



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Bruno José Faria Ferreira

**Profissionalização das fontes de  
informação no futebol - Reflexão sobre  
efeitos para os jornalistas desportivos  
fruto da experiência de estágio no Maisfutebol**



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Bruno José Faria Ferreira

**Profissionalização das fontes de  
informação no futebol - Reflexão sobre  
efeitos para os jornalistas desportivos  
fruto da experiência de estágio no Maisfutebol**

Relatório de estágio em Ciências da Comunicação  
Área de especialização em Informação e Jornalismo

Trabalho realizado sob a orientação da  
**Prof<sup>a</sup>. Doutora Sandra Marinho**

Outubro de 2012



Universidade do Minho

## DECLARAÇÃO

**Nome:**

Bruno José Faria Ferreira

**E-mail:**

bruno88ferreira@gmail.com

**Título:**

Profissionalização das fontes de informação no futebol – Reflexão sobre efeitos para os jornalistas desportivos fruto da experiência de estágio no Maisfutebol

**Orientador:**

Prof. Doutora Sandra Marinho

**Mestrado:**

Relatório de estágio em Ciências da Comunicação – área de especialização em Informação e Jornalismo

É autorizada a reprodução parcial desta tese, apenas para efeitos de investigação, mediante declaração escrita do interessado, que a tal se compromete.

Universidade do Minho, 24 de Outubro de 2012



## AGRADECIMENTOS

- Aos meus pais, pela compreensão, pelas oportunidades, sacrifício, dedicação e companheirismo.
- À Vânia, por tudo.
- À Prof<sup>a</sup>. Doutora Sandra Marinho, pela disponibilidade e colaboração.
- Ao jornalista Vítor Hugo Alvarenga, orientador na redação do Porto do Maisfutebol; e a todos os jornalistas e restantes colaboradores Maisfutebol pela forma como me acolheram e ajudaram a crescer.
- Aos diretores do jornal A Bola, O Jogo e Maisfutebol, e ainda ao diretor-adjunto do jornal Record António Magalhães pela colaboração.



## **Profissionalização das fontes de informação no futebol**

Reflexão sobre efeitos para os jornalistas desportivos fruto da experiência de estágio no  
Maisfutebol

### RESUMO

O relacionamento entre as fontes de informação e os jornalistas é, desde sempre, um dos grandes pilares da essência dos media. Trata-se de uma temática amplamente estudada e debatida no seio das Ciências Sociais, e no que ao jornalismo desportivo diz respeito esse relacionamento assume contornos particulares e diferenciados. Com as Fontes cada vez mais talhadas para desempenhar papéis que outrora foram da exclusividade dos jornalistas, limita-se cada vez mais o raio de ação dos profissionais da comunicação.

Os clubes desportivos, inevitavelmente com o fenómeno futebolístico em plano de destaque, desenvolveram-se nos últimos anos, tornando-se poderosas máquinas comunicacionais e promotores de eventos da agenda mediática, mantendo ao mesmo tempo o estatuto de fonte de informação. Os jornalistas desportivos têm de se adaptar a esta realidade, e uma vez mais o relacionamento jornalista/fonte vem ao de cima, como forma de subsistência de ambas as partes.

Sabendo que o relacionamento entre o jornalista e as suas fontes continuará a subsistir de forma preponderante na produção noticiosa, que efeitos terá para os jornalistas esta profissionalização e atenção tida pelos clubes na área da comunicação é a temática central desta tese. Esta reflexão surge no âmbito da experiência do estágio na redação do Porto do Maisfutebol.

PALAVRAS-CHAVE: Futebol, jornalismo, fontes, departamentos de comunicação.



## **Professionalization of information sources in football**

Reflection on effects for sports journalists fruit of the stage experience in Maisfutebol

### **ABSTRACT**

The relationship between Information Sources and journalists has always been one of the great pillars of the essence of the media. This is a topic widely studied and debated within the social sciences, and in relation to sports journalism that relationship has become particular and differentiated. Sources with the increasingly tailored to roles that were once the exclusive rights of journalists, merely increasing the footprint of communications professionals.

Sports clubs, inevitably with the phenomenon of football prominence plan, developed in recent years, becoming a powerful machine communication and promoters of the media agenda, while maintaining the status of the Information Source. The sports writers have to adapt to this reality, and once more the relationship journalist / source comes up as a means of livelihood of both parties.

Knowing that the relationship between journalists and their sources will continue to remain overwhelmingly in news production, which effects will this professionalism and attention taken by the clubs in the area of communication, is the central theme of this thesis. This reflection arises in the context of the stage experience on Oporto Maisfutebol newsroom.

**KEYWORDS:** football, journalism, sources, communication departments.



INTRODUÇÃO .....	8
<b>1. ESTÁGIO CURRICULAR NO MAISFUTEBOL .....</b>	<b>9</b>
1.1. PRIMEIROS PASSOS .....	9
1.2. ORGANIZAÇÃO MAISFUTEBOL.....	10
1.3. CONTACTOS COM AS FONTES .....	12
1.4. “QUERES LIGAR-LHE?” .....	15
1.5. PRIMEIRO JOGO.....	17
1.6. REPORTAGENS – AO MINUTO .....	20
1.7. REPORTAGEM UCRÂNIA.....	24
1.8. MARATONAS DA LIGA.....	25
1.9. ÚLTIMO DIA - FECHO DO MERCADO .....	27
1.10. SÍNTESE – ESTÁGIO.....	29
<b>2. PROFISSIONALIZAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO NO FUTEBOL.....</b>	<b>31</b>
2.1. MEDIA NO FENÓMENO SOCIAL DO FUTEBOL .....	31
2.2. JORNALISMO DESPORTIVO .....	34
2.3. O JOGO FORA DE CAMPO: Relação entre fontes e jornalistas .....	41
2.4. PROFISSIONALIZAÇÃO DAS FONTES .....	44
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>48</b>
3.1. PROBLEMÁTICA E HIPÓTESES .....	48
3.2. SISTEMATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO .....	49
3.3. RECOLHA DE DADOS .....	50
3.4. ANÁLISE DOS DADOS.....	52



#### **4. ANÁLISE ÀS ENTREVISTAS REALIZADAS: Ponto de vista dos diretores dos**

<b>jornais desportivos portugueses</b> .....	53
4.1 RELAÇÃO CLUBE/JORNALISTA .....	53
4.2 DEPARTAMENTOS DE COMUNICAÇÃO .....	55
4.3 EFEITOS NO JORNALISMO DESPORTIVO .....	57
4.4 EFEITOS PRÁTICOS PARA O JORNALISTA .....	60
4.5 INTERFERÊNCIA NA PRODUÇÃO NOTICIOSA.....	62
4.6 SÍNTESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
<b>CONCLUSÃO</b> .....	67
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	71
<b>ANEXOS</b> .....	73
<b>ANEXO 1</b> – Primeira notícia publicada.....	74
<b>ANEXO 2</b> – Jogos realizados .....	75
<b>ANEXO 3</b> – Capa Maisfutebol com Vieira .....	76
<b>ANEXO 4</b> – Comunicação com Nicholas Kobaidze, Ucrânia .....	77
<b>ANEXO 5</b> – Fotos publicadas.....	78
<b>ANEXO 6</b> – Guião de entrevista .....	79
<b>ANEXO 7</b> – Entrevista António Magalhães, diretor adjunto do jornal Record.....	80
<b>ANEXO 8</b> – Entrevista José Manuel Ribeiro, diretor jornal O Jogo .....	83
<b>ANEXO 9</b> – Entrevista Vítor Serpa, diretor do jornal A Bola.....	87
<b>ANEXO 10</b> – Entrevista Luís Sobral, diretor do jornal Maisfutebol .....	90



## INTRODUÇÃO

O estágio curricular no Maisfutebol constituiu a minha primeira experiência jornalística no contexto de trabalho, e o meu primeiro contacto com uma redação profissional. Também por se tratar de uma estreia e de uma primeira prática do jornalismo, o Maisfutebol figurou como um desafio motivante. Sem as limitações de espaço de outras publicações mas com o mesmo rigor, as oportunidades reclamadas nesta fase académica pós entrada no mundo profissional, excederam em larga escala as expectativas.

Um primeiro ciclo de estudos fora da área das Ciências Sociais e do jornalismo, obrigava-me a redobrada atenção na ponderação da empresa a realizar o estágio. Dentro do jornalismo desportivo, o Maisfutebol apresentou-se como o projeto mais aliciante no sentido de poder proporcionar num curto espaço de tempo, um maior número de oportunidades de trabalho efetivo.

O que se veio a confirmar pelos mais de 400 trabalhos publicados, acompanhamento de onze jogos de futebol em diversas competições, nacionais e internacionais, em nove estádios do nosso país.

Mas foi no contacto direto com as fontes, quer pessoalmente quer via telefónica, que a teoria das aulas ganhou forma com a execução prática. Os novos desafios do jornalismo atual e o relacionamento com as fontes foram verdadeiramente a experiência maior do estágio. Conhecer os meandros do contacto com as fontes e da produção noticiosa, bem como o acesso privilegiado a eventos promovidos pelas instâncias futebolísticas do futebol nacional são alguns dos pontos a reter do estágio, que serão retratados nos próximos pontos.

Na parte empírica será abordada a problemática do relacionamento entre os jornalistas e as fontes de informação, no campo específico do futebol como desporto de massas e do jornalismo tido como especializado para alguns autores no que ao futebol/desporto diz respeito.

Face à perda de meios nas redações e à crescente aposta dos clubes desportivos na área da comunicação, constata-se que os clubes estão a ganhar terreno no relacionamento com os jornalistas. Neste quadro, pareceu-me pertinente a reflexão sobre os efeitos da profissionalização das fontes no processo de produção noticiosa no caso específico do jornalismo desportivo.



## **1. ESTÁGIO CURRICULAR NO MAISFUTEBOL**

### 1.1. PRIMEIROS PASSOS

Da Universidade chegou a notícia há muito ansiada: o estágio começa no dia 2 de Novembro (quarta-feira), sendo que tinha de comparecer no dia 31 de Outubro nas instalações do Porto da Media Capital Multimédia para uma reunião preparatória com o jornalista do Maisfutebol Sérgio Pereira, e com a diretora editorial IOL Luísa Melo.

Pedi ajuda ao “Google Maps” para me auxiliar a chegar ao número 181 da Rua Tenente Valadim, no Porto. Era já daqui a dois dias que, finalmente, começava a aventura. Um misto de sentimentos apoderava-se de mim: o contentamento e motivação suplantavam o receio e a tremeadeira involuntária, que mesmo tentando combater sentia sem querer. Afinal, tratar-se-ia da primeira experiência jornalística.

Na referida reunião foram-me transmitidas as principais informações sobre o estágio, o modo como se iria desenrolar, o funcionamento da casa, questões de material de trabalho, horários, entre outros. Comecei ao meio dia na quarta-feira, do combinado dia 2 de Novembro.

Designado como meu orientador, à minha espera já estava o jornalista Vítor Hugo Alvarenga, que se encarregou de passar da teoria à prática e ajudou a instalar-me na redação do Maisfutebol. Apresentou-me a toda a equipa da redação do Porto e também aos restantes órgãos de comunicação a funcionar nas instalações Media Capital.

