: Número de páginas dedicadas a FC Porto, Benfica e Sporting nas edições de A Bola (10 a 16 de julho de 2015)

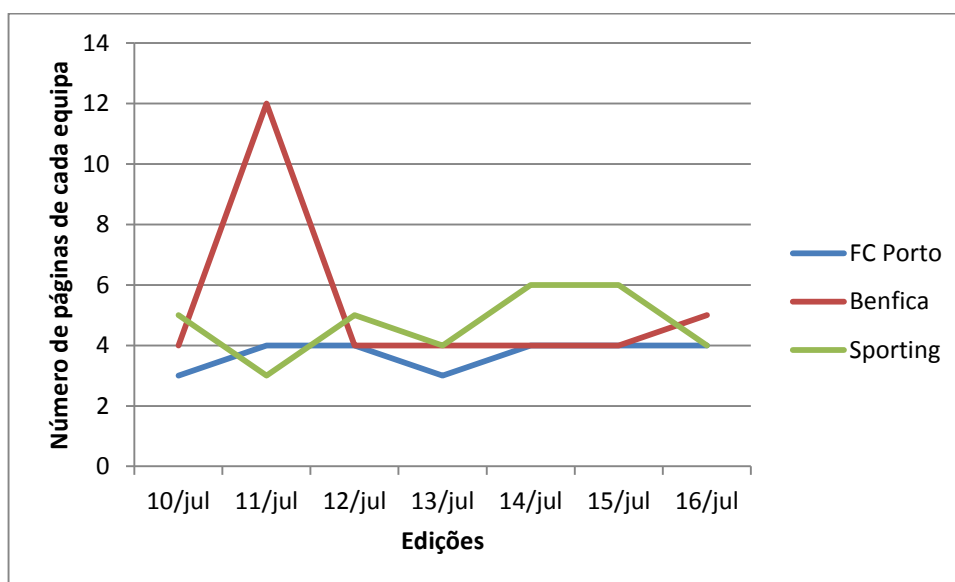


Gráfico 3: Número de páginas dedicadas a FC Porto, Benfica e Sporting nas edições do Record (10 a 16 de julho de 2015)

Nesse sentido, ao longo da semana definida, A Bola, O Jogo e o Record dedicaram, em média, entre 12 a 13 páginas por edição aos três grandes, valor que, em alguns casos, foi influenciado pela elaboração de grandes entrevistas²⁴ ou, como anteriormente referimos, pela

²⁴ A edição de 11/07/2015 continha uma grande entrevista a Rui Vitória, treinador que assumiu a equipa do Benfica no início da temporada 2015/2016. Ao todo, eram 12 as páginas dedicadas ao Benfica, sendo que 10 delas estavam reservadas à entrevista.

cobertura de estágios realizados fora do território nacional e de jogos de preparação que lhes são inerentes²⁵.

O impacto de FC Porto, Benfica e Sporting e, por consequência, do futebol é notório na imprensa desportiva, o que se comprova, também, por um breve cálculo da percentagem de ocupação de que gozaram ao longo dos dias abordados.

Como é visível através da análise do gráfico 4, em nenhuma das edições se registou uma percentagem de ocupação dos três grandes inferior a 25%, um quarto do espaço total do jornal, portanto.

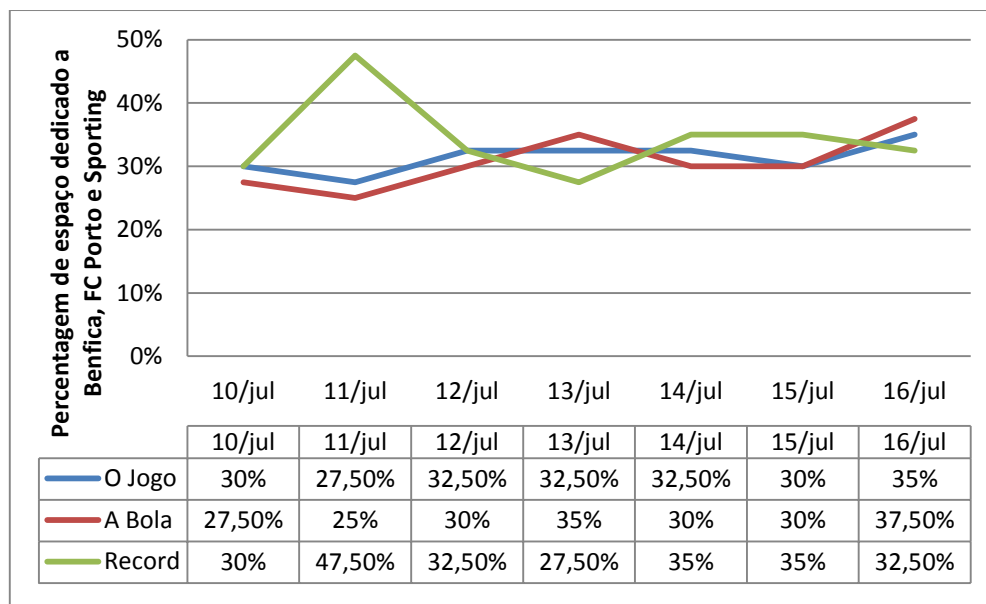


Gráfico 4: Percentagem de espaço dedicado a Benfica, FC Porto e Sporting em cada edição (10 a 16 de julho de 2015)

Aliás, se calcularmos, de forma isolada, a média de ocupação noticiosa dos “três grandes” em cada um dos diários desportivos, ao longo de toda a semana, percebemos que esta nunca é inferior a 30% do total de páginas, chegando, no caso do Record, a atingir um valor aproximado de 34,29% – A Bola e O Jogo dedicam 30,71% e 31,43%, respectivamente.

Como se depreende, o futebol surge, nos dias que correm, como um espetáculo cuja mediatização permite centrar a atenção do público-alvo, sedento de informação que, a cada

²⁵ O FC Porto disputou, a 15 /07/2015, o primeiro jogo da época, num amigável diante do Fortuna Sittard, equipa holandesa. A Bola e O Jogo davam, no dia seguinte, maior destaque à formação portista, nas suas edições.

dia, lhe é transmitida, com base em valores/notícia que, agindo de forma complementar, ajudam a seleccionar, de entre todos os acontecimentos, aqueles que devem ser veiculados.

Neste caso, tratando-se dos três principais clubes portugueses, e tendo em conta a semana analisada, percebe-se o foco de atenção redobrado, que visava informar os milhares de seguidores de cada um dos “três grandes” sobre os possíveis negócios de transferência, o quotidiano das equipas numa fase crucial e a forma como se exibiam ao longo da preparação para a nova época.

Obviamente que, como anteriormente explicámos, a semana estudada é influenciada por um conjunto de fatores que, ao longo de uma temporada desportiva, podem repetir-se com pouca frequência. Porém, a análise permite perceber o forte impacto do futebol na imprensa desportiva, que vê nos três grandes um mecanismo de ligação ao público para o qual se direcciona, ligação reforçada com o surgimento dos “jogos grandes”, capazes de centrar a atenção dos apaixonados da modalidade.

5.2.1. Os “jogos grandes”

Na base desta mediatização do espetáculo, principalmente entre os três históricos clubes portugueses, está o facto de cada jogo entre eles se caracterizar por ser um *derby* ou um clássico daquele que é considerado o “desporto-rei” a nível internacional.

Para ajudar a perceber estas designações, é possível recorrer à explicação de Vítor Serpa, diretor do jornal A Bola, que, na coluna “Assim Vejo Eu”, espaço de opinião que assinou na edição de 22/02/2011 daquela publicação, vincava que,

“...todos os derbies são clássicos, mas nem todos os clássicos são derbies. Um Benfica-FC Porto, ou um Sporting-FC Porto, é um clássico, mas não é um derby. Tem rivalidade, mas não tem a indispensável proximidade” (Serpa, 2011, 22 de fevereiro apud Silva, 2013: 25).

Assim, subentende-se que a distinção primária entre clássico e *derby* está relacionada, inteiramente, com a questão da proximidade entre os clubes envolvidos.

No entanto, a rivalidade característica deste tipo de jogos, independentemente dos clubes intervenientes, é clara e fomenta, de forma paralela, uma forte competição no contexto interno, com base na tentativa de afirmação e superiorização em relação aos rivais.

Nesse sentido, os jogos entre FC Porto, Benfica e/ou Sporting constituem, indubitavelmente, um grande espetáculo, ao qual é dada uma atenção crescente, que vai muito além do próprio encontro, através de uma considerável mediatização que lhes confere bastante importância, catapultando-os para a ribalta ao longo da semana em que ocorrem.

De facto, os *derby's* e clássicos funcionam como um forte estímulo, um catalisador capaz de centrar atenções e estabelecer uma enorme carga emocional, não só nos seus intervenientes diretos, mas também, e sobretudo, nos adeptos, sedentos de vitórias, especialmente em jogos de tal calibre.

Como explica Ana Silva, ao longo da Dissertação de Mestrado que elaborou,

“A centralidade que o futebol ocupa na sociedade portuguesa é tão significativa que o país para literalmente aquando de um evento desportivo de grande dimensão, como um ‘clássico’ ou um jogo da seleção nacional.” (Silva, 2013: 9).