“A partir de agora, e durante os próximos três meses és um de nós”, foram as palavras proferidas pelo orientador na empresa e que me fizeram estremecer por dentro. Depois de adicionado à rede de contactos e comunicação entre os jornalistas Maisfutebol pude começar a comunicar. Foram-me transmitidos os dados de acesso aos “takes” das agências noticiosas, especialmente ao serviço de desporto da Agência Lusa, e começaram distribuir-me conteúdos e notícias para tratar devidamente de acordo com os parâmetros previamente estabelecidos.



## 1.2. ORGANIZAÇÃO MAISFUTEBOL

Assente nas novas tecnologias e nos mais recentes veículos de comunicação, o Maisfutebol é um jornal desportivo disponível na internet através do endereço [www.maisfutebol.iol.pt](http://www.maisfutebol.iol.pt). Fundado a 5 de Junho de 2000, é propriedade do grupo Media Capital Multimédia, tendo a redação central em Lisboa e uma redação também no Porto.

Como próprio nome indica, o futebol é o principal tema. Para além das redações, o Maisfutebol conta ainda com vários correspondentes, nomeadamente em Guimarães, centro (Leiria, Coimbra e Aveiro), Algarve e Madeira. Estes correspondentes variam consoante as necessidades do campeonato português. O principal escalão do futebol em Portugal é o foco de maior atenção, sendo que, dependendo dos clubes participantes, ajustam-se os colaboradores espalhados pelo país. Por exemplo nos Açores, atualmente o Maisfutebol não possui qualquer correspondente assíduo, visto que nenhuma equipa do arquipélago disputa o campeonato.

O futebol é, com as principais competições portuguesas da modalidade em destaque, o maior enfoque deste projeto jornalístico. Os jogos dos principais clubes portugueses, todos sem exceção que se encontram na primeira divisão, são acompanhados de perto e alvo de uma cobertura total, antes, durante e depois do encontro. Entre a antevisão ao jogo, com dados estatísticos, e informações gerais, passando pelas conferências de imprensa de antevisão, acompanhamento direto do jogo e posterior rescaldo, são produzidos em média doze artigos sobre cada jogo.

Para além desta rotina no que aos jogos diz respeito, o Maisfutebol divide-se e centra a sua informação e conteúdos nas seguintes secções: Últimas; Ao vivo; Livescore; Made in; Incrível; Vídeos; Fotos; 10 Mais; E-Golo; E-Quis; Liga; + Competições; Internacional; Liga Campeões; Liga Europa; Seleção; e + Desportos;

O Maisfutebol é liderado por Luís Sobral, que acumula o cargo com o de diretor editorial IOL e editor de desporto da TVI. Para além de ser o atual diretor, Luís Sobral foi o principal impulsionador deste projeto, e um dos fundadores juntamente com um conjunto de jornalistas dissidentes do Jornal A Bola, casos do atual diretor-adjunto Nuno Madureira e ainda a subdiretora Berta Rodrigues.



Conta na sua história com um importante marco para o jornalismo e para o próprio Maisfutebol. Foi o primeiro órgão de comunicação não tradicional a ser acreditado para uma grande competição internacional, nomeadamente o Mundial FIFA 2002 realizado na Coreia e no Japão. Atualmente conta com uma média diária de visitantes/utilizadores únicos que ultrapassa largamente 200 mil pessoas e mais de 1,2 milhões de páginas visualizadas por dia segundo dados fornecidos pelo Netscope – Marktest.

Com doze anos completados recentemente, Maisfutebol é uma marca em expansão que dá nome a dois programas televisivos nos canais da estação televisiva do grupo Media Capital, a TVI. Um programa que vai para o ar todas as sextas-feiras e em que é feita a antevisão e é perspectivada a jornada. No domingo é a vez de fazer o rescaldo de todas as incidências do fim-de-semana. Um dos principais pontos de desenvolvimento centra-se nas aplicações móveis, uma aposta reforçada nos novos veículos de informação em que é possível acompanhar ao minuto todas as incidências do futebol e do desporto.



### 1.3.CONTACTOS COM AS FONTES

Por força da contenção de custos a esmagadora maioria dos contactos estabelecidos com as fontes acontece por via telefónica. Exceção feita aos acontecimentos de rotina, nomeadamente as conferências de imprensa, são raros os momentos em que o contacto se faz de forma presencial.

Contactos telefónicos com as fontes são uma constante e a enorme lista de contactos disponível na redação Maisfutebol foi um dos aspectos que mais me impressionou. Várias capas de arquivo, dispostas por função ou cargo desempenhado e por ordem alfabética são um dos principais suportes de trabalho.

Esta agenda com um número inimaginável de contactos constitui o principal veículo de contacto com as fontes de informação. Com a contenção de custos o trabalho de secretária agudiza-se. Os contactos subdividem-se nas seguintes categorias: Jogadores; Treinadores; Empresários; Dirigentes; Clubes (assessores, médicos, diretores etc.); Antigos jogadores; Antigos dirigentes; Familiares; Jornalistas nacionais; Jornalistas internacionais; e Outros;

Obviamente que jogadores e treinadores são o alvo mais procurado, mas por vezes também os mais difíceis de conseguir contactar e obter declarações ou informações particulares. Neste grupo em que se encontram algumas restrições no contacto juntam-se também os dirigentes, que dependendo do momento presente de cada instituição e do tema do assunto a abordar, muitas vezes escusam-se a prestar declarações. Neste contexto, são os familiares diretos destes últimos nessa mesma condição de familiar e sem vínculo ao clube a assumir o papel de fonte.

Os empresários são outra das fontes recorrentes, pela ligação direta aos intervenientes e pelo posicionamento e conhecimento relativo às matérias tratadas. Por outro lado, antigos jogadores, treinadores fora de atividade e antigos dirigentes constituem um dos recursos cada vez mais utilizados e recorridos em função de não possuírem qualquer restrição institucional.

Foi assim também comigo nos três meses em que estive na redação. Uma das primeiras entrevistas telefónicas teve honras de “capa” (ANEXO 3) durante algumas horas; ou seja, ocupou o lugar de maior destaque do site. Tratou-se de uma conversa com o pai do internacional português Vieirinha, que se estreou com a camisola da principal seleção de



Portugal. Numa altura em que o jogador estava enfoque pela estreia e esmiuçadas as principais questões sobre este tema nas conferências de imprensa organizadas pela Federação Portuguesa de Futebol procurava-se algo mais recatado do jogador. O que, por norma, não se consegue nas conferências de imprensa.

Depois de vários contactos estabelecidos e números telefónicos cruzados, consegui chegar à fala com o pai do jogador, que não se escusou a tecer alguns comentários ao feito do filho.

João Pereira Freitas lembrou ao Maisfutebol o percurso de Vieirinha, falou do estado de espírito não só do jogador como da sua família, as perspectivas quanto ao sua estreia e todos os assuntos inerentes à chamada de Vieirinha à seleção.

Ao ritmo da redação também eu me habituei a estes métodos de trabalho e depois da conversa inicial descrita, vários outros contactos com personalidades do futebol se seguiram. Apesar de me adaptar aos métodos utilizados, os mesmos não deixaram de constituir igualmente uma surpresa a nível pessoal, pela negativa. A esmagadora maioria dos trabalhos são realizados sem sair da redação, dando lugar a jornalismo de secretária. Mesmo a agenda é fortemente condicionada e até no caso dos grandes clubes os acontecimentos de rotina, como por exemplo as conferências de imprensa, são realizados a partir da redação.

Por outro lado, o carácter online de que se reverte o Maisfutebol leva a que não haja constrangimentos de espaço ou necessidade de estipular edições. Embora haja prazos a cumprir e normas a seguir, a possibilidade de publicação a todo o momento, permite realizar várias conversas por dia, publicadas de imediato de acordo os acontecimentos que se forem sucedendo. Nesse aspecto, a conversa telefónica permite uma rápida publicação, de imediato e sem agendamento; mas, não é propício à realização de entrevistas presenciais e muito alongadas.

Para além do contacto já referido com o pai de Vieirinha, outros trabalhos foram colocados em plano de destaque, ainda que sem chamada de capa. Destaco conversas com Jaime Pacheco e António Silva, que perspectivaram uma deslocação do FC Porto à Ucrânia para defrontar o Shakhtar Donetsk. Os dois agora treinadores, faziam parte da equipa do FC Porto que há quase trinta anos tinha defrontado esta equipa Ucraniana da única vez que os dois clubes se tinham encontrado.



Obviamente foram abordados aspectos futebolísticos, mas a conversa prendeu-se sobretudo nos aspectos extrajogo, como o ambiente e dificuldades sentidas na Ucrânia. Curiosamente, e apesar de se tratarem de jogadores da mesma equipa e que integraram a mesma comitiva, os testemunhos recebidos foram totalmente diferentes em ambos os casos. Por o jogo em questão ser de importância elevada, e também pelo teor dos testemunhos recolhidos, a peça realizada esteve entre as principais notícias do dia.

Os jogadores em destaque no fim-de-semana, normalmente aqueles que marcam a jornada são também abordados. Foi o caso de Varela, jogador do Feirense, na décima sétima jornada que depois de apontar um golo diante do Benfica cometeu uma grande penalidade e apontou um golo na própria baliza.

Durante o campeonato, e enquanto as competições decorrem a rotina de potenciais fontes vai-se mantendo e os contactos como que se tornam previsíveis. Por norma os clubes de maior nomeada restringem as declarações dos seus profissionais; logo, a antevisão e a perspectiva dos jogos faz-se por vias alternativas recorrendo a antigos jogadores que noutros tempos marcaram o confronto, antigos treinadores ou familiares dos jogadores. Durante o chamado “defeso”, época em que está aberto o período de transferências, o leque aumenta e empresários e dirigentes assumem a voz principal.



#### 1.4. “QUERES LIGAR-LHE?”

A integração na redação foi faseada e obviamente tive de me adaptar aos métodos de trabalho e aos hábitos praticados. Se é verdade que as primeiras horas e os primeiros trabalhos foram essencialmente reprodução de conteúdos e tratamento de notícias, até para servir de almofada de conforto ao impacto inicial, desde logo tive percepção do “modus operandi” da redação. Tal como descrito no ponto anterior, o telefone é um dos principais aliados dos jornalistas do Maisfutebol no contacto com as fontes.

A minha vez chegou. Fui-me preparando ao longo das conversas telefónicas que ouvia e pelas entrevistas que podia presenciar. Mas, por muito que se prepare nunca se está realmente preparado.

A notícia de que um dos principais goleadores da primeira parte da época estaria em litígio com o clube era ventilada. Com o jogador impedido de prestar declarações por parte do clube e também com o clube escusado a prestar declarações foi o empresário o solicitado. Apresentei na redação a possibilidade de explorar a situação e tentar saber mais pormenores.

O jornalista que estava mais próximo, Sérgio Pereira, disse apenas: “Queres ligar-lhe?” Uma pergunta que obviamente não o era, quanto muito não tinha um “não” como resposta, mas sim um simples aceno para continuar.

Não sei se era maior a satisfação por poder fazer o primeiro trabalho deste género, se o receio de pela primeira vez entrar em contacto direto com um empresário conhecido e fonte de informação. Obviamente, e sem sequer poder pensar, disse que sim e que lhe ia ligar.

Demorei alguns minutos a preparar a conversa, a esquematizar as perguntas e a procurar nos arquivos pelo número. Penso que demasiado tempo, não tanto a preparar as perguntas e a fazer pesquisa, mas sobretudo a preparar-me a mim próprio. Finalmente lá liguei para o número do empresário espanhol que prontamente atendeu. Apresentei-me como jornalista português e a simpatia do outro lado foi enorme, com um entendimento perfeito apesar da mistura de línguas de parte a parte; ora ousava falar espanhol, ora era o agente de jogadores a falar português.

Depois dos habituais cumprimentos iniciais a conversa foi outra, e às perguntas sobre o jogador que motivou a conversa o referido empresário optou por fugir à questão. Numa primeira



fase, introdutória, confirmou as potencialidades do seu jogador e o bom momento de forma que atravessava. Numa fase posterior, sobre o relacionamento com o clube e as perspectivas de futuro, as respostas não saíam e o empresário espanhol invocou falhas de comunicação entre ambos para continuar a conversa, dizendo que não compreendia corretamente o que lhe perguntava e que apenas continuava a conversa com alguém que falasse fluentemente a língua espanhola.

Por perto, o jornalista Sérgio Pereira, que acompanhou a entrevista, continuou com as questões. Não conseguiu “arrancar” muitas mais informações, mas ainda assim, a informação recolhida permitiu conceber uma peça exclusiva de dimensões consideráveis.

Tratou-se do primeiro de muitos contactos, mas essencial para perceber e tirar ilações para conversas futuras; e finalmente passar para a prática e entrar no jogo do relacionamento entre fonte e jornalista amplamente debatido no meio académico.



## 1.5.PRIMEIRO JOGO

O expoente máximo do jornalismo desportivo, e porventura aquele que mais entusiasma os jornalistas desportivos é a reportagem e cobertura dos eventos desportivos, neste caso, o futebol. Assim foi comigo, e desde a primeira hora de estágio que esperava pela estreia em reportagem.

Depois de praticamente um mês apenas de trabalho de redacção, finalmente fui escalonado para um jogo. Perguntaram-me se tinha disponibilidade, ao que respondi imediatamente que sim, mas apenas uma abordagem meramente informal. Quando recebi o mapa de jogos e vi o meu nome na tabela habitual de “serviços” senti uma enorme emoção. E logo, um jogo num dos maiores estádios do país, com um dos denominados três grandes e líder do campeonato.

A 27 de Novembro começou a minha aventura no Estádio do Dragão no jogo referente à décima primeira jornada da Liga Portuguesa entre o FC Porto e o SC Braga em que estiveram presentes quase quarenta mil espectadores (38512). Acompanhei o jornalista Sérgio Pereira. Fiquei encarregue de fazer a parte das reportagens que no Maisfutebol recebe o nome «Destaques», em que se historiam as principais incidentes e protagonistas do jogo, tais como: figura do jogo, momento do jogo, negativo, positivo e desilusão; e ainda com a recolha de declarações na zona mista, isto para além do auxílio no acompanhamento do jogo ao minuto.

Tal como da primeira vez que vi o meu nome na assinatura de uma peça, também na altura da credenciação para o jogo foi inegável a emoção e o prazer de ver o meu nome na credencial específica para o jogo e que ostentei durante o encontro.

Uma hora antes do encontro começar já nos instalávamos no camarote de imprensa no sentido de prepararmos e iniciarmos o acompanhamento ao minuto do encontro. Atempadamente no recinto, até porque se trava do meu primeiro jogo, foram-me transmitidas algumas indicações e conselhos no que ao trabalho que tinha a realizar diz respeito. Nomeadamente, o número de caracteres normalmente utilizado neste tipo de peças, algumas dicas simples de paginação de modo a facilitar e acelerar o processo de colocação dos trabalhos online e disponíveis no site.



Numa primeira fase, auxiliei na organização e colocação da ficha técnica e outros elementos de rotina que normalmente fazem parte da cobertura de um jogo de futebol.

Apesar do resultado final, três bolas a duas para a equipa da casa, não demonstrar o jogo correu de feição a nível jornalístico. O vencedor do encontro começou a ficar desde cedo definido, o que facilitou à delimitação dos jogadores a destacar e dos aspectos de realce, bem como o momento do jogo.

Mesmo antes do final do encontro, tal como tinha sido previamente estabelecido, consegui terminar e enviar o trabalho relativo aos “Destaques” para o jornalista Sérgio Pereira para ser verificado e enquadrado com a crónica de jogo de modo a manter a coerência de toda a reportagem.

Depois de debelado o jogo, era altura de partir para a segunda parte do trabalho e recolher as reações dos intervenientes. Fui encaminhado para a Zona Mista, de gravador em punho; contudo, antes do início do jogo já havia passado pelo local que se situa entre os balneários e o parque de estacionamento do autocarro de cada um dos clubes, em que é permitida a permanência de jornalistas para recolher imagens e declarações dos intervenientes que a assim o entendam.

Três jogadores passaram pela Zona Mista, dois do FC Porto e um do SC Braga. Se o jogo constituiu um trabalho relativamente simples e com a tarefa facilitada, o mesmo já não se pode dizer pela recolha de declarações. Do lado do FC Porto os jogadores “nomeados” pelo departamento de comunicação do clube foram o belga Steven Defour e o colombiano James Rodríguez, que obrigaram a redobrada atenção na hora de “bater” o texto. O belga forçou a um desenrolar do trabalho mais pausado fruto da tradução que se exige, por sua vez James Rodríguez como seu sotaque e pronúncia característico sul-americano levou a que fossem necessárias várias audições da gravação. Do lado do SC Braga foi o português Hugo Viana o único a responder às questões dos jornalistas.

Tal como nos restantes aspectos e experiências já relatadas, também esta prática na Zona Mista foi a primeira que tive oportunidade de fazer e recorde as condições em que as mesmas se processam. Desde a área perfeitamente delimitada, passando pela incerteza quanto ao que se poderia suceder naquela zona, visto não ser obrigatória qualquer tipo de declarações,



até à “luta” entre os muitos jornalistas presentes para obter uma boa localização e captar perfeitamente as declarações dos intervenientes, as dificuldades foram muitas.

Este foi o primeiro de onze jogos a que tive oportunidade de assistir no estágio de três meses. Outros se seguiram, como poderão acompanhar no ponto seguinte.



## 1.6.REPORTAGENS – AO MINUTO

Com o estágio a decorrer no espaço temporal em que o futebol europeu regista o seu epicentro de realização de jogos, fiz cobertura de jogos das mais diversas competições inclusive internacionais, com a realização de um jogo referente à Liga Europa.

Mas a experiência mais marcante foi os jogos em que me desloquei sem qualquer tipo de acompanhante ao estádio, em representação absoluta do Maisfutebol. Embora se tratassem de jogos de menor nomeada, é certo que se tratou de uma tarefa de grande responsabilidade. Em anexo junta-se a lista de jogos realizados (ANEXO 2).

Reportando-me ao subtítulo que encabeça esta parte do relatório de estágio, as reportagens e a cobertura de jogos reveste-se normalmente de um trabalho árduo e sufocante. Exceptuando jogos considerados grandes ou jogos sem transmissão televisiva, apenas um elemento do Maisfutebol acompanha os jogos. As reportagens contemplam: Acompanhamento ao minuto; Destaques do jogo; Crónica; Sala de imprensa; Zona Mista; e Estatística.

Conseguir realizar todas estas tarefas no espaço que normalmente dura cerca de quatro horas torna-se, como já foi referido, desgastante e extremamente stressante. Isto, na medida em que num curto espaço de tempo é necessário apresentar um conjunto de trabalhos. O acompanhamento ao minuto processa-se na plataforma do site, em que permite pequenas introduções de texto imediatas dentro de um grafismo de acompanhamento de um jogo de futebol. Esta tarefa tem que ser iniciada cerca de uma hora antes do pontapé de saída, por forma a preparar o grafismo com a introdução da ficha técnica e demais dados inerentes ao jogo. Desde aí, começa o trabalho de ir acompanhando as incidências circundantes ao jogo, desde público a entrar no recinto, jogadores em exercício de aquecimento e tudo o que de relevante se passar no Estádio. Este acompanhamento faz-se até ao apito final do árbitro, e desde a descrição dos golos e lances de perigo, às ações disciplinares e substituições tudo é descrito.

O mais rapidamente possível logo após o fim do encontro, tem que se publicar a crónica do jogo e os destaques do mesmo. Isto implica que, mesmo antes de a bola parar de rolar, é imperioso iniciar o trabalho de escrita sobre o jogo, sem nunca descurar o acompanhamento do mesmo. Nos vinte minutos finais do encontro temos que nos dedicar à escrita de dois artigos com cerca de três mil caracteres cada para o rescaldo do jogo, sem perder pitada do que se



passa no relvado para continuar a descrição dos lances capitais. Sabendo de antemão que este processo tem que se realizar com a rapidez necessária que permita depois uma acelerada incursão até à sala de imprensa a tempo de conseguir acompanhar as principais reações ao jogo.

Também na sala de imprensa o trabalho tem que ser realizado em passo acelerado, para apanhar ainda as reações na zona mista; o que nem sempre é possível devido a simultaneidade da passagem dos intervenientes na zona mista com as declarações dos treinadores na sala de imprensa.

Por duas vezes não me foi possível completar com total sucesso toda esta “maratona”. Em Guimarães e Paços de Ferreira, quando saí da sala de imprensa já a zona mista se encontrava vazia e a equipa visitante no autocarro simplesmente à espera do treinador que se encontrava na sala de imprensa para seguir viagem. Nos dois casos consegui recolher declarações, já fora de horas, de jogadores da equipa da casa em exclusivo. Nilson do lado do Vitória de Guimarães que ainda se encontrava nas imediações da zona mista acedeu ao pedido e falou apenas para o Maisfutebol, assim como Ricardo do lado do Paços de Ferreira que também acedeu a prestar declarações já no parque de estacionamento.

Cumprido um mês de estágio, ao terceiro jogo e apenas um dia depois de ter feito em Braga o meu segundo jogo coube-me a tarefa de sozinho acompanhar um jogo para o Maisfutebol. Uma vez mais questionaram-me de forma retórica: “Estás preparado para fazer um jogo da Taça sozinho?” Tremi. Não esperava um desafio daquele género. Respondi com a única resposta possível. “Sim.”

O jogo era de menor nomeada, é certo. Opunha dois clubes de escalão inferior, um da segunda liga e outro do terceiro escalão do futebol nacional, mas mesmo assim não deixei de ficar nervoso por estar entregue apenas a mim mesmo e sem mais nenhum jornalista para me auxiliar; como não pude deixar de ficar sensibilizado e contente por me confiarem tal tarefa. Contrariamente ao que é habitual e por se tratar de um jogo da Taça de Portugal ainda de uma fase preliminar, fez-se apenas acompanhamento ao minuto, crónica do jogo e aquilo a que normalmente se chama “cabines”, que não é mais do que a recolha de declarações na sala de imprensa.