Para além disso, vinca, o carácter identitário dos grandes jogos promove, ainda, rivalidades regionalistas entre os dois grandes polos citadinos em Portugal: Lisboa e Porto. Assim, fundamenta,

“Como é visível em todos os países, os ‘clássicos’ ultrapassam o que dentro de campo se passa, já que a rivalidade entre os clubes transcende o panorama desportivo e passa a representar rivalidades regionalistas. Assim, Benfica representa psicologicamente a superioridade e o poder centralizador de Lisboa e o FC Porto representa o Norte e a sua cultura – ou seja, neste ‘clássico’ há sempre o desejo e a necessidade de mostrar qual o melhor clube de Portugal, logo quem vence a rivalidade entre o Norte e o Sul” (Silva, 2013: 26).²⁶

Dotados de fortíssima carga emocional, os *derby's* e/ou clássicos fomentam, inquestionavelmente, uma enorme ligação ao próprio jogo, num processo que, de forma

²⁶ O Sporting, apesar de não estar mencionado, enquadra-se também no contexto descrito.

consequente, provoca uma espécie de atração entre a imprensa e o seu público-alvo, que nela procura, de forma constante, toda e qualquer informação relacionada com o seu clube e com os temas que lhe suscitam maior interesse, promovendo apostas e abordagens que, no fundo, acabam por reger o contexto mediático que os envolve.

5.3. O discurso jornalístico na semana que antecede os “jogos grandes”

Os jogos entre rivais são, em Portugal, tema de destaque em quase toda a imprensa, com especial incidência na generalista, como são os casos dos três diários desportivos que actualmente se mantêm em atividade: A Bola, o Record e O Jogo.

Ao longo deste capítulo, iremos debruçar-nos sobre o discurso apresentado pelas publicações acima mencionadas ao longo das semanas que antecederam os jogos entre FC Porto, Benfica e/ou Sporting na época 2012/2013, através da análise do conteúdo apresentado nas edições previamente escolhidas.

Assim, abordaremos os fenómenos que, a nosso ver, marcam a política de cada um dos jornais em relação aos respetivos jogos, recorrendo a exemplos retirados do material estudado e ao desenvolvimento de considerações relativas às matérias apresentadas até ao dia de cada *derby* e/ou clássico.

5.3.1. O “clímax” da cobertura jornalística: A avalanche noticiosa pré-jogo

Independentemente da altura em que ocorrem, os jogos que colocam frente a frente FC Porto, Benfica e/ou Sporting, acarretam, como única certeza, o mediatismo que os envolve ao longo da semana que os antecede, pautado por diferentes abordagens e, naturalmente, opiniões divergentes, consoante o contexto ou o meio de comunicação social em que são abordados.

Através da análise das edições dos jornais A Bola, Record e O Jogo previamente definidas²⁷, referentes à semana anterior aos jogos entre rivais na época 2012/13, é possível

²⁷ Edições de A Bola, O Jogo e Record das semanas de 01/10 a 07/10/2013, 03/12 a 10/12/2012, 07/01 a 13/01/2013, 25/02 a 02/03/2013, 15/04 a 21/04/2013 e 06/05 a 11/05/2013. Exceção para as edições de O Jogo e A Bola de 06 a 11/05/2013 e 01 a 07/10/2013, respetivamente, por não se encontrarem disponíveis para consulta.

perceber a tendência de aumento da informação que lhes está associada de acordo com a aproximação ao respectivo encontro, numa espécie de “efeito bola de neve” que se prolonga, pelo menos, até ao dia do jogo.

Nesse sentido, através da leitura dos gráficos elaborados após análise das edições propostas, é possível reparar que a maioria dos seis jogos escolhidos merece destaque na imprensa desportiva logo no início da semana que o antecede, ainda que, em alguns casos, de forma célere.

Regra geral, as ligações aos *derby's* e/ou clássicos começam a surgir de forma subtil, subindo de tom à medida que os dias passam e os respetivos encontros se aproximam.

Normalmente, as abordagens são iniciadas com curtas referências ao jogo que se avizinha, quase como para lembrar o público da sua proximidade. A partir de informações do quotidiano dos clubes intervenientes, as publicações de carácter desportivo procuram construir uma ligação ao encontro esperado, que surge como um motivo de interesse maior, capaz de atrair o público para o qual se orienta.

A título de exemplo, não é raro que o leitor se depare com uma breve que, não merecendo grande destaque na respetiva página, aborda a venda de bilhetes para o jogo. Notícias que apontem a recuperação de jogadores ou a preparação das equipas são também comuns, bem pequenas antevisões ou conferências de imprensa no final dos jogos que antecedem os *derby's* e/ou clássicos mas que têm os jogos entre os rivais como tema dominante.



>> FEZ APENAS CORRIDA, MAS NÃO DEVE FALHAR PARTIDA

Gaitán limitado no primeiro treino para os leões

Jorge Jesus iniciou ontem a preparação para a recepção ao Sporting sem poder contar com Gaitán a cem por cento. No primeiro treino após o encontro com o Paços de Ferreira, para a Taça de Portugal, o extremo trabalhou à parte dos restantes companheiros, limitando-se a fazer corrida durante os 15 minutos do ensaio abertos à comunicação social. O camisa-20 fez gestão de esforço, até porque tem jogado como ainda não tinha sucedido esta época – completou ante os castores o sétimo embate consecutivo no onze, e três deles cumprindo os 90 minutos –, merecendo atenção especial por parte de Bento Leitão e Bruno Mendes, médico e coordenador do Benfica LAB, respetivamente. No entanto, esta situação não o deve impedir de estar nas contas para o jogo com o Sporting. Miguel Vitor, que ficou no ginásio, foi o outro indisponível no treino, no qual Salvio voltou a trabalhar com a proteção no joelho direito.

Figura 1: Peça que dava conta do trabalho de recuperação de um jogador do Benfica antes do *derby*



Figura 2: Breve a anunciar o início da venda de bilhetes

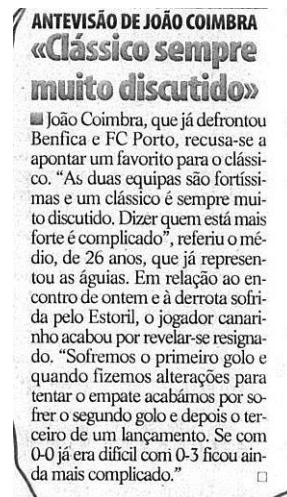


Figura 3: Breve com antevisão ao clássico

De facto, esta é uma característica bem visível na atuação dos meios de comunicação centrados no desporto. Muito ativos na procura de informação relacionada com os *derby's* e/ou clássicos, os média aproveitam, habitualmente, para proceder a abordagens insistentes, centrando-se no bem-estar e na envolvência dos intervenientes dias antes das disputas entre rivais, informações através das quais desenvolvem as peças que visam o respetivo encontro.

Paralelamente, é frequente encontrar expressões que remetam para o dia do jogo ou para a distância temporal que separa o dia da edição publicada do dia para o qual está marcada a partida, mesmo nos casos em que um dos clubes envolvidos, ou até mesmo os dois, tenham outro(s) jogo(s) pelo meio.



Figura 4: Record destacava foco no *derby* mas ressalvava, no antetítulo, a existência de outro jogo antes do encontro entre rivais

Como acima referimos, o início de cada semana que antecede um *derby* e/ou clássico é marcado pelo surgimento de informação que remete o leitor para o encontro. Às curtas abordagens e ligações ao jogo juntam-se, com o passar dos dias, as opiniões de diversas figuras de relevo pertencentes, ou não, aos quadros de cada um dos jornais, bem como espaços de opinião, editoriais, colunas ou, simplesmente, breves declarações, assinadas por diretores, editores e/ou jornalistas das publicações ou ainda comentadores ligados ao futebol que, colaborando com os jornais, antevêm o embate esperado.



Figura 5: Artigos de opinião são bastante regulares ao longo da semana

Normalmente, nos casos das colunas ou artigos de opinião, as referências ao jogo são feitas de acordo com o dia da semana em que são escritos e de quem os assina. Quanto mais próximo se está do jogo em questão mais direta é a abordagem e, dependendo de quem assina o espaço, o corpo do texto pode incluir comparações entre jogadores, análises táticas, considerações quanto ao momento de forma de cada equipa ou, ainda, alusões aos métodos de cada um dos treinadores nos discursos apresentados em conferências de imprensa.



Figura 6: Comparações entre jogadores e análise tática de um dos intervenientes de um derby ou clássico

Ao longo da semana são, portanto, muito frequentes as colunas, editoriais ou artigos de opinião, a que se juntam as reportagens que, abordando um tema do quotidiano ou os factos históricos dos grandes jogos, fazem a ligação aos encontros entre os rivais.



Figura 7: Reportagem do jornal A Bola percorria todos os estádios onde já tinham sido disputados derby's entre Benfica e Sporting

Como se percebe, a importância atribuída a este tipo de jogos supera as abordagens habituais aos encontros das diferentes competições. Por isso, a envolvência de que dispõem, que tem por base uma forte rivalidade, promove, também, um carácter bélico a cada evento, apoiado por expressões e referências que fomentam o avolumar da paixão e emoção que os caracteriza, como veremos no ponto seguinte.

5.3.2. O caráter bélico dos jogos entre rivais

Associado aos grandes jogos está, cada vez mais, um sentimento de luta constante, que promove, inquestionavelmente, a rivalidade que lhes é inerente.

Antes de um simples jogo, os *derby's* e/ou clássicos, independentemente da modalidade em que são disputados, caracterizam-se por serem confrontos entre adversários com história no desporto nacional, que batalham pela superiorização em relação aos demais.

Nesse sentido, para além da importância que lhes é dada, a imprensa desportiva confere-lhes um caráter bélico, através de expressões que colocam em evidência as disputas e marcam os jogos que têm FC Porto, Benfica e/ou Sporting como adversários.

Assim, é frequente que o jogo surja categorizado como um “embate” ou um “duelo” e as equipas intervenientes como “tropas” ou “rivais”, o que acaba por remeter para uma espécie de desafio entre titãs, ao nível dos combates de gladiadores, que lutavam pelo sucesso até à exaustão.



Figura 8: Rivalidade patente em expressões simples



Figura 9: Expressões que vincam o caráter bélico dos *derby's* e/ou clássicos: jogo como “embate” e jogadores como “tropas”

Paralelamente, a criatividade associada à transmissão de informação desportiva faz com que, em alguns casos, a imagem que complementa o texto ou expressão transmitidos se

revista, também, de elementos que apontem ao confronto entre rivais, sem descurar o caráter histórico que lhes é intrínseco.