O jogo entre o Moreirense e o Torreense realizou-se em Moreira de Cónegos, a uma quinta-feira feriado. Cheguei cedo ao estádio; demasiado cedo, ao ponto de ser a primeira pessoa a entrar no recinto. Para além de alguns funcionários do clube da casa, apenas eu me encontrava no estádio sem qualquer jornalista ou adepto. Cumpri com o que me era pedido ao enviar os trabalhos a tempo e ainda captei ainda uma foto que foi publicada a ilustrar a crónica do jogo (ANEXO 5).

Desta estreia sozinho sobra uma história caricata para contar. Pela primeira vez no Parque de Jogos Comendador de Almeida Freitas, no final do encontro não segui o caminho devido ao dirigir-me para a sala de imprensa. Desci mais escadas do que as que devia e fui parar à zona de balneários. Fui rapidamente encaminhado para a sala de imprensa, mas sem antes ter oportunidade de assistir ao transporte do guarda-redes do Torreense ao hospital, depois de ter acabado o jogo com a cabeça ligada. Um “furo” jornalístico conseguido por caminhos errados.

No dia seguinte, já na redação, nova pergunta: “Que tal te sentiste? Podes ir domingo à Vila das Aves para o jogo da mesma ronda da Taça nos mesmos moldes?” Voltei a chegar com antecedência, não tanta como no jogo anterior mas com as condições necessárias para fazer o que me era pedido. Foi o terceiro jogo no espaço de cinco dias culminando assim uma semana intensa e ao mesmo tempo gratificante.

Estrei-me em Guimarães em jogos a contar para o campeonato, sem qualquer acompanhamento e fazendo todo o trabalho Maisfutebol, onde resultou o relato narrado anteriormente. Quando cheguei à zona mista já a mesma tinha terminado, tendo recolhido declarações em exclusivo. Para além deste jogo em Guimarães cumpri mais dois sem acompanhamento. O último do estágio igualmente a contar para o campeonato em Vila do Conde opondo Rio Ave e Académica, e ainda o Paços de Ferreira Vitória de Setúbal em jogo a contar para a Taça da Liga e, por isso, não contou com o trabalho habitual, mas sim uma cobertura menos desenvolvida.

Entre estes jogos tive também oportunidade de fazer “estatísticas”. Um trabalho que exige muita atenção e concentração, apesar de não ser tão sufocante como o restante. Através de um software próprio e concebido especialmente para o efeito, este trabalho consiste em registar os dados estatísticos de cada jogo, nomeadamente: Remates; Defesas;



Pontapés de canto; Pontapés de baliza; Faltas; Grandes penalidades; Minutos jogados; Substituições; e Golos (tipos de golo).

Normalmente este serviço é feito pela televisão, de forma a conseguir com mais exatidão registar todos os pontos mencionados. Recorrendo às várias repetições e ângulos torna a tarefa mais simplificada. Quando os jogos não são televisionados obriga a que um elemento se desloque propositadamente ao estádio para realizar esta tarefa.

Os onze jogos realizados conferiram um importante componente no estágio realizado, sobretudo pela possibilidade de me movimentar dentro do meio futebolístico podendo ao mesmo tempo privar mais de perto com os agentes desportivos. Ao mesmo tempo foram experiências essenciais no processo de formação e experiência adquirida.



## 1.7.REPORTAGEM UCRÂNIA

Fazendo face às necessidades crescentes de reduzir custos, reportagens e peças de redação são cada vez mais frequentes. Nessa linha, e sem sair da secretária com vista para o Estádio do Bessa, na redação Maisfutebol, fui parar à Ucrânia.

Tudo começou no “Youtube”, e na funcionalidade que permite visualizar vídeos relacionados. Um simples vídeo suscitou interesse e acionou o alarme de valor notícia. Daí até à Ucrânia foram poucos cliques. Nicholas Kobaidze foi o principal contacto para a realização de uma reportagem complementada por uma forte componente multimédia; nomeadamente uma galeria de fotos com cerca de duas dezenas de imagens e ainda vários vídeos.

A comunicação foi estabelecida exclusivamente pela internet, e obrigou a várias horas de tratamento da informação. Isto porque, nenhum dos membros da Associação explorada tinha conhecimentos de outra língua que não a Ucrâniana, com os seus caracteres típicos. (ANEXO 4) Foi, por isso, necessário recorrer a ferramentas de tradução.

Nicholas Kobaidze foi o mentor de uma nova modalidade desportiva similar ao futebol, cuja principal novidade é a introdução de uma segunda bola em simultâneo. Footdoubleball é nome da modalidade que até já tem uma associação própria “Footdoubleball - Uma nova era”, sediada em Kiev e tem como vice-presidente Nicholas Kobaidze, que deu uma longa entrevista ao Maisfutebol.

Desta interação, com várias mensagens de correio electrónico trocadas, resultou uma grande reportagem composta por três peças, como é prática no Maisfutebol: uma primeira peça introdutória com a apresentação e dados gerais do tema, uma segunda com as questões práticas do jogo com as alterações nas regras e modelos de jogo, e uma última sobre as perspectivas de futuro da modalidade e da associação liderada pelo entrevistado.

A reportagem realizada teve honras de manchete, tendo por algumas horas sido a notícia em maior destaque no Maisfutebol. Para além disso, foi divulgada e discutida em direto no programa Maisfutebol Antevisão da jornada da TVI, do dia 10 de Dezembro. Foram passados vídeos e fotos do material recolhido junto do entrevistado para esta peça, Nicholas Kobaidze.



## 1.8. MARATONAS DA LIGA

Não só da cobertura de jogos se reveste a reportagem de eventos por parte do Maisfutebol em particular, e dos órgãos de comunicação desportivos em geral. As reuniões e eventos de cariz burocrático-administrativo promovidos pelas mais diversas organizações fazem também parte do leque de eventos da agenda dos jornalistas desportivos.

É o caso das Assembleias e reuniões promovidas pela Liga Portuguesa de Futebol Profissional. Durante os três meses de estágio tive oportunidade de participar e fazer reportagem em dois eventos promovidos pela Liga: uma assembleia geral ordinária precedida da reunião denominada Conselho de Presidentes e ainda uma assembleia geral extraordinária destinada à realização de um ato eleitoral intercalar.

Este tipo de ações e reuniões organizadas pela Liga acabam por se tornar autênticas maratonas, dada a necessidade de reunir diversas personalidades de zonas distintas do país para resolver e discutir diversos assuntos do futebol nacional.

Têm assento nestas assembleias da Liga todos os presidentes dos clubes que competem nos campeonatos profissionais, ou seja, os presidentes do primeiro e segundo escalão do futebol português, e ainda, os órgãos sociais da Liga.

Agregar os presidentes ou representantes, acompanhados ainda de um assessor dos 32 clubes no Porto, onde está sedeadada a Liga Portuguesa de Futebol Profissional torna-se uma tarefa de difícil execução e que, por isso, obriga a que sejam tratados vários pontos. Se a nível futebolístico estamos perante reuniões de extrema importância, a nível jornalístico estamos perante eventos obrigatórios da agenda dos órgãos de comunicação social.

Isto porque, nelas marcam presença aquelas que constituem as principais fontes oficiais do mundo do futebol.

A primeira reunião do género que presenciei realizou-se no Edifício da Alfândega do Porto do dia 14 de Dezembro. Fiquei impressionado com a atenção dada aos jornalistas por parte da Liga Portuguesa de Futebol Profissional. Estavam preparadas várias zonas exclusivas e com todas as comodidades para os profissionais da comunicação social. Desde uma sala com acesso à internet, ligação eléctrica, blocos de apontamentos e canetas junto à sala de reuniões onde se iria processar a reunião até uma espécie de zona comum equiparada a uma zona mista



onde jornalistas e participantes na reunião podem conviver, até à simpatia e colaboração constante por parte dos assessores e colaboradores daquele organismo revelam a enorme atenção prestada aos jornalistas. A reunião ficou marcada pelo discurso do ex-presidente Fernando Gomes que naquela tarde anunciou oficialmente a sua saída da Liga.

No dia 12 de Janeiro participei na segunda reunião, esta um pouco mais importante. Tratou-se de uma Assembleia Geral Extraordinária para a realização de eleições intercalares, no intuito de substituir Fernando Gomes. Desta feita a reunião decorreu no Auditório da Sede da Liga Portuguesa de Futebol Profissional, situada na Rua da Constituição também no Porto.

O ato eleitoral decorreu entre as 14h30 e as 17h30, pelo que nesse período os presidentes dos clubes profissionais deslocaram-se às instalações da Liga para exercer o seu direito de voto. Este ato eleitoral decorreu num período em que estava aberto o período de transferências de jogadores, pelo que ficou montado um cenário favorável ao questionamento da ação dos clubes no mercado. Foi o que sucedeu. Com os presidentes a ficarem depois nas instalações da Liga a aguardar o desfecho do ato eleitoral e conseqüente cerimónia de posse, várias conversas foram mantidas.

Com o fecho das urnas e posterior contagem dos votos, rapidamente a informação do vencedor chegou ao seio dos jornalistas. Quando a noite já se fazia sentir, e depois de um período de pausa na ordem de trabalhos, o novo presidente da Liga Portuguesa de Futebol Profissional, Mário Figueiredo, participou na cerimónia de tomada de posse fazendo o discurso de praxe.

Tal como o discurso de despedida de Fernando Gomes, também o de posse de Mário Figueiredo foi de imediato reproduzido na íntegra no Maisfutebol, culminando dias que se constituíram como autênticas maratonas, dada a densidade da duração dos trabalhos. Por outro lado, com tantas fontes oficiais num curto espaço físico leva a que não possa baixar a guarda.



## 1.9. ÚLTIMO DIA - FECHO DO MERCADO

Contrariamente ao que era de esperar, e que eu próprio esperava, o último dia de estágio não se revestiu de particular emotividade. Não tanta como era esperado, isto porque, a despedida coincidiu com um dia frenético em termos de trabalho no panorama futebolístico.

No dia 31 de Janeiro, para além da despedida, era igualmente o derradeiro dia para a realização de transferências e inscrição de jogadores nos serviços da Liga Portuguesa de Futebol Profissional. Nada mais nada menos que o último dia de mercado no período de inverno, que obrigou a atenções redobradas na redação e pouco tempo para despedidas.

As atenções estavam centradas na Liga e nas informações veiculadas por este organismo; afinal de contas, a fonte de informação oficial do dia uma vez que qualquer registo legal e todas as questões burocráticas tiveram impreterivelmente que ser finalizados neste órgão. Os clubes foram também parte a ter em conta, nomeadamente através do contacto direto com assessores de imprensa, diretores desportivos e presidentes envolvidos em negociações. Rondas pelos sites oficiais foram uma constante, no sentido de estar em contacto permanente com o lado oficial dos clubes. A estes há ainda a juntar os jogadores livres sem colocação em qualquer clube e respectivos empresários, agentes de jogadores e empresas especializadas em gestão de carreiras. Neste último caso, as redes sociais, com especial atenção para o Facebook e para o Twitter são cada vez mais meios a ter em conta como fonte

Em suma, desde a Liga Portuguesa de Futebol Profissional, passando pelos clubes nas suas mais diversas ascensões (presidente, diretor desportivo, site oficial), até ao lado dos jogadores nomeadamente através de agentes / empresários e redes sociais, o leque de potenciais fontes era enorme.