Se tivermos em conta as edições dos jornais A Bola e Record de 11 de maio de 2013, dia em que se disputava um clássico entre FC Porto e Benfica decisivo para o desfecho do campeonato português, percebemos a imagem aguerrida que cada jogo deste calibre transmite e que promove, por vezes, uma importância acrescida que a imprensa lhes confere.



Figura 10: Capas de A Bola e Record de 11 de maio de 2013

Ao “Juízo Final” que se destacava na primeira página do jornal A Bola, o Record respondia com a expressão “Duelo Final”, posições que conferiam ao encontro uma relevância extrema, com obrigatoriedade de vitória, atribuindo-lhe um caráter de vida ou morte, em que, aparentemente, só uma das formações podia sair intacta.

Simultaneamente, ambas as primeiras páginas colocavam, numa espécie de frente-a-frente, fotografias de Vítor Pereira e Jorge Jesus, treinadores que orientavam, respetivamente, FC Porto e Benfica e que apareciam como figuras principais de um encontro essencial para a decisão da competição.

No entanto, apresentavam uma diferença de registo. Na sua edição, o Record complementava a manchete com uma fotomontagem que colocava, em Vítor Pereira e Jorge Jesus, roupas de mosqueteiros, históricas figuras de caráter militar pertencentes a uma corporação de elite criada no século XVII, em França.

Este é um bom exemplo da índole guerreira associada aos grandes jogos, motivada por uma enorme concorrência entre as principais forças do contexto desportivo nacional, que promove, na imprensa desportiva em Portugal, uma aposta nas situações de confronto, capazes de centrar a atenção do público-alvo.

Aliás, pela análise da iconografia das capas referentes às edições dos dias dos jogos previamente definidos percebe-se uma estratégia comumente utilizada nos meios de comunicação social, que assenta, essencialmente, no frente-a-frente entre intervenientes rivais.



Figura 11: Exemplo do frente-a-frente entre treinadores na capa de 21 de abril de 2013 do Record

Nesse sentido, não é raro verificar a opção de colocar fotografias dos treinadores que representam cada um dos clubes e que surgem como figuras máximas de cada equipa, em jeito de confronto que se desdobra para lá do que é feito pelos jogadores dentro de campo, ao longo do jogo.

Para além disso, a análise permite que nos deparemos, também, com situações em que, em vez da presença da figura do treinador, se colocam fotografias dos jogadores mais influentes de cada uma das equipas que se defrontam, acompanhadas por pequenas observações estatísticas ou curiosidades relacionados com as suas prestações e a influência que têm nos seus conjuntos, factos que acabam por ser desenvolvidos de forma profunda no interior da edição.



Figura 12: Capas de 13 de janeiro de 2013 e 10 de dezembro de 2012 de Record e O Jogo, respectivamente. Destaque dado a jogadores influentes

Hoje, como já referimos, um jogo de futebol extravasa, em larga escala, o que acontece em 90 ou 120 minutos. A cobertura mediática é larga e abrange novos conceitos, promovendo a criatividade, os jogos de palavras e imagens e criando, com o público-alvo, um ambiente de proximidade e intensidade em torno dos eventos que conseguem prender os seus seguidores, que procuram perceber, o mais possível, a vivência do dia-a-dia de cada clube.

5.3.3. O quotidiano dos clubes e a sua influência no contexto dos “jogos grandes”

Hoje em dia é impossível estabelecer um afastamento entre a imprensa desportiva e os clubes de futebol. A informação é diária e, por isso, a procura é constante, não se restringindo apenas ao que acontece a cada jogo, a cada fim-de-semana.

No entanto, importa ter em conta o contexto que antecede cada uma das partidas para que, de forma simples, se percebam algumas abordagens e formas de atuação das respetivas publicações.

Como se sabe, cada jogo tem as suas características e o contexto que os envolve nem sempre tem semelhanças. Cada vez mais abrangente, a imprensa desportiva explora, abundantemente, o quotidiano de cada clube e procura, de forma insistente, as matérias com maior valor noticioso, capazes de atrair a atenção de um público-alvo amplo.

Nesse sentido, imperam as informações que, mesmo ligadas ao tema principal – o jogo –, promovam interesse crescente no leitor e, se possível, um sentimento de surpresa, de choque, afigurando-se como destaque inquestionável pela importância e pelo caráter mediático que as reveste.

Prova disso é o clássico entre FC Porto e Sporting, disputado a 07 de outubro de 2012, no Estádio do Dragão. Analisando, de forma aprofundada, o número de páginas com abordagens ao clássico e o número de referências que lhe são feitas – ressaltando o facto de não constarem, nesta comparação, as edições relativas ao jornal A Bola dessa semana²⁸ – é possível perceber que os dados apenas aumentam no dia do próprio jogo e no que o antecede, não se verificando uma subida gradual desde o início da semana, à semelhança do que acontece nos restantes encontros em estudo.

Porém, como acima referimos, convém perceber os fatores que, neste caso específico, levaram a imprensa desportiva a abordar de forma tão superficial o clássico, principalmente nos primeiros dias da semana que o antecedeu.

Nesse sentido, analisadas as edições dos dias em estudo, é possível concluir que, ao longo da semana, FC Porto e Sporting estiveram envolvidos em jogos de competições europeias nas quais estavam inseridos e, como se isso não fosse suficiente, a derrota do Sporting num desses encontros motivou uma rutura na estrutura do clube, que culminou com o despedimento daquele que era o seu treinador à altura, decisão confirmada a 05 de outubro de 2012, um dia depois do confronto europeu e dois dias antes do clássico.

²⁸ As edições do jornal A Bola dos dias 01 a 07 de outubro de 2012, que antecederam o clássico FC Porto vs Sporting, não se encontravam disponíveis para análise, por não constarem, ainda, nos arquivos da Biblioteca Municipal do Porto.

Assim, é perceptível uma alteração considerável no contexto mediático, motivada pela conjuntura do clube leonino, que influenciava, por consequência, o clássico que iria disputar-se dias mais tarde e o tratamento da informação que com ele se relacionava.

Dada a sobreposição de temas quentes, pelo critério noticioso que lhes era inerente, a imprensa nacional deparou-se com a necessidade de escolher entre o destaque dado ao jogo entre os rivais e à situação que, à altura, se vivia no Sporting e que colocava em causa, pela sua complexidade, o futuro desportivo do clube.

Numa semana intensa em termos noticiosos, o tema do despedimento de Sá Pinto²⁹ acabou por chocar com a proximidade em relação ao clássico e marcou, de forma inequívoca, o contexto mediático, relegando para segundo plano, ao longo de vários dias, o jogo tão esperado.

Como se percebe através da leitura dos gráficos 5 e 6, as abordagens ao jogo, quer em número de páginas quer em peças elaboradas, foram, ao longo dos primeiros cinco dias – de 01 a 05 de outubro – muito pouco relevantes, aumentando de forma considerável no dia anterior ao jogo e atingindo o seu pico no dia em que se realizou o clássico, evento que passou a ocupar as páginas dos jornais desportivos portugueses, fazendo esquecer, ainda que por pouco tempo, a delicada situação do Sporting.

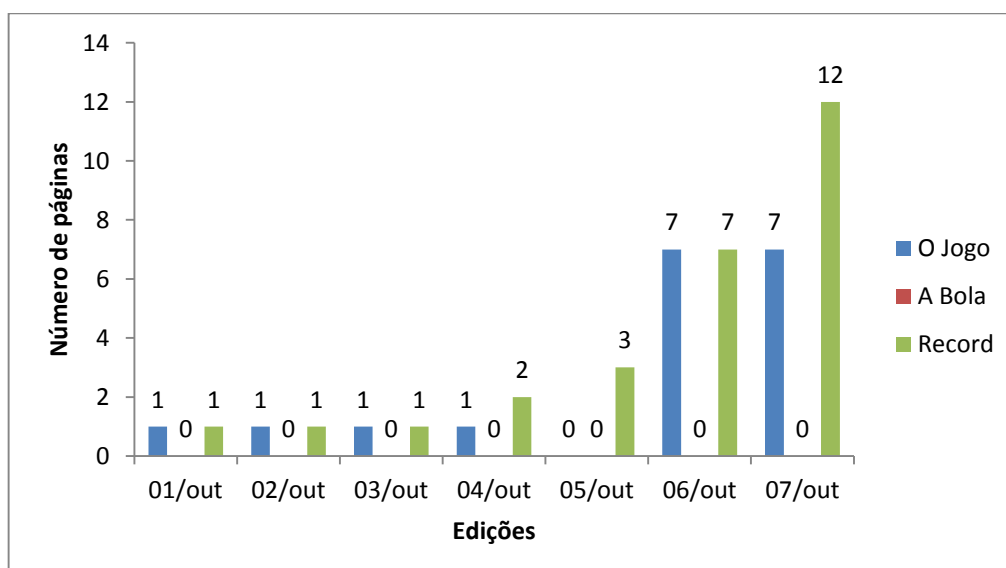


Gráfico 5: Número de páginas com referências ao jogo FC Porto vs Sporting, de 07 de outubro de 2012. Primeira página não incluída

²⁹ Ricardo Sá Pinto assumiu o cargo de treinador do Sporting na época 2012/13

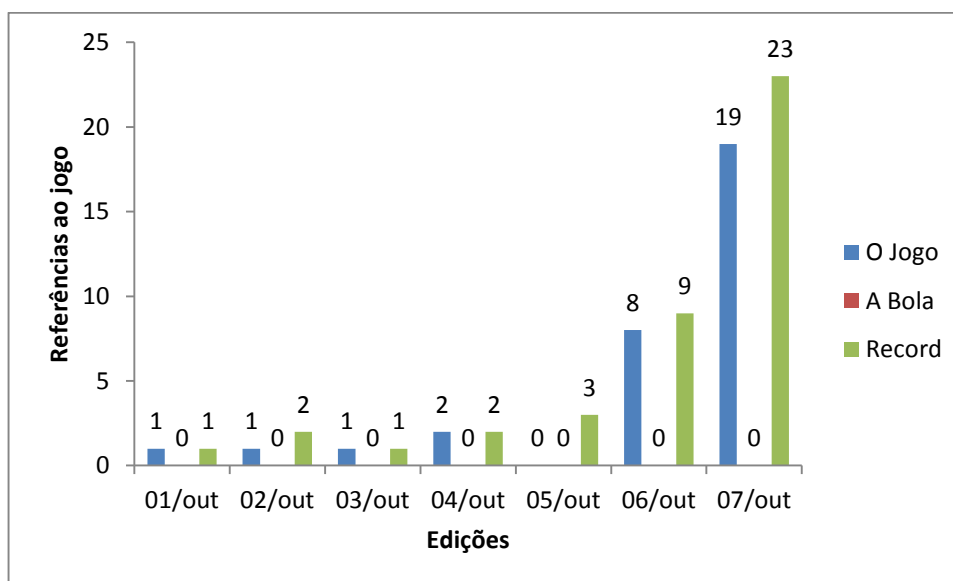


Gráfico 6: Número de referências ao jogo FC Porto vs Sporting, de 07 de outubro de 2012. Primeira página não incluída

Nesse sentido, conclui-se que os temas suscetíveis de gerar polémica são, certamente, capazes de alterar o contexto mediático e a atenção dada a um *derby* e/ou clássico, fazendo com que a imprensa aborde o jogo esperado mas, ao contrário do que geralmente acontece, o faça de forma mais superficial, sem esquecer o panorama mais polémico que o envolve e que, por vezes, tem na falta de consenso entre rivais um dos principais focos.

5.3.4. As polémicas entre rivais e o destaque que lhes é conferido

Bom exemplo do que acabámos de referir é o jogo Sporting vs Benfica, disputado a 10 de dezembro de 2012 no Estádio Alvalade XXI.

Conhecido, no panorama desportivo português como o “*derby* eteno” ou o “clássico dos clássicos”³⁰, pela rivalidade histórica que lhe é inerente, o encontro entre os dois mais influentes clubes de Lisboa é, regra geral, sinónimo de paixão e emoção.

³⁰ Expressões utilizadas para caracterizar o clássico em diferentes meios de comunicação social desportivos, em Portugal. Disponível em: Record, 08/12/2012, p.12; http://www.zerozero.pt/text.php?id=96&theme=3&caderno=0&theme_pai=0; http://www.rtp.pt/noticias/sporting/derbi-eterno-em-alvalade-e-a-oito-de-fevereiro_d801413;

Paralelamente, não é raro assistir ao estalar da polémica, especialmente nos dias que antecedem os jogos, tendo por base, na maioria dos casos, trocas de acusações, declarações que visam os adversários ou falta de diálogo entre os clubes, como aconteceu no encontro acima indicado.



Figura 13: Trocas de acusações alvo de destaque na imprensa

Numa semana marcada por jogos referentes a competições europeias³¹, o destaque dos primeiros dias orientou-se, no caso do Benfica, para o jogo com o Barcelona, pelo caráter decisivo que o revestia e, no caso do Sporting, para a receção ao Videoton, encarada, na imprensa nacional, como “uma importante rampa de lançamento para o confronto com o eterno rival”.

http://www.record.xl.pt/Futebol/Nacional/1a_liga/Sporting/interior.aspx?content_id=120594. Último acesso a 10/07/2015.

³¹ O Benfica defrontava o Barcelona, em Camp Nou, num jogo decisivo para a continuidade da equipa na Liga dos Campeões, enquanto o Sporting recebia o Videoton, para a Liga Europa, numa partida com pouco interesse desportivo, uma vez que o Sporting estava já afastado da competição, independentemente do resultado que obtivesse.

SAIR DA LIGA EUROPA COM UM TRIUNFO É OBJETIVO ANTES DA RECEPÇÃO AO RIVAL

Sessão de Video(ton) a pensar no dérbi

HUNGAROS EM ALVALADE

Equipa	Campanha	Adversário	Resultado
1990/91 TCE	Vassos	0-2	
1991/92 TCE	Vassos	0-1	
1992/93 TCE	Hanred	0-2*	

BALANÇO

Alvalade 10 - Vítor 10 - Vítor TCE - Taça das Competições Europeas - Taça UEFA

ALINHADOS. Viola lidera grupo que procura vencer

ANTÓNIO BERNARDINO

O Sporting despede-se hoje, frente ao Videoton, da última partida das competições europeias. Um jogo que os leões vão encarar com o profissionalismo a que estão obrigados, mas com o subconsciente preenchido por outro "filme": o dérbi com o Benfica, que se joga na próxima segunda-feira.

Em Alvalade existe noção de que a equipa está obrigada a despedir-se da Liga Europa com um triunfo, algo que ainda não alcançou nos cinco jogos já realizados, mas a desajuda vitória sobre a formação do Videoton, organizada por Paulo Sousa, é vista, acima de tudo, como uma importante rampa de lançamento para o confronto com o elenco rival.

Uma rampa de lançamento do ponto de vista motivacional, pois uma boa exibição em triunfo manutém os níveis de confiança para a recepção ao Benfica.

Boulahrouz, André Martins e Viola esperam titularidade

servirá de barómetro para saber se há lugar no derby. Além, com apenas três triunfos em 18 jogos realizados esta temporada, os leões estão obrigados a inverter essa tendência com a máxima urgência.

Malos a equipa na rota dos triunfos e uma tática que, apesar de não parecer, sempre tem sido o único recurso. Sob o comando técnico do belga a equipa venceu apenas uma partida (Sp. Braga) e deixou escapar o apuramento para a fase seguinte da Liga Europa (empate caseiro com o Genk, 1-1 e derrota em Basileia, 3-0).

Hoje combate com o Videoton, mais que virar a derrota por 3-0 na Hungria ou conseguir um triunfo na última Liga Europa, serve como filme motivacional para o dérbi.

Figura 14: Apesar dos compromissos que o antecediam, o derby era, claramente, o encontro mais esperado

Porém, depois do aumento gradual ao longo da semana, como habitualmente ocorre neste tipo de eventos, a informação relacionada com o jogo e o mediatismo que lhe estava associado subiram de forma considerável a partir de dia 07 de dezembro, três dias antes do derby.

Na base deste aumento esteve, tão simplesmente, a não realização do jogo Sporting vs Videoton que, por culpa do mau tempo verificado em Lisboa na noite do encontro, acabou adiado para o dia seguinte.

A ocorrência, que aparentemente nada tem de polémica, desencadeou uma série de reacções de parte a parte que culminaram com fortes acusações e, consequentemente, com um contexto controverso a envolver o derby que se aproximava.

A formação leonina foi a primeira a intervir, ao indicar a intenção de adiar o jogo com o Benfica, por considerar merecer o mesmo período de descanso que o rival, começando por emitir um comunicado amplamente divulgado, no qual anunciava que se recusava a jogar na data previamente definida e pedia alteração da data do jogo, intenção que chocava com as pretensões do Benfica.

No entanto, acabou por recuar mais tarde, difundindo um esclarecimento no qual garantia que a presença no jogo nunca tinha estado em causa, decisão que, no entanto, não evitou o destaque dado pela imprensa desportiva à situação, pelo confronto de posições que motivou um claro interesse e promoveu uma abordagem ao jogo centrada nos critérios polémicos que o envolviam.



Figura 15: O Jogo transmitia o clima de tensão que envolvia o derby

Assim, como se percebe pela análise dos Gráficos 7 e 8, o número de páginas com abordagens ao jogo e as referências ao *derby* que nelas constavam davam destaque ao próprio encontro e, sobretudo, às divergências que o rodeavam, com especial incidência na posição do Sporting, cujo presidente, à altura, acusava o Benfica de “fugir ao diálogo”.

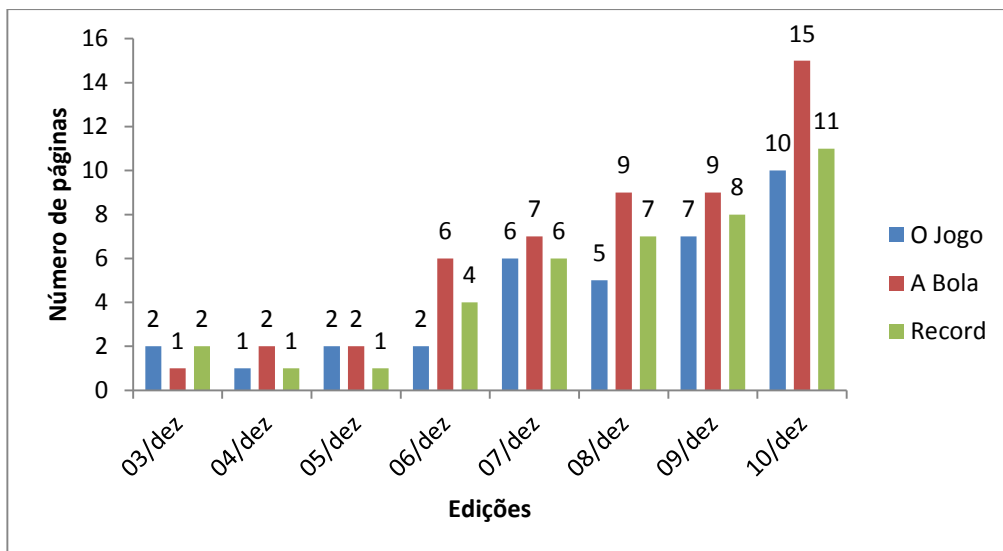


Gráfico 7: Número de páginas com referências ao jogo Sporting vs Benfica, de 10 de dezembro de 2012. Primeira página não incluída