Como facilmente se percebe por este rol de hipotéticas fontes ativas naquele dia, a redação estava centrada nos objectivos e na missão a cumprir naquele dia específico, pelo que não houve tempo nem grande disponibilidade para despedidas. Eu próprio, já perfeitamente integrado e por dentro das rotinas da redação e em particular das andanças do fecho do mercado, acabei por não sentir em demasia a síndrome da despedida.



Treze notícias publicadas no dia 31 de Janeiro são elucidativas do dia ocupadíssimo que se viveu. Com contactos pendentes e conversas agendadas com algumas fontes, acabei mesmo por sair já para lá da hora prevista.

Como o fecho de mercado é comum em vários países, essencialmente nos principais campeonatos da europa, o Maisfutebol manteve-se atento ao que se ia passando lá por fora. A principal fonte foi a imprensa internacional e os contactos estabelecidos pelas mais diversas vias com jornalistas conhecidos. Com a possibilidade de um jogador internacional português rumar à Turquia, foram vários os contactos estabelecidos por jornalistas locais no sentido de obter informações e traçar o perfil do respectivo jogador. Em alguns casos, coube-me a tarefa de trocar impressões e informações com jornalistas de órgãos de comunicação Turcos.



## 1.10. SÍNTESE – ESTÁGIO

Os três meses na redação do Porto do jornal desportivo online Maisfutebol corresponderam às minhas melhores expectativas, no sentido do desafio que penso ter desempenhado de forma positiva.

Na generalidade, o estágio decorreu como previsto, justificando-se, por isso, a opção pelo órgão de comunicação pertencente ao grupo Media Capital. Procurava oportunidades e possibilidade de experimentar a real convivência da redação e do quotidiano jornalístico. Consegui-o. Se é verdade que é impossível libertarmo-nos do rótulo de “estagiário”, também não é menos verdade que pouco senti esse estigma. Fui perfeitamente enquadrado e “adoptado”, pelo que a adaptação foi fácil e rápida.

Por outro lado, o aspecto que mais me marcou pela negativa foi os cada vez mais poucos recursos disponíveis para o desempenho da atividade jornalística. Tal como foi mencionado anteriormente, privilegia-se cada vez mais trabalho de secretária, em detrimento do trabalho de campo. Dei conta desta realidade essencialmente num aspecto que está diretamente relacionado com a temática que me proponho debater na segunda parte deste trabalho: as fontes de informação e mais concretamente o contacto estabelecido com os jornalistas, que se processa quase que exclusivamente por via telefónica.

A cobertura dos jogos foi também um aspecto que me marcou, no sentido de ser um momento carregado de pressão e aperto psicológico. Sem limitações de espaço aperta-se o cerco às limitações de tempo com imperativos de rapidez na publicação das peças. Não só devido à necessidade de apressadamente continuar o trabalho na sala de imprensa, mas também pela feroz concorrência que se faz sentir online e que obriga a uma publicação quase que imediata. Para além dos jogos, que são sem dúvida o “ex-libris” da reportagem do jornalismo desportivo, tive igualmente oportunidade de acompanhar outros eventos da índole futebolística, nomeadamente assembleias-gerais e reuniões da Liga Portuguesa de Futebol Profissional, entrevistas rápidas promovidas pelos clubes, acompanhamento da chegada de um jogador internacional brasileiro ao aeroporto, entre outros. O balanço é, portanto, positivo e sem dúvida enriquecedor no contexto da finalização de um ciclo académico.



Como já referi anteriormente, o evoluir do estágio trouxe-me a percepção que os jornalistas desportivos têm sentido mutações no processo de produção noticiosa, fruto do apetrecho dos clubes enquanto fontes de informação.

As conferências de imprensa com inúmeras restrições e regras de funcionamento, bem como os casos que presenciei em que os clubes tentam persuadir os jornais a alterarem notícias e mostram o seu desagrado com conteúdos publicados são alguns dos aspectos que levam a esta reflexão.

No relacionamento entre fontes e jornalistas a preponderância dos clubes no papel de fonte de informação faz-se notar em diversos aspectos. É esse campo que pretendo explorar nos capítulos seguintes.



## **2. PROFISSIONALIZAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO NO FUTEBOL**

O futebol e o jornalismo tiveram um papel de recíproca preponderância na expansão de cada uma destas realidades. Nesse sentido, o jornalismo desportivo e a cobertura de eventos desportivos desenvolveu-se acentuando o relacionamento e o jogo entre jornalista e fonte de informação. A exemplo de outras áreas, as fontes de informação profissionalizaram-se e proporcionaram outros desafios aos jornalistas.

### **2.1. MEDIA NO FENÓMENO SOCIAL DO FUTEBOL**

No epicentro deste trabalho está o futebol; não na vertente desportiva, mas sim na componente mediática e social atingida por este jogo, ao ponto de ser considerado como atividade central por Coelho: «hoje em dia, não há muitas actividades que ocupem um lugar tão central no universo do desporto e do lazer como o futebol» (Coelho, 2001:36).

A influência e a preponderância do futebol nas sociedades atuais, e de uns tempos a esta parte, dispensa por isso qualquer tipo de apresentações. Cresceu enraizando-se nas mais diversas culturas e estilos de vida ao mesmo tempo que se tornou um fenómeno de massas à escala planetária. As suas géneses são tão antigas quanto os mais remotos registos existentes dos primeiros passos da vida humana, conforme relembra o jornalista do Jornal Record João Querido Manha: «o futebol tem origens antigas. Há mais de 2000 anos atrás, as culturas chinesa, japonesa, grega e romana possuíam jogos que envolviam jogadores a chutar ou tocar a bola com a mão fazendo a entrar numa baliza» (Manha, 2011:4).

Os seus primórdios estão estabelecidos paredes meias com a vida civilizacional humana e a sua implementação na sociedade extravasou todas as fronteiras, sendo um desporto e um fenómeno de massas, como refere o jornalista e investigador Radnedge: «A popularidade do futebol é evidente em todos os sectores da sociedade e em todos os continentes e nações do mundo. Não conhece fronteiras políticas, raciais ou religiosas – e no seu coração está uma estrutura simples que funcionou de forma efectiva durante bem mais de um século» (Radnedge, 2010:10).

Radnedge lembra que mesmo quando as vias de comunicação e os meios de comunicação não se muniam das funcionalidades de hoje, já o futebol era transportado pelo



continente europeu, considerado pelo autor o “berço do futebol moderno”: «A Europa foi o berço do futebol moderno. As regras foram compiladas em Inglaterra em meados do século XIX, mas bastaram poucos anos para serem transportados por todo o continente, por estudantes, engenheiros, soldados e homens de negócios – despertando a paixão dos adeptos, evidente todos os dias em todos os países» (Radnedge, 2010:13).

A expressão “todos os dias em todos os países” não é ingénua, e de facto exprime aquela que é uma das principais características do futebol atual. Vai muito para lá do tempo de jogo e toda a sua envolvência é vivida a cada instante.

O crescimento atingido pelo futebol transbordou as fronteiras desportivas e competitivas, tendo passado para além do terreno de jogo profissionalizando-se a vários níveis: «o desporto, nomeadamente o «rei» (futebol) deixou de ser limitado por quatro linhas. Os clubes tornaram-se empresas, o jogo espetáculo, os adeptos grupos organizados; o público virtualiza-se, trocando estádios por televisores, a publicidade também dita regras ao jogo (...) o amadorismo de dirigentes, juizes, 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).

Grosso modo, o futebol é hoje muito mais do que um simples desporto. Praticado, reconhecido e veiculado por todo o mundo, envolve vários quadrantes sociais. A este nível, o futebol como fenómeno mediático de massas cresceu alicerçado no trabalho desenvolvido pelos media como agentes de reprodução social, ao ponto de serem considerados por Neves e Domingos na sua “História do desporto em Portugal” como «agentes primordiais da transformação do desporto num eixo dominante da cultura popular contemporânea» (Neves e Domingos, 2011:25).

Aliás, é comum em histórias do desporto e do futebol, com maior ou menor densidade, encontrar-se referências ao papel dos media no processo de implementação do desporto enquanto fenómeno social e de massas. Manha vê a exposição mediática do futebol como uma das razões para paixão demonstrada pelos adeptos e pela sua atitude ativa enquanto pertencentes ao quadro do futebol espetáculo: «A exposição mediática do futebol fez explodir à escala mundial um fenómeno popular de participação no espectáculo, motivando os



espectadores a uma atitude mais activa na demonstração das suas paixões desportivas» (Manha, 2011:24).

Estas paixões e emoções desportivas manifestam-se de variadíssimas formas, e «o vínculo entre e o seu clube é poderoso e apaixonado (...), muitos adeptos viajam pelo mundo fora para demonstrarem o apoio eterno à sua equipa» (Manha, 2011:8).

Percebe-se então que o futebol atingiu proporções elevadíssimas quer a nível social, quer a nível histórico e por consequência uma janela aberta para os media e pelos media, como veremos no capítulo seguinte. Isto no sentido em que é nos dias de hoje um inequívoco fenómeno social de massas e amplamente seguido pelos órgãos de comunicação social.

Aquando da comemoração dos 50 anos de existência do jornal A Bola, o jornal desportivo mais antigo do país em atividade, o referido jornal publicou um livro dando conta dos cinquenta anos do desporto português em que esteve operacional. Nessa publicação, António Simões, então editor do jornal, relembra os meandros dos primeiros passos do futebol na Grécia Antiga e referindo-se a uma “explosão do fenómeno mediático” aponta a importância do futebol na sociedade:

«A essência do desporto como fenómeno marcante das sociedades é historicamente reconhecida, pelo menos, desde a Grécia Antiga, mas é de admitir que o «conluio» entre o despertar mágico do desporto, como grande espectáculo do nosso tempo, e a explosão do fenómeno mediático se tornou responsável por um dos mais importantes fenómenos sociais do século XX, talvez ainda demasiado actual para ser entendido em toda a sua verdadeira dimensão» (Simões, 1995:contracapa).

“Talvez ainda demasiado actual para ser entendido em toda a sua verdadeira dimensão”, são as palavras de Simões (1995:contracapa), e que espelham bem a preponderância e o estatuto atingido pelo futebol nos dias de hoje.



## 2.2. JORNALISMO DESPORTIVO

Dado o estatuto atingido pelo futebol e a sua preponderância nas mais diversas sociedades expressado no ponto anterior, também o jornalismo sofreu repercussões e mudanças inerentes à adaptação a este futebol de massas e mediatizado. Aliás, os media tiveram um papel preponderante no processo de socialização do futebol e do desporto.

Para Neves e Domingos «Os media tornaram-se, desde o início das primeiras competições desportivas, no grande intermediário da relação entre o desporto espectacular, dirigido a um público massificado, e a cultura do lazer urbano.» (Neves e Domingos, 2011:207). Ao atribuir aos órgãos de comunicação o papel de intermediário nas ações entre o desporto e os seus seguidores, Neves e Domingos (2011:207) realçam a atuação dos media junto da população. Os dois autores da obra “Uma história do desporto em Portugal” assumem mesmo que o enraizar do futebol e do desporto se proporcionou paralelamente à expansão dos meios de comunicação social: «O desenvolvimento do desporto em Portugal relacionou-se propriamente com os meios de comunicação social» (Neves e Domingos, 2011:207).