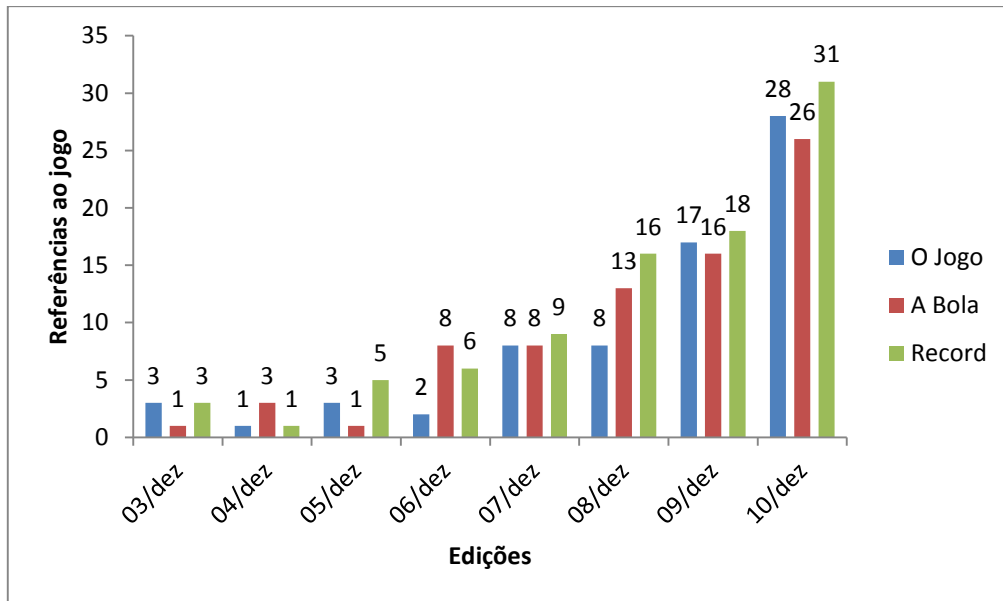


Gráfico 8: Número de referências ao jogo Sporting vs Benfica, de 10 de dezembro de 2012. Primeira página não incluída

Uma das publicações que mais atenção deu ao tema foi o Record. Tanto que, na edição de 09/12/2012, destacava, na primeira página, as palavras de Godinho Lopes³², desenvolvidas ao longo da página 06, reservada, quase na totalidade, à transmissão de declarações exclusivas ao jornal, facto que demonstra que os focos de tensão entre os clubes não passavam, de todo, despercebidos e fomentavam, ainda mais, a rivalidade que lhes está historicamente associada.



Figura 16: Primeira página e página 6 do Record, de 09 de dezembro de 2012, com as declarações de Godinho Lopes

³² Presidente do Sporting, à altura.

Na verdade, como já explicámos, os encontros entre rivais são eventos revestidos de importância considerável, capazes de influenciar, de forma clara, o contexto mediático, pela intensidade e paixão que provocam nos seus intervenientes, sejam eles jogadores ou adeptos.

Nesse sentido, a importância que a imprensa lhes confere é, não raras vezes, exagerada, o que se comprova, também, pelas referências que lhes são feitas nos dias que os antecedem, através de expressões que reforçam o carácter decisivo de determinado encontro ou análises que colocam em evidência a quase obrigatoriedade de vitória de qualquer um dos clubes, pela necessidade de superiorização em relação ao rival.

Contudo, encontra-se também, em alguns dos casos, uma espécie de travão ao entusiasmo geral, normalmente colocado pelos intervenientes diretos de cada jogo – jogadores, treinadores e, em alguns casos, dirigentes. Referimo-nos a declarações contidas, normalmente proferidas durante as conferências de imprensa que antecedem o jogo, destinadas a diminuir a pressão aos *derby's* e/ou clássicos mas chocam com a procura intensa de matéria relevante que lhes está relacionada. Isto verifica-se principalmente nas alturas em que, antes do *derby* e/ou clássico, há ainda um encontro a disputar por, pelo menos, um dos intervenientes.



Figura 17: Jorge Jesus, à altura treinador do Benfica, mostrava contenção, lembrando que antes do clássico havia ainda outro jogo em disputa

Este é, aliás, outro fenómeno com capacidade de influenciar, ainda que por vezes de forma pouco significativa, a envolvência mediática e a importância dada ao jogo em si. O facto de existir um jogo respeitante a qualquer outra competição que não o campeonato³³ dias antes de um *derby* ou clássico, envolvendo um ou, até, os seus dois intervenientes, faz com que o fluxo de informação que lhe está associado acabe por se alterar um pouco.

Como se percebe pela análise dos gráficos 9, 10, 11 e 12 – para além dos gráficos 5, 6, 7 e 8, anteriormente apresentados – que representam a evolução do fluxo noticioso ao longo das

³³ Jogos de Taça de Portugal, Taça da Liga ou competições europeias, por exemplo.

semanas que antecedem alguns dos *derby's* e/ou clássicos da época 2012/2013 e que tiveram, pelo meio, outros jogos a envolver os seus intervenientes³⁴, o número de páginas com referências aos encontros entre os rivais e as abordagens que lhes são feitas revelam-se escassas ou sofrem uma ligeira diminuição até ao dia do jogo de um dos intervenientes, aumentando consideravelmente nos dias seguintes, que antecedem o evento mais esperado.

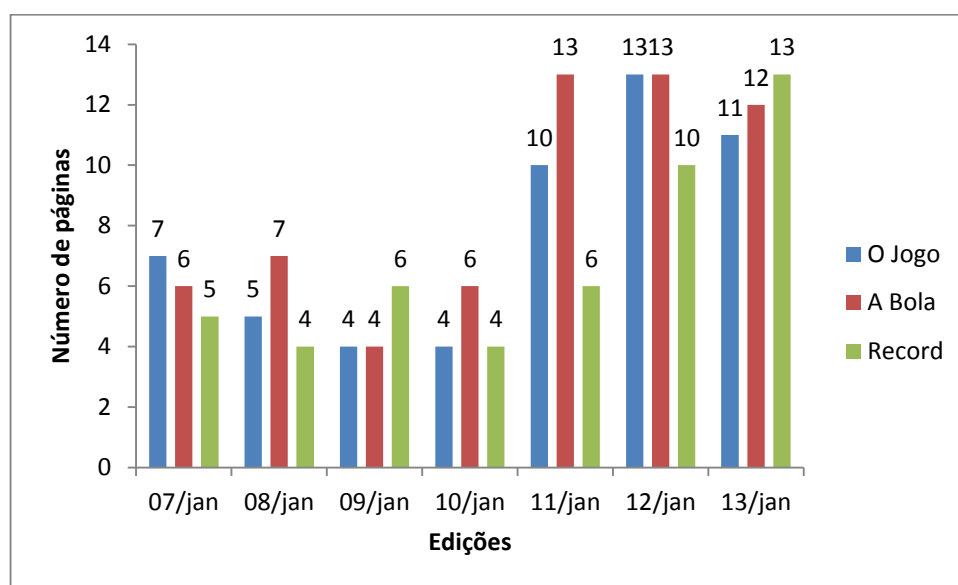


Gráfico 9: Número de páginas com referências ao jogo Benfica vs FC Porto, de 13 de janeiro de 2013. Primeira página não incluída

³⁴ Benfica e FC Porto disputaram, a 10 de janeiro de 2013, jogos para a Taça da Liga, antes de se encontrarem a 13 de janeiro; Benfica vs Paços de Ferreira, jogo da segunda mão da meia-final da Taça de Portugal, a 15 de abril de 2013, seis dias antes de o clube da Luz defrontar o Sporting; FC Porto vs Paris Saint-Germain, a 3 de outubro de 2012 e Videoton vs Sporting, no dia seguinte, antes do clássico de 07 de outubro; Barcelona vs Benfica, a 05 de dezembro de 2012 e Sporting vs Videoton, dois dias depois, que antecederam o Sporting vs Benfica de dia 10 de dezembro.

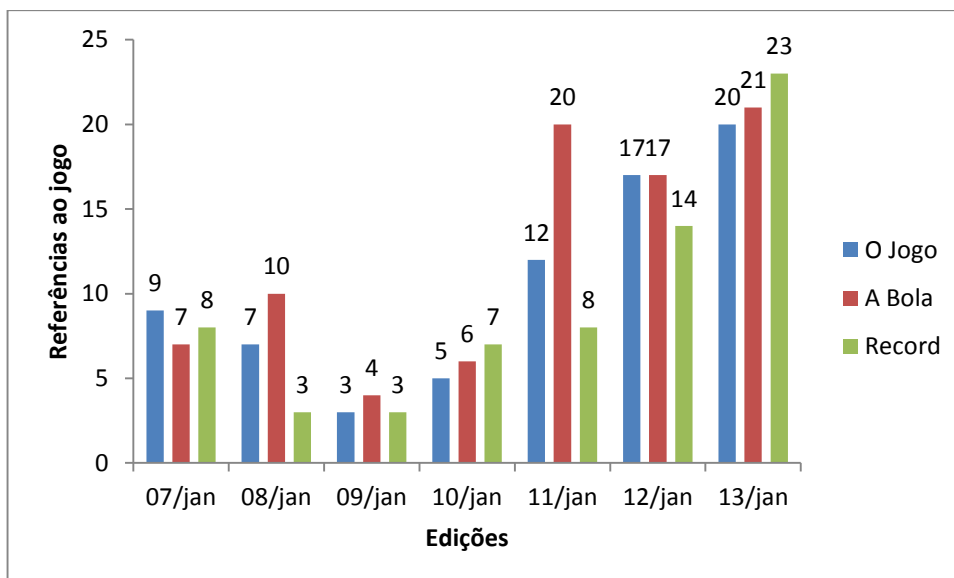


Gráfico 10: Número de referências ao jogo Benfica vs FC Porto, de 13 de janeiro de 2013. Primeira página não incluída

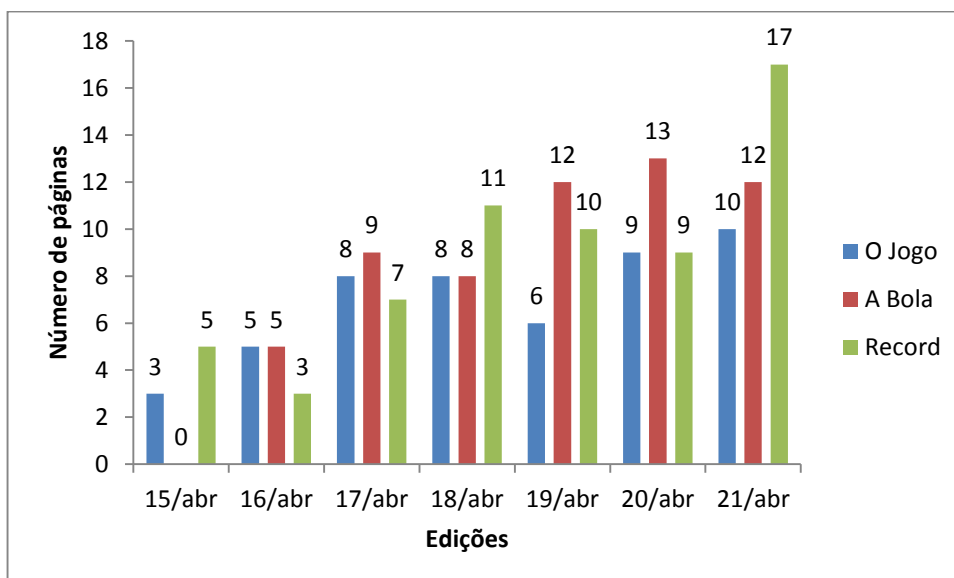


Gráfico 11: Número de páginas com referências ao jogo Benfica vs Sporting, de 21 de abril de 2013. Primeira página não incluída

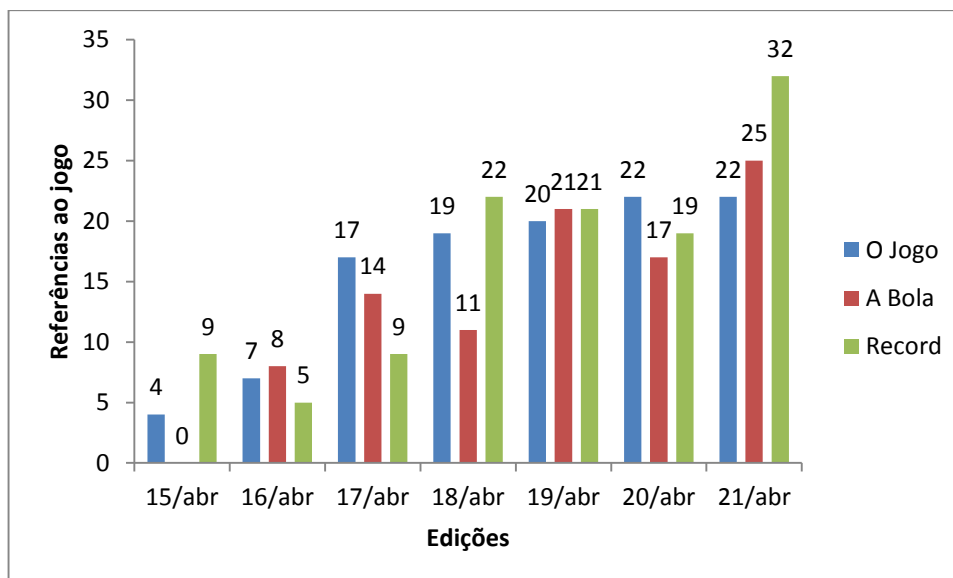


Gráfico 12: Número de referências ao jogo Benfica vs Sporting, de 21 de abril de 2013. Primeira página não incluída

Assim, a imprensa desportiva dá natural destaque ao jogo de maior interesse, aumentando ou diminuindo as abordagens, ao longo da semana, consoante a existência, ou não, de outro jogo que envolva os seus intervenientes, cenário que não se verifica, por exemplo, nos jogos decisivos, como veremos no ponto seguinte.

5.3.5. Os jogos decisivos como foco principal

Se os *derby's* e/ou clássicos são, por si só, um foco de interesse superior na imprensa desportiva, o facto de estarem revestidos de carácter decisivo reforça, ainda mais, a importância e atenção que lhes são atribuídas.

De entre os jogos que previamente selecionei para análise, encontra-se um que obedece a estes requisitos: o FC Porto vs Benfica, disputado a 11 de maio de 2013 no Estádio do Dragão. Em caso de vitória do Benfica, a formação lisboeta sagrava-se campeã nacional no terreno do grande rival. Ao invés, uma vitória do FC Porto fazia com que os homens do Norte ultrapassassem o Benfica na classificação, ficando perto do título.

Convém, porém, lembrar que, para este jogo, a análise apenas recai sobre os jornais A Bola e Record, já que as edições da respetiva semana do jornal O Jogo não se encontravam disponíveis para consulta.

Assim, pela leitura dos gráficos 13 e 14, denota-se uma abordagem constante ao jogo ao longo de toda a semana. De 06 a 11 de maio, o fluxo de informação aumenta de forma gradual, verificando-se, consoante o aproximar da data do jogo, um destaque cada vez maior, com o aumento do número de páginas e, consequentemente, do número de peças com referências e ligações ao clássico.

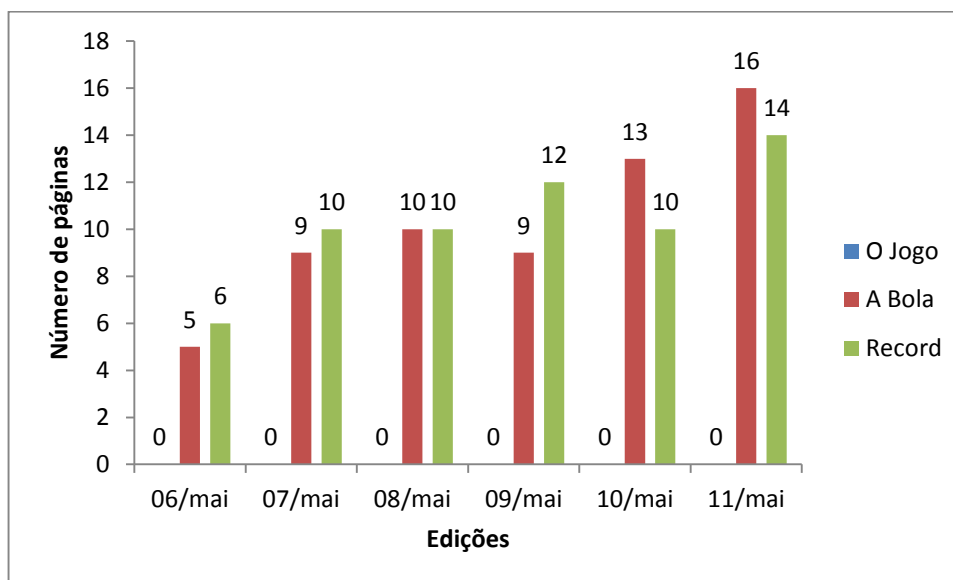


Gráfico 13: Número de páginas com referências ao jogo FC Porto vs Benfica, de 11 de maio de 2013. Primeira página não incluída.

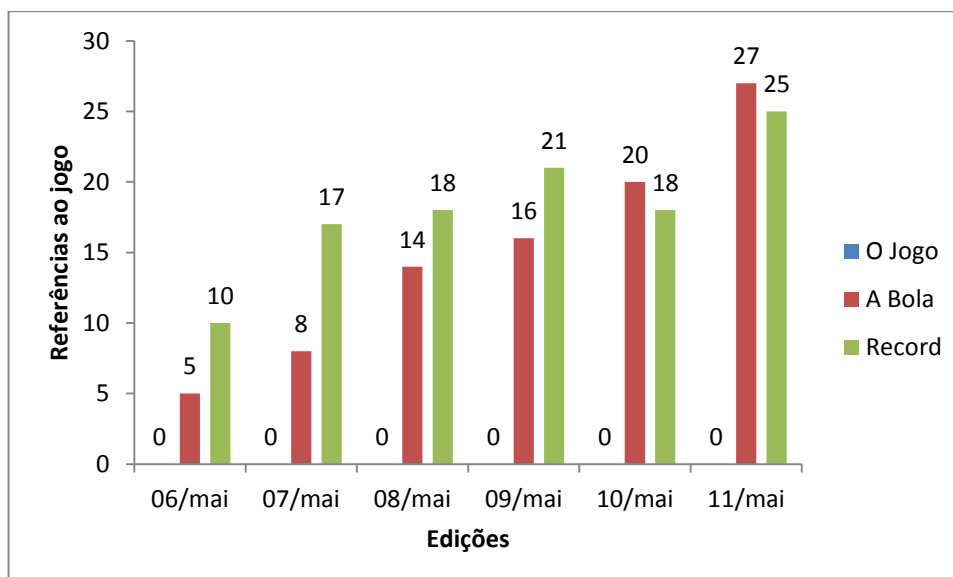


Gráfico 14: Número de referências ao jogo FC Porto vs Benfica, de 11 de maio de 2013. Primeira página não incluída.

Ao longo da respetiva semana, o foco centrou-se, unicamente, no clássico que podia decidir a principal competição nacional de futebol e que, aparentemente, relegava para segundo plano tudo o que pudesse acontecer no mundo do desporto.

Desde pequenas menções, a artigos de opinião e reportagens sobre as diferentes perspetivas do jogo, A Bola e o Record não tiveram como não ceder à importância e influência do encontro, que se afigurava fundamental para cada uma das equipas intervenientes e colocava em causa o trabalho e os resultados conquistados até àquele momento.