Esta relação proporcionou a criação de uma “narrativa desportiva predominantemente futebolística”, seguindo os mesmos autores. A Narrativa desportiva a que Neves e Domingos (2011:207) se referem visa exclusivamente o desporto e a representação do desporto nos media, ou aquilo a que vulgarmente se denomina de jornalismo desportivo: «O modo como o desporto veio a ser representado pelos “média” revela o reforço progressivo de uma narrativa desportiva predominantemente futebolística e que se institui como presença permanente em inúmeros espaços de interação quotidiana» (Neves e Domingos, 2011:27).

Não há nenhuma definição base, ou explicação propriamente dita para o uso e implementação da expressão “jornalismo desportivo”. Contudo, é genericamente tida como aceite pelos órgãos de comunicação. Para além da aceitação de imprensa dedicada exclusivamente ao desporto, os órgãos de comunicação generalistas destacam uma grande parte do seu trabalho jornalístico ao desporto.

Isto deve-se à especialização da imprensa e ao enfoque dado ao jornalismo em determinadas áreas do saber, entre os quais se inclui o desporto. Esta prática surge, para Tavares (2009:117), devido à formação de consumidores cada vez mais distintos: «A especialização periodística está associada, em sua maioria, à evolução dos meios de



comunicação e a formação de grupos sociais consumidores de mídia cada vez mais distintos» (Tavares, 2009:117).

Apesar de se tratar de jornalismo, regido pelos mesmos códigos éticos e deontológicos de outros quadrantes da produção noticiosa, o jornalismo desportivo reveste-se de especificidades que o tornam distinto, fruto do amplo impacto social do desporto. É isso mesmo que diz Barbeiro (2006:23) no seu “Manual do jornalismo esportivo”: «Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, económico, social. (...) Dito isso, ressaltamos que trabalhar com jornalismo esportivo tem suas especificidades» (Barbeiro, 2006:13).

Pelo facto de o desporto e o futebol serem realidades sociais de massas, que movimentam paixões e afectos, retratar esta realidade é, à partida, uma tarefa que transporta subjetividade para o trabalho jornalístico. Sobral e Magalhães (1999:20) apontam à paixão envolvida no futebol um ponto de partida para esta subjetividade do jornalismo desportivo: «Escrever sobre desporto é tentar objectivar o subjectivo, procurar ordem no desordenado campo das paixões» (Sobral e Magalhães, 1999:20).

Restam poucas dúvidas que, por si só, e por se tratar de retratar um jogo de paixões, o jornalismo desportivo esbarra numa questão central do jornalismo: a objectividade. Apesar de o debate sobre a objectividade no jornalismo não ser o tema deste trabalho, interessa abordar esta questão. Para Sponholz «objectividade jornalística deve ser entendida como o conjunto de normas e regras para a observação da realidade, que tem como objectivo a produção de uma semelhança estrutural entre realidade social e realidade mediática» (Sponholz, 2003:111). A mesma autora admite, no entanto, que no processo de produção noticiosa há a “exigência” (Sponholz, 2003:111) de uma interpretação própria do problema; e que ao passar para os seus trabalhos a realidade obrigatoriamente o jornalista usa signos em que constrói realidade.

No jornalismo desportivo esta realidade vem ao de cima, porque na mesma ação, sem recorrer a fontes e através do testemunho presencial do jornalista, a bola que entra na baliza pode ser considerado como um bom remate do avançado ou uma postura deficitária do guarda-redes e dos defesas. O jornalista não se limita a transmitir os factos, mas ao mesmo tempo interpreta e tira as suas próprias conclusões; como refere Sobral e Magalhães: «Na crónica de jogo o jornalista interpreta e dá opinião sobre factos que presencia. Conta histórias, descreve jogadas, analisa tácticas e tira as suas próprias conclusões» (Sobral e Magalhães, 1999:45).



Opinião partilhada pelo investigador Rui Alexandre Novais no programa Nativos Digitais<sup>1</sup>. O investigador da Universidade do Porto afirma que dada a proximidade das fontes normalmente praticada no jornalismo desportivo é posta em causa a independência dessas mesmas fontes e por isso mesmo estamos perante um jornalismo “muito pouco objectivo e muito pouco independente”.

Voltando a Barbeiro (2006:13) e às especificidades que atribui ao jornalismo desportivo, constata-se que a forma como muitas vezes não se consegue fugir à subjetividade no jornalismo desportivo é uma dessas especificidades.

Por outro lado, igualmente pelo facto de estarmos perante o exercício de um jornalismo tão massificado e restrito a consumidores do futebol constitui um aspecto a ter em conta. Reportando-me novamente a Neves e Domingos (2011:27), verifica-se que para os autores, o jornalismo desportivo é um produto de consumo: «O espaço do desporto não é apenas o espaço do desempenho mas também um espaço de consumo que configura usos e apropriações que estão para lá do “aqui e agora” da performance estendendo-se para lá do quotidiano social» (Neves e Domingos, 2011:27).

Ao programa Nativos Digitais, de Abril de 2011, o investigador da Universidade do Minho Joaquim Fidalgo atesta esta vertente consumista por parte dos jornais desportivos. Joaquim Fidalgo relembra os “afectos e paixões” inerentes ao futebol já explanadas no ponto anterior deste trabalho e destaca a compra de jornais desportivos não “só para saber o que se passou”, mas sim no sentido de “fazer parte e celebrar o meu clube”.

No ponto anterior foi referido o facto de o futebol ter crescido em grande escala muito por força do meios de comunicação e dos media. O mesmo acontece em relação ao jornalismo que também se desenvolveu e expandiu com o futebol. Para além de poucos eventos contarem com necessidades tão vastas como para a cobertura de um jogo de futebol, o futebol serve também de pano de fundo para o lançamento de novos meios e técnicas: «As transmissões televisivas das grandes competições de futebol são habitualmente um pretexto para o

---

<sup>1</sup> Nativos Digitais trata-se de uma série de documentários produzidos pela RTP (Rádio e Televisão de Portugal) e transmitido na RTP 2, que retrata a vida social e política vista pelos media. Em Abril de 2011 foi para o ar um documentário cujo tema foi o Jornalismo Desportivo. Disponível em [[http://www.faroldeideias.com/arquivo\\_farol/index.php?programa=Nativos%20Digitais&id=1076](http://www.faroldeideias.com/arquivo_farol/index.php?programa=Nativos%20Digitais&id=1076)]. Disponível em [[http://www.faroldeideias.com/arquivo\\_farol/index.php?programa=Nativos%20Digitais&id=1076](http://www.faroldeideias.com/arquivo_farol/index.php?programa=Nativos%20Digitais&id=1076)].



lançamento de novas soluções técnicas e tecnológicas, (...) foi no futebol que se realizaram os primeiros grandes testes à distribuição de formatos digitais» (Manha, 2011:21).

Num jornalismo de consumo o investimento em novas tecnologias e técnicas, assim como a constante questão de inovação nas coberturas futebolísticas constitui um dos aspectos na luta pela preferência dos adeptos e dos consumidores. Para a jornalista Cecília Carmo «no mundo do futebol, a luta pelas audiências, o encaixe financeiro da transmissão televisiva de um jogo, a venda de jornais no dia seguinte, obriga a que tudo que se passou em campo seja comentado na hora» (Carmo, 2010:92).

Como refere Cecília Carmo (2010:92), a concorrência e a luta pelas audiências é uma realidade do jornalismo desportivo, como noutros quadrantes dos media. Contudo, agregada esta luta pelas audiências ao jornalismo massificado de consumo em busca de conteúdos futebolísticos e à dificuldade de manter a objectividade leva a que o jornalismo possa ser tido como entretenimento ou de um nível inferior: «Há alguns anos, não muitos, o jornalismo desportivo era aceite, no máximo, como de segunda divisão. Os seus profissionais e colaboradores sentiam (sentem?) o estigma, mesmo praticando o jornalismo de maior audiência em Portugal» (Sobral e Magalhães, 1999:7).

Mesmo assim, Manha não tem dúvidas ao qualificar a imprensa desportiva como vital no contexto do jornalismo português do último meio século. Não só os órgãos de comunicação exclusivamente desportivos, como o jornalismo desportivo praticado na imprensa generalista: «A imprensa desportiva e a zona desportiva dos jornais generalistas são uma das áreas mais vitais do jornalismo português dos últimos 50 anos» (Manha, 2011:16). Opinião compartilhada por Sobral e Magalhães, que usando de outros termos classificam como “poderoso” o sector especializado da imprensa desportiva: «É verdade que a imprensa especializada em desporto forma um subsector poderoso» (Sobral e Magalhães, 1999:15).

### **Aparecimento do jornalismo desportivo em Portugal**

Em Portugal, o primeiro órgão de comunicação exclusivamente dedicado ao desporto em geral de que há registo é datado de 1894. Tinha o nome «O Sport» e no seu primeiro número o editorial ditava algumas das suas linhas mestras. Propunha-se a «pôr ao facto do que se passa



no mundo do sport com todo o desassombro e imparcialidade» (Manha, 2011:16). A primeira edição tinha na capa uma gravura de um jogo de futebol realizado entre o Carcavelos e o Real Ginásio Clube Português.

Há, contudo, registos de um primeiro jornal datado do ano anterior a «O Sport», de 1893, dedicado exclusivamente ao ciclismo, desporto que se destacava na altura. Dava pelo nome «O Velocipedista» (Neves e Domingos, 2011:213), segundo Neves e Domingos (2011:213) na obra Uma história do desporto em Portugal, que mencionam estar a ser seguido aquilo que era feito um pouco por toda a europa em que se dava atenção ao ciclismo.

No ano seguinte à criação do jornal «O Sport», em 1895, foi para as bancas aquele que foi igualmente considerado um dos primeiros jornais desportivos generalistas do país, denominado «O Tiro Civil». Esta designação, desportivos generalistas, é da autoria de Neves e Domingos (2011:212) que justificam esta denominação ao facto de se começarem a ver jornais desportivos «centrados em mais do que uma modalidade (...) foram dois dos primeiros jornais desportivos a realizarem uma cobertura ecléctica da actividade desportiva do país» (Neves e Domingos, 2011:212). Numa época em que este tipo de publicações era conhecido pela sua fugacidade, «O Tiro Civil» manteve-se activo por um período de dezoito anos, com uma mutação pelo meio. Em 1904 fundiu-se com a entretanto criada «Revista do Sport», passando a ter periodicidade quinzenal com o nome «Tiro e Sport».

Depois destes títulos informativos, os primeiros que se ocupavam apenas do desporto, outras publicações marcaram o panorama desportivo português. Algumas publicações com poucos números a saírem para as bancas, outras que chegaram a atingir três décadas de existência. Publicações como a revista “Stadium” «que nasceu em 1932 e sobreviveu cerca de 20 anos» (Manha, 2011:17), o jornal “Mundo Desportivo” ou o jornal “Gazeta dos Desportos” consolidaram a existência de uma narrativa desportiva em Portugal.

Pelo facto de o estágio ter decorrido num órgão de comunicação social de imprensa escrita, este trabalho tem-se centrado neste tipo de media. Contudo, obviamente que jornalismo desportivo não é apenas aquilo que se faz nos jornais desportivos. Programas/blocos de rádio de carácter desportivo como é o caso da “Bola Branca da Rádio Renascença”, bem como o programa televisivo da RTP “Domingo Desportivo” constituíram importantes marcos da imprensa desportiva portuguesa.