Para além disso, nunca é demais referir que se tratava de um jogo entre rivais históricos, com inúmeros jogos disputados e largos anos de tentativas de superiorização que, naquele momento, convergiam em 90 minutos de futebol que se avizinhavam cruciais para a conquista de um objetivo.

De facto, os clássicos entre Benfica e FC Porto provocam um grande impacto na imprensa desportiva portuguesa, como se percebe, também, pelos dados constantes nos gráficos 9 e 10, anteriormente analisados e que se referem ao primeiro encontro entre ambos naquela temporada, poucos meses antes.

Pelo passado recente do Sporting, que teve que batalhar contra uma crise desportiva e financeira que se abateu sobre o clube e o tem afastado da luta por títulos, FC Porto e Benfica surgem como as duas grandes potências do futebol nacional, e os clássicos que disputam revestem-se de grande importância, apresentando-se como eventos capazes de cativar multidões, com coberturas mediáticas de envergadura que suplantam o próprio dia do jogo.

O carácter hegemónico é, sem dúvida, confirmado nos momentos de decisão, que envolvem toda a rivalidade que lhes é inerente e, de forma direta, podem influenciar o rumo de uma competição desportiva em Portugal.

Assim, percebe-se, inquestionavelmente, que extensa mediatização dos *derby's* e clássicos em Portugal, sendo já uma verdade irrefutável, toma proporções ainda maiores, fazendo destes eventos grandes apostas dos meios de comunicação social nacionais, que os aproveitam como foco noticioso capaz de cativar, atrair e manter o seu público-alvo.

6. Considerações Finais

O desporto, em Portugal, tem tido uma evolução constante e surge, de forma consequente, com destaque cada vez maior na imprensa desportiva.

Paralelamente, como expoente máximo da actividade desportiva no nosso país, o futebol assume, inquestionavelmente, uma posição privilegiada nos meios de comunicação social, coleccionando cada vez mais importância, atenção e representação nos mais diversos suportes de informação.

Modalidade que registou uma enorme ascensão nas últimas décadas, muito por culpa do aparecimento de intervenientes vários que, nacional e internacionalmente, alcançam marcas de registo e elevam o nome do nosso país, o futebol ajudou a alterar o conceito de transmissão de informação, beneficiando da aposta de desenvolvimento dos jornais desportivos, que lançaram bases para garantir, nos dias que correm, uma procura e atualização constante de novos dados, que acabam transmitidos para um público bastante amplo.

Assim, foi com naturalidade que se assistiu a uma reformulação da informação desportiva em Portugal, especialmente no que ao futebol dizia respeito, com o foco a centrar-se, cada vez mais, no que acontecia para além dos 90 ou 120 minutos de cada jogo, nos bastidores da modalidade.

Visto como um espetáculo com enorme capacidade mediática, o futebol tornou-se, indubitavelmente, o principal foco noticioso do panorama desportivo e, hoje em dia, alimenta, de forma diária, milhões de adeptos que consomem toda a informação que lhe está associada.

Inicialmente pouco valorizado, o jornalismo desportivo venceu a sua presença no quotidiano da informação e assume-se, no presente, como um dos grandes líderes de audiências no nosso país.

Com importância crescente, motivada pela evolução registada no passado recente e pela mudança de mentalidade no contexto jornalístico português, que passou a dar cada vez mais reconhecimento ao desporto, o jornalismo desportivo mantém relação intrínseca com o futebol, considerado o “desporto-rei” a nível mundial e, para muitos, uma espécie de religião, um fenómeno de culto.

Fruto disso, não é de estranhar que, em Portugal, o jornalismo desportivo esteja muito associado à hegemonia de FC Porto, Benfica e Sporting, os “três grandes” do desporto nacional que mantêm, entre si, uma forte rivalidade histórica, marcada pela tentativa de superiorização independentemente da modalidade em que se oponentam.

Instituições com larga história e inúmeros feitos, quer em território nacional quer no estrangeiro, FC Porto, Benfica e Sporting registam, sem dúvida, bastante sucesso e influência e apresentam-se, a cada ano, como os principais candidatos a novas conquistas, pelas estruturas e recursos que possuem e pela capacidade de mobilização que lhes é característica, contando com milhões de adeptos um pouco por todo o mundo.

Tendo isso em mente, abordámos, ao longo do presente relatório, a influência dos “jogos grandes” no contexto mediático, debruçando-nos sobre a ação dos meios de comunicação social, nomeadamente nas versões impressas dos três diários desportivos nacionais, na cobertura dos jogos de futebol que envolvem FC Porto, Benfica e/ou Sporting.

De forma complementar, ainda antes da análise previamente estipulada, optámos também por elaborar, a título meramente exploratório, uma pequena análise da informação veiculada por A Bola, O Jogo e Record ao longo de uma das semanas do mês de julho de 2015, semana essa marcada pelo contexto de pré-temporada e, por isso, pela preparação das equipas nacionais para a época desportiva 2015/2016.

Em média, conclui-se que, para o período analisado, FC Porto, Benfica e Sporting dispuseram de 12 a 13 páginas por edição diária, atenção significativa que resulta numa percentagem de ocupação que não foi, em nenhum dos dias, inferior a 25% do total de páginas de cada publicação.

Assim, subentende-se a real importância do futebol no contexto do jornalismo desportivo, relevância intimamente relacionada com o público-alvo que, como já referimos, se mostra sedento por novidades referentes às instituições ou clubes da sua preferência, numa atitude de constante atualização que se acentua, inquestionavelmente, nas semanas que antecedem os “jogos grandes”, que opõem FC Porto, Benfica e/ou Sporting.

Um espetáculo dentro do próprio espetáculo, os *derby's* e/ou clássicos revestem-se de elevada carga emocional e promovem a aproximação entre clubes e adeptos, reforçada pelo avolumar do contexto mediático, não fossem estes encontros entre rivais históricos do nosso

desporto, que, como vincámos, surgem como os melhores ou, pelo menos em teoria, os mais capazes de garantir novos títulos e conquistas.

Nesse sentido, aproveitando toda a capacidade de envolvência dos “jogos grandes”, é possível concluir, através da análise adjacente à elaboração deste relatório, que os meios de comunicação social lhes promovem um grande destaque, abordando-os ao longo de toda a semana que os antecede, geralmente de forma sequencial.

Tendo em conta o calendário desportivo em Portugal, as equipas nacionais têm, regra geral, um jogo a cada fim-de-semana e, nestes casos, as abordagens aos *derby's* ou clássicos têm início logo após o jogo que os antecede, aumentando de forma constante de acordo com a aproximação ao encontro em questão. Ainda assim, o tratamento inicial é, normalmente, célere, com o tema a ser comentado em conferências de imprensa ou através de pequenas ligações ao jogo esperado, como a venda de bilhetes ou a recuperação da equipa ou de um jogador em específico, desenvolvendo-se, conseqüentemente, com o passar dos dias.

Noutro contexto, nos casos em que existe ainda um encontro que envolva qualquer um dos intervenientes a meio da semana que antecede um “jogo grande”, é perceptível uma ligeira abordagem até ao dia do primeiro encontro, abordagem, essa, que evolui de forma notória logo após o seu término, ficando o espaço mediático a cargo do *derby* ou clássico, evento mais esperado, de maior interesse e com capacidade superior de atração.

Para além disso, é visível, pela análise das edições de A Bola, O Jogo e Record, uma forte aposta nos editoriais e artigos de opinião, assinados por editores e/ou jornalistas pertencentes aos quadros de cada uma das publicações ou, ainda, por figuras públicas ligadas ao desporto, essencialmente ao futebol, que com elas colaboram.

São abundantes, por isso, as comparações entre treinadores e jogadores ou as considerações táticas sobre o que se pode esperar de cada interveniente em cada um dos jogos, levadas a cabo por especialistas com ligação à modalidade que fomentam, no leitor, uma curiosidade crescente e uma ligação cada vez maior ao diário desportivo consultado.

Paralelamente, A Bola, O Jogo e Record jogam, também, com a muita rivalidade que caracteriza o nosso desporto e que tem, nos “três grandes” o seu expoente máximo. Sendo assim, é comum que se encontrem, para além da cobertura das polémicas ocorridas entre eles, com trocas de acusações ou diálogos mais acesos através da imprensa, capas com fotografias

de treinadores ou jogadores numa espécie de frente-a-frente, acompanhadas por dados estatísticos ou declarações de cada interveniente, numa estratégia que, aparentemente, serve de preparação para os “confrontos” ou “embates” do futebol nacional.

A utilização destes termos, propositada e comum neste tipo de jogos, remetem para o carácter bélico dos encontros entre rivais e são muitas vezes acompanhados por infografias que, tendo por base a criatividade, promovem a luta pela superiorização, conferindo a cada partida a obrigatoriedade de vitória, fundamentalmente por se tratar de jogos que, podendo caracterizar-se por disputas regionais, com diferentes culturas e ideais, fomentam uma sensação de identidade que torna um mau resultado ante um rival em algo difícil de digerir, principalmente nos casos em que os encontros se afiguram decisivos para a decisão de uma competição e são, por isso, constantemente abordados durante toda a semana.

Hoje em dia, conclui-se, o futebol é, sem dúvida, a modalidade-chave do jornalismo desportivo, com enorme representação em Portugal e no mundo, gozando, por isso, de uma grande percentagem de ocupação na imprensa impressa especializada do nosso país, fenómeno que é ainda mais notório com a aproximação dos encontros entre intervenientes rivais.

Foram largas centenas as páginas analisadas, de edições de A Bola, O Jogo e Record, que permitem perceber que a sensação de crescendo da informação ao longo da semana que antecede um “jogo grande” é real. Às pequenas abordagens iniciais sobrepõem-se editoriais, espaços de opinião, artigos com considerações e reflexões técnicas e táticas, reportagens que mergulham na história dos *derby's* e/ou clássicos e toda uma panóplia de interações entre jornal e leitor, estratégias capazes de atrair o público-alvo e que fazem com que o tema principal, o jogo, esteja presente no subconsciente do leitor ao longo de toda a semana que o antecede, fomentando todo um conjunto de sentimentos e emoções que transformam os “jogos grandes” em autênticos momentos de culto que não deixam ninguém indiferente.

7. Referências Bibliográficas

Livros e Artigos Científicos:

AGUIAR, Afonso (2015): *Evolução da Imprensa Desportiva Portuguesa (1946-2006) – Estudo do Caso: O Jornal A Bola e a Volta a Portugal em Bicicleta*. Universidade Fernando Pessoa. Porto.

BASTOS, Hélder (2010): *Da implementação à estagnação: os primeiros doze anos de ciberjornalismo em Portugal*. Porto: Livros Horizonte.

CANAVILHAS, João Messias (2004). *Os Jornalistas Portugueses e a Internet*. Comunicação apresentada no V Congresso Ibero-Americano de Jornalistas na Internet. Documento disponível para consulta em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-portugueses-internet.pdf>

CANAVILHAS, João Messias (2005): *Os Jornalistas Online em Portugal*. Universidade da Beira Interior.

CANAVILHAS, João (2003): *Webjornalismo. Considerações gerais sobre o jornalismo na web*. In FIDALGO, António e SERRA, Paulo (Orgs.), *Jornalismo Online*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

CANCELA, A. (2006): *SIC: O espectáculo global do futebol*. In LOPES, Felisbela e PEREIRA, Sara (coord), *A TV do Futebol*. Porto: Campo das Letras

CAPOBIANCO, Ligia. *A Revolução em Curso: Internet, Sociedade da Informação e Cibercultura*. Estudos em Comunicação nº7 - Volume 2, 175-193. Documento disponível para consulta em <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/vol2/capobianco.pdf>

FERNANDES, Marta (2011). *A dicotomia do jornalismo desportivo em Portugal: futebol versus modalidades*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Porto.

FERREIRA, Joel (2015). *Ciberjornalismo Desportivo: Análise comparativa das estratégias de mercado de A Bola, O Jogo e Record*. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Coimbra.

LIMA, Ricardo Martins de (2010). *A Qualidade da Informação do Jornalismo Online*. Documento disponível para consulta em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-lima-webornalismo.pdf>

MARGARIDO, Nuno (2014). *Os jogos em direto na imprensa online: Análise à forma como os três jornais desportivos portugueses realizam os relatos de partidas desportivas em direto*. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Coimbra.

MARTINS, Fátima (2012). *Os Caminhos da Autonomia no Online*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Porto.

MARTINS, Hugo (2008). *Imprensa Desportiva: Uma Análise Comparativa entre Portugal, Espanha e Itália*. ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. Lisboa.

MELO, Tatiana (2010). *Como a imprensa desportiva antecede um clássico: clubismo ou imparcialidade do jornalismo?*. Coimbra.

MORAIS, Rita (2014). *Diários Desportivos em Portugal e Espanha: uma análise comparativa*. Universidade Fernando Pessoa. Porto.

MURTA, Daniel (1997). *O Mercado Português dos Jornais Desportivos - descrição e modelização da rivalidade estratégica*. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Coimbra.

PEREIRA, Luis (2002). *O Adiantado do Minuto: A internet e os novos rumos do jornalismo*. Faculdades Integradas Hélio Alonso. Rio de Janeiro.

PINHEIRO, F. (2006). *A Europa e Portugal na imprensa desportiva (1893-1945)*. Coimbra, Minerva Coimbra.

PINHEIRO, Francisco (2009). *História da Imprensa Periódica Desportiva Portuguesa (1875-2000)*. Universidade de Évora. Évora.

SILVA, Ana (2013). *O clubismo na imprensa desportiva portuguesa - Os 'clássicos' das épocas 2008/2009, 2009/2010 e 2010/2011*. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Vila Real.

SOBRAL, L. e MAGALHÃES, P. (1999). *Introdução ao Jornalismo Desportivo*. Lisboa, Cenjor e CNID.

TENGARRINHA, J. (1989). *História da imprensa periódica portuguesa*. Lisboa, Editorial Caminho.

Notícias e hiperligações de interesse:

Breve história da Internet. Documento disponível para consulta em <http://piano.dsi.uminho.pt/museuv/INTERNET.PDF>

REDAÇÃO (2015). *Estudo confirma Benfica como o clube com mais sócios, FC Porto no top-10*. Disponível para consulta em <http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=547015>. Último acesso em 20/07/2015

<http://www.netscope.marktest.pt/>

<http://www.apct.pt/>

8. Anexos

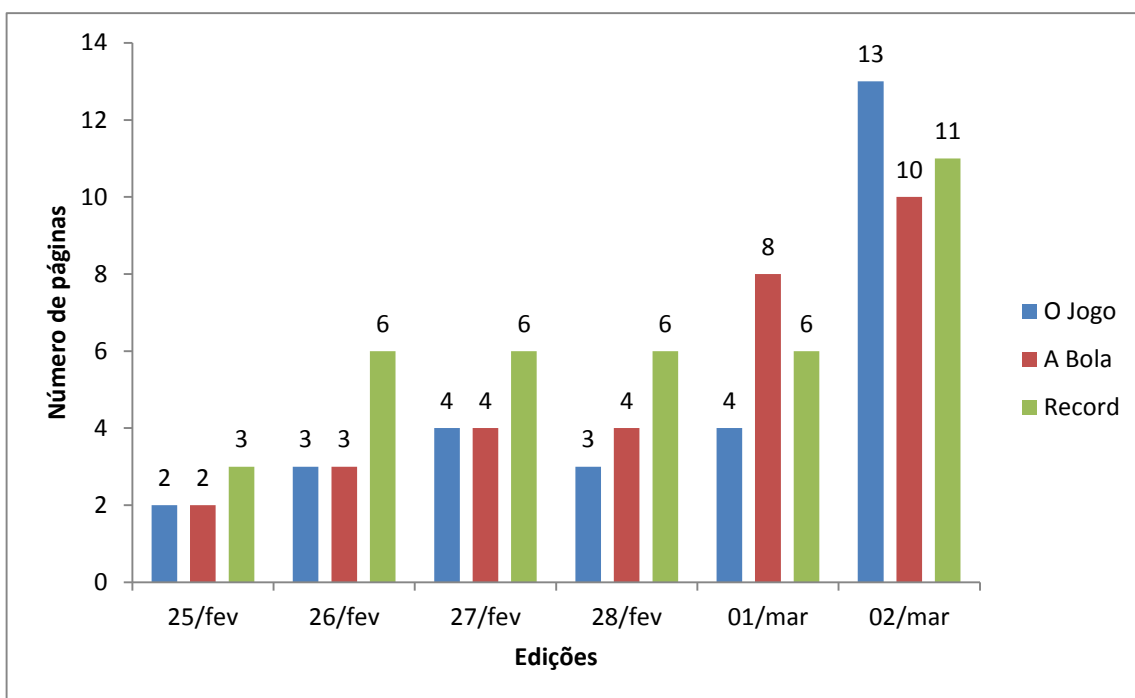


Gráfico 15: Número de páginas com referências ao jogo Sporting vs FC Porto, de 02 de março de 2013. Primeira página não incluída

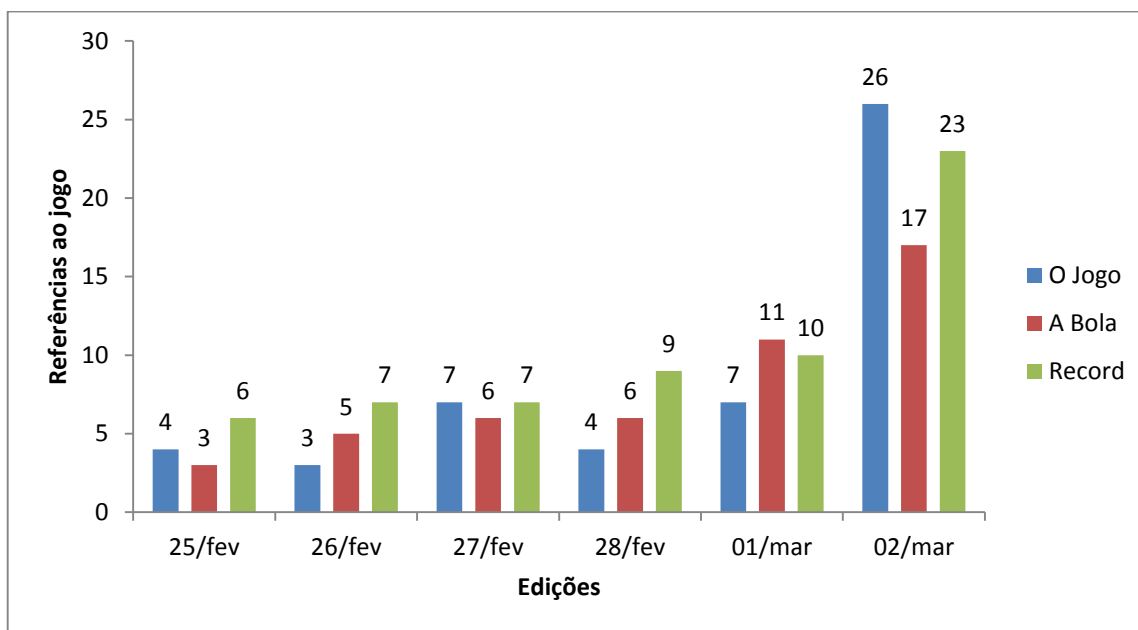


Gráfico 16: Número de referências ao jogo Sporting vs FC Porto, de 02 de março de 2013. Primeira página não incluída.