A internet permitiu a implementação de novas plataformas de divulgação informativa, entre as quais se insere o Maisfutebol que funciona online dentro da configuração de um jornal desportivo.

### **Atualidade**

Atualmente, a grande referência do panorama jornalístico desportiva é o jornal A Bola, o mais antigo em atividade no país. A A Bola junta-se o jornal Record também como jornal de relevo. Já numa fase posterior O Jogo passou a fazer parte do leque de órgãos de comunicação disponíveis para acompanhar o desenvolvimento do desporto.

O jornal A Bola foi fundado em 1945 (Manha, 2011:17) tendo a sua primeira edição sido publicada no dia 2 de Janeiro. Saía para as bancas duas vezes por semana, formato em que se manteve durante 44 anos. Em 1989 passou a quadrissemanário, para em 1995 se estabelecer como diário. Manha resume o jornal A Bola como «um jornal desportivo de todos os desportos com grande ambição e por onde passaram, desde Janeiro de 1945, alguns dos maiores nomes do jornalismo português» (Manha, 2011:17). Por sua vez Neves e Domingos (2011:241) apontam o facto de se tratar de um jornal especializado e um órgão de comunicação interveniente em várias iniciativas desportivas: «Um jornal especializado promotor de várias iniciativas desportivas» (Neves e Domingos, 2011:241).

Quatro anos depois do aparecimento do jornal A Bola, em 1949 sai para as bancas o jornal Record. Mais propriamente no dia 26 de Novembro de 1949 (Neves e Domingos, 2011:243), a primeira edição do Record é distribuída «com o objectivo de acompanhar melhor as modalidades que «A Bola» descurava por estar muito centrada no futebol (Manha, 2011:17). Tal como A Bola também o jornal Record começou com duas edições semanais, passando em 1991 a quadrissemanário. No dia 1 de Março de 1995 passou a jornal diário.

O jornal O Jogo é o mais recente dos três jornais desportivos portugueses, tendo como ano da sua fundação 1985. Apesar de ser o último jornal desportivo a ser criado foi o primeiro que se aventurou no regime diário: «O Jogo foi o primeiro jornal especializado a arriscar neste período uma tiragem diária, o que se revelou precipitado» (Neves e Domingos, 2011:266). O jornal O Jogo veio ocupar o espaço do jornal “O norte desportivo”, extinto dois anos antes, em 1983. Entre os jornais desportivos o jornal O Jogo reveste-se de uma particularidade. É o único



que possui mais do que uma versão, mais propriamente uma versão para o norte e outra versão para o sul.

A existência de três jornais desportivos diários em Portugal leva a que Portugal possa estar dentro daquilo que são os padrões europeus, pese embora não haja uma regra ou um padrão perfeitamente definido.

De acordo com o programa Nativos Digitais<sup>2</sup> a Grécia lidera em número de jornais desportivos, com um total de dez jornais diários. Segue-se Espanha, onde os amantes do futebol têm nas bancas diariamente quatro jornais desportivos de carácter nacional. Com três, Portugal surge ao lado de Itália que possui igual número de diários desportivos.

Cenário completamente diferente daquilo que se passa em países como Inglaterra, França ou Alemanha. Na Alemanha e em Inglaterra não há mesmo qualquer jornal desportivo diário, enquanto que em França existe um jornal diário desportivo. Nestes países os jornais generalistas acompanham o desporto com cadernos desportivos aprofundados. França e Alemanha possuem duas revistas semanais dedicadas ao desporto, cenário que não se verifica em Inglaterra.

---

<sup>2</sup> Nativos Digitais trata-se de uma série de documentários produzidos pela RTP (Rádio e Televisão de Portugal) e transmitido na RTP 2, que retrata a vida social e política vista pelos media. Em Abril de 2011 foi para o ar um documentário cujo tema foi o Jornalismo Desportivo. Disponível em [[http://www.faroldeideias.com/arquivo\\_farol/index.php?programa=Nativos%20Digitais&id=1076](http://www.faroldeideias.com/arquivo_farol/index.php?programa=Nativos%20Digitais&id=1076)].



### 2.3. O JOGO FORA DE CAMPO: Relação entre fontes e jornalistas

Os aspectos apontados anteriormente acentuam ainda mais aquele que é dos principais vectores do jornalismo, amplamente estudado e debatido: a relação entre as fontes de informação e os jornalistas.

Para Ribeiro (2007:969) o processo de confecção das notícias desde a fonte até aos leitores está sujeito a vários procedimentos: «A dinâmica fonte/jornalista não é de todo linear. Antes de chegarem ao espaço público, as notícias resultam de um processo produtivo vulnerável à influência de factores externos aos news media. Existem fontes capazes de moldar o conteúdo das notícias, bloquear ou acelerar a sua difusão e aumentar ou diminuir o seu impacto público» (Ribeiro, 2007:969).

Por forma a ultrapassar “influência de factores externos” e atenuar a vulnerabilidade a que Ribeiro (2007:969) se refere, Marinho (2000:351) aponta a “confiança” como fundamental na mediação entre os jornalistas e as fontes: «A negociação entre jornalistas e fontes de informação resolve-se, em última análise, a um nível informal e privado e é uma relação mediada por uma condição essencial: a confiança» (Marinho, 2000:351). A mesma autora alerta para a necessidade de fontes e jornalistas acreditarem na parte oposta para o desempenho das suas funções: «Apesar de jornalistas e fontes não se conhecerem, reconhecem-se como representantes legítimos de sistemas em cuja fiabilidade acreditam, e precisam de acreditar, para desempenharem as suas funções e para se orientarem e integrarem socialmente» (Marinho, 2000:354).

Ter esta “confiança” torna-se uma tarefa de difícil execução quando estamos perante agentes com diferentes intenções no mesmo processo de reprodução social. Isto no que diz respeito à interação entre fontes e jornalistas. De acordo com Santos «enquanto as fontes procuram fazer passar as suas mensagens positivas, os jornalistas realçam os aspectos menos agradáveis, indo em busca do sensacional e do inesperado» (Santos, 1997:71). Opinião partilhada por Denis McQuail, citado por Vasco Ribeiro, «os media noticiosos estão sempre à procura de conteúdos convenientes e conteúdos (nem sempre convenientes) estão sempre à procura de uma saída nas notícias» (cit. por Ribeiro 2007:968).

Ideia corroborada por Manuel Pinto, que rotula as fontes de informação como «entidades interessadas» (Pinto, 2000:278), e aponta alguns daqueles que são os objectivos perseguidos



quer pelas fontes quer pelos jornalistas. Os objectivos apontados às fontes jornalísticas são os seguintes:

- «1. a visibilidade e atenção dos *media*;
2. a marcação da agenda pública e a imposição de certos temas como foco da atenção colectiva;
3. a angariação de apoio ou adesão a ideias ou produtos e serviços;
4. a prevenção ou reparação de prejuízos e malefícios;
5. a neutralização de interesses de concorrentes ou adversários;
6. a criação de uma imagem pública positiva.» (Pinto, 2000:280)

Por outro lado, o mesmo autor referencia aqueles que são os objectivos dos jornalistas:

- «1. a obtenção de informação inédita;
2. a confirmação ou desmentido para informações obtidas noutras fontes;
3. a dissipação de dúvidas e desenvolvimento de matérias;
4. o lançamento de ideias e debates;
5. o fornecimento de avaliações e recomendações de peritos;
6. a atribuição de credibilidade e de legitimidade a informações directamente recolhidas pelo repórter.» (Pinto, 2000:280)

Entra-se então num conflito de interesses que se acentua e torna mais aguerrido se levarmos em linha de conta o carácter de fenómeno social do futebol e as particularidades inerentes ao jornalismo desportivo. Muitos dos objectivos enumerados por Manuel Pinto encaixam e assemelham-se de sobremaneira aos objectivos dos clubes desportivos e dos jornalistas desportivos.

Criar uma imagem pública positiva e atrair a visibilidade dos media são sem qualquer tipo de dúvida preocupações dos clubes desportivos, assim como a angariação de apoio; neste caso específico dos clubes cativar adeptos e patrocinadores.

Forma-se um jogo que se desenrola fora do campo, longe dos olhares e disputado por jornalistas e fontes de informação. O jogo em que jornalistas e fontes assumem o papel principal na produção noticiosa até que a mesma chega ao público.



Tal como noutras áreas do jornalismo e noutros quadrantes da sociedade, também no desporto este relacionamento e este jogo entre jornalistas e fontes de informação se faz sentir. Por vezes até de forma mais feroz face à não necessidade de encapotar os interesses por parte das fontes. A necessidade dos jornalistas terem conhecimento sobre as fontes acentua-se no jornalismo desportivo: «Os jornalistas devem estar atentos às motivações, evitando colocar-se ao serviço seja de quem for: treinadores, jogadores, presidentes, empresários, árbitros» (Sobral e Magalhães, 1999:56)

Nesse sentido, para além do negócio com as fontes, factores como o tempo e meios disponíveis condicionam ainda os jornalistas: «Se, do lado da fonte há uma preocupação diária em criar informação que atraia os jornalistas, através de formatos e rotinas produtivas, os jornalistas procuram trabalhar os acontecimentos, tendo em conta o tempo e o espaço disponíveis para a feitura das suas peças» (Santos, 1997:71).

Do relacionamento entre jornalistas e fontes podem sair dissabores para ambas as partes. As consequências de uma abordagem deficitária ao trabalho dos media pode ser nefasta para os clubes. Não só a nível de imagem, mas também a nível desportivo, como refere Cecília Carmo: «Qualquer palavra, dita de forma menos emotiva ou menos pensada, pode levar a grandes manchetes e provocar desequilíbrios no grupo de trabalho» (Carmo, 2010:94).

Do ponto de vista dos media há sempre o perigo de poder perder uma fonte de informação. «Escrever algo que lhes desagrade pode significar fechar portas» (Sobral e Magalhães, 1999:25). Por outro lado, e sem testemunho de uma fonte «uma peça incómoda pode ser desmentida, o que deixa o redactor, a quem faltam provas, numa posição fragilizada» (Sobral e Magalhães, 1999:55).

Atendendo a estas circunstâncias Sobral e Magalhães afirmam que no meio desportivo o papel do jornalista vai para além de dar notícias. Os autores acreditam que os jornalistas já entram nos meandros do desporto fazendo parte integrante do corpo de agentes desportivos: «O jornalista pisa um terreno escorregadio, onde as regras estão longe de ser claras. Não entra nesta peça como actor principal mas o seu papel tende em ser mais importante que o de simples figurante» (Sobral e Magalhães, 1999:57).



## 2.4. PROFISSIONALIZAÇÃO DAS FONTES

O futebol profissionalizou-se em todas as áreas. Desde os dirigentes, passando pelos técnicos e culminando com o mais simples funcionário todos se especializaram nas suas funções. A comunicação e o relacionamento com os media foi também uma das áreas em que os clubes investiram no sentido de se dotarem de outras armas para o relacionamento com os jornalistas.

Contudo, o futebol não é pioneiro nesta profissionalização. A primeira forma de profissionalização das fontes deu-se, segundo Chaparro, em 1906 quando o americano John David Rockefeller, industrial do ramo petrolífero, contratou os serviços de um “conceituado jornalista” (Chaparro, 2001:47). Histórico líder e fundador de uma das maiores empresas petrolíferas dos Estados Unidos da América, socorreu-se de Yve Lee para que este lhe mudasse a imagem junto da opinião pública.

Segundo Chaparro, «Yve Lee organizou-se como fonte, não apenas de Rockefeller e de suas empresas, mas do mundo dos negócios. Tornou-se um especialista indispensável aos jornalistas. Além do mais, sabia o que poderia interessar às redacções. Passou a criar e a controlar factos jornalisticamente irrecusáveis.» (Chaparro, 2001:47)

Com esta ação, bem-sucedida, Yve Lee deu o pontapé de saída no surgimento da Assessoria de Imprensa. Yve Lee, não só recuperou e beneficiou a imagem de John David Rockefeller, como abriu portas à figura de Relações Públicas e assessor de imprensa.

Depois desta experiência o jornalista do jornal «The New York Times» abriu um escritório dedicado exclusivamente a serviços similares ao desempenhado para Rockefeller. Yve Lee deu o primeiro passo àquilo a que Chaparro chama “revolução das fontes” (Chaparro, 2001:43). Para o autor «as fontes investiram na aquisição de capacidade de intervenção nos processos jornalísticos. E ocuparam o espaço essencial do processo: a criação dos acontecimentos, enriquecendo-os na dimensão comunicativa. Passaram a interferir no agendamento dos jornais (...). Tornaram-se criadores competentes de conteúdos» (Chaparro, 2001:183).

Para Fidalgo esta revolução das fontes processou-se sobretudo devido à «multiplicação de profissionais de relações públicas, de gabinetes de assessoria de imprensa e de empresas



encarregadas de gerir a comunicação e a imagem das mais diversas instituições» (Fidalgo, 2008:161).

O objectivo principal neste tipo de atividade é a colocação estratégica junto dos jornalistas, segundo aponta Pinto: «De facto, nas últimas décadas com principal acuidade, foram sendo constituídos campos de saber, instituições diversificadas e uma panóplia de profissionais cuja razão de ser e cujo papel consiste precisamente em posicionar-se como fontes estrategicamente colocadas na órbita dos *media* e interessados em serem desses mesmos *media* fontes privilegiadas» (Pinto, 2000:282).

O mesmo autor caracteriza este processo de profissionalização das fontes como o «processo histórico que conduziu à sua organização com a inerente profissionalização» (Pinto, 2000:281).

Chaparro menciona as fontes como organizadas na medida em que são «produtoras de actos, factos, falas, saberes e produtos de interesse jornalístico» (Chaparro, 2001:49). Para o autor, constituem fontes organizadas «essas que têm assessoria de imprensa, sejam elas governo ou oposição, empresas ou minorias sociais, igrejas ou partidos políticos, indústrias da cultura ou grupos transgressores, artistas, empresas de comunicação, universidades ou sindicatos» (Chaparro, 2001:49).

Este processo de profissionalização das fontes jornalísticas alterou a rotina das redações, dos órgãos de comunicação e a própria rotina produtiva de conteúdos noticiosos. Vários autores atestam as implicações inerentes à presença de intervenientes qualificados e talhados para intervir junto das fontes apropriando-se «das habilidades narrativas e argumentativas do jornalismo, e assimilaram a cultura da produção jornalística, para a divulgação dos eventos e a difusão do discurso» (Chaparro, 2001:43).

Reportando-se a um período de tempo pós segunda guerra mundial, Lage escreve que «a existência de assessorias limitava o movimento dos jornalistas e os submetia a uma espécie de censura da informação na fonte» (Lage, 2001:1).

Fidalgo corrobora desta concepção de Lage, que se refere às assessorias como “limitadores” (Lage, 2001:1) do movimento dos jornalistas. Por sua vez Fidalgo associa às fontes profissionalizadas o papel de “filtro” (Fidalgo, 2008:161) de informação: «cada vez menos



os jornalistas tinham a possibilidade de contactar directamente com os protagonistas envolvidos nos assuntos que noticiam (“fontes primárias”), e cada vez mais a informação lhes chegava – até sem terem de a procurar por sua iniciativa – em segunda mão, pela acção de intermediários, progressivamente profissionalizados, que filtravam os dados em função dos interesses próprios dos patrões para quem trabalhavam» (Fidalgo, 2008:161).

Estas limitações notam-se, por exemplo, a nível de agenda. Para Pinto a profissionalização e organização dotou as fontes de «capacidade de passar à “ofensiva”, tendo em vista marcar a agenda das redacções» (Pinto, 2000:281). A ação junto da agenda dos órgãos de comunicação faz-se sentir na medida em que parte significativa de informação que chega aos jornalistas ocorre por ação dos mesmos em eventos específicos para o efeito. Santos apelida as fontes de informação como “promotor” (Santos, 1997:22) por força dos acontecimentos realizados para jornalistas no sentido de lhes passar informação: «A maior parte dos acontecimentos é de rotina, planeados e realizados por uma entidade chamada “promotor” e endereçada a jornalistas ou “reunidores”, que preparam a notícia» (Santos, 1997:22).

Mesmo nos eventos organizados e promovidos propositadamente pelas fontes de informação, em que o jornalista até é, normalmente, convocado para um encontro com uma fonte de informação, o trabalho dos jornalistas é antecipado. Quem o diz é Pinto (2000:281) referindo que as fontes organizadas de informação tudo fazem «para que a pergunta do repórter se torne o mais dispensável possível» (Pinto, 2000:281).

Com o papel de “promotor” (Santos, 1997:22), “filtro” (Fidalgo, 2008:161), entre outros, as fontes de informação acabam por ter influência e marcar o produto final dos jornalistas. Para Chaparro «Na hora de escrever, na rotina da produção e dos procedimentos profissionais, a perspectiva das fontes influencia, inevitavelmente, a decisão jornalística - e quanto mais competente elas se tornarem, mais capazes são de determinar enfoques, relevâncias e até títulos, na narração jornalística» (Chaparro, 2001:43).

No futebol, com os clubes no papel de fonte de informação profissionalização também é notada. A atitude ativa no que toca à comunicação é uma das preocupações dos clubes: «As grandes organizações desejam controlar a informação. Promovem conferências de imprensa, lançamentos públicos, organizam falas dos seus líderes, esforçam-se para ocupar um espaço» (Sobral e Magalhães, 1999:57).



A necessidade das fontes de informação no futebol investirem na comunicação é explicada pela jornalista Cecília Carmo (2010:92) que refere que «é muito importante que jogadores e treinadores saibam o que dizer e como passar a mensagem a seguir a um jogo» (Carmo, 2010:92). Esta importância deve-se ao facto de poderem ser tirados dividendos daquilo que é publicado pela imprensa. «Clubes, jogadores, dirigentes e empresários podem ganhar com a divulgação de algumas notícias. Mesmo que não correspondam à verdade» (Sobral e Magalhães, 1999:57).

Face à necessidade de controlar o fluxo de informação que se pretende por parte dos clubes, e também pelo facto de um devido uso dos media poderem ser benéficos os clubes profissionalizaram-se enquanto fontes de informação: «Os dirigentes desportivos dos maiores clubes portugueses trabalham com gabinetes de imagem. Programam falas, definem estratégias, fazem passar informação» (Sobral e Magalhães, 1999:58).



### 3. METODOLOGIA

Expostos os pressupostos teóricos inerentes às particularidades do jornalismo desportivo, bem como o espaço de destaque ocupado pelo futebol nas sociedades, perceber o relacionamento entre estes dois campos foi uma das interrogações decorrentes do estágio realizado no Maisfutebol. Esta interrogação acresce quando levada em linha de conta a amplamente estudada relação entre jornalistas e fontes.

A juntar a estas interpelações acresce-se o facto de as fontes de informação se dotarem de novas valências na sua ação inerente à profissionalização desta área. Neste caso específico, os clubes através dos seus departamentos de comunicação.

Neste ponto serão explicitadas as opções metodológicas utilizadas no sentido de responder à questão de partida. Será identificada a problemática, assim como as técnicas de recolha e análise de dados. Isto, sabendo de antemão das múltiplas hipóteses possíveis para a realização desta investigação. Segundo Quivy «cada investigação é uma experiência única, que utiliza caminhos próprios cuja escolha está ligada a numerosos critérios, como sejam a interrogação de partida, a formação do investigador, os meios que dispõe ou o contexto institucional em que se inscreve o seu trabalho» (Quivy, 2008:120).

#### 3.1. PROBLEMÁTICA E HIPÓTESES

É neste ponto e neste cruzamento de informação sobre profissionalização das fontes, jornalismo desportivo e importância do futebol nas sociedades que se concentra a questão central e a problemática deste relatório de estágio/tese de Mestrado: Até que ponto a profissionalização das fontes de informação e a aposta cada vez maior dos clubes desportivos em departamentos de comunicação interfere na produção noticiosa e na rotina dos jornalistas?

Tratando-se de uma questão aberta, logo à partida exclui conclusões de carácter estatístico e quantitativo. A experiência do estágio tornou perceptível o efeito da ação das assessorias de imprensa dos principais clubes de futebol. Posto isto, formulo a seguinte hipótese:



Hipótese: A profissionalização dos clubes na área da comunicação alterou a forma de fazer jornalismo desportivo, num sentido limitador, causando mais dificuldades, obrigando-o a reinventar-se criando um jornalismo alternativo capaz de coexistir com os clubes profissionais.

### 3.2. SISTEMATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Operacionalizar o conceito (Quivy, 2008:122) da investigação é um dos primeiros passos para a operacionalização de uma correta opção metodológica: «Construir um conceito consiste primeiro em determinar as dimensões que o constituem, através das quais dá conta do real» (Quivy, 2008:122). Também para Guerra, o alvo de investigação, a que chama objecto (Guerra, 2006:36) é um dos processos fundamentais: «A construção do objecto em pesquisa qualitativa é frequentemente considerada um dos critérios fundamentais da sua originalidade» (Guerra, 2006:36).

Tendo em conta o quadro teórico traçado, importa sobretudo perceber sob o ponto de vista do jornalista os efeitos provocados pela profissionalização dos clubes desportivos na área da comunicação. Os dois conceitos a relacionar são a profissionalização das fontes no futebol, essencialmente os clubes, e o jornalismo desportivo. Assim, foi elaborado o seguinte quadro de sistematização das informações procuradas:

<b>Conceitos</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Profissionalização das fontes (clubes de futebol)</b>	Relação jornalista/fonte	- relacionamento com os principais clubes - contacto com as fontes de informação/clubes - acesso à área dos clubes
	Departamentos de Comunicação nos clubes desportivos	- função dos clubes enquanto fonte - clubes como promotores de eventos - canais próprios
<b>Jornalismo desportivo</b>	Efeitos no Jornalismo desportivo	- agenda jornalística - venda de jornais - conteúdos dos jornais
	Trabalho prático do jornalista	- movimentação do jornalista no meio que retrata - avaliação dos clubes ao trabalho jornalístico - reacção dos clubes aos conteúdos noticiosos - Uso do “off-record” ou “fontes anónimas”
	Interferência na produção noticiosa	- diferença antes e depois da profissionalização - diferença entre clubes mais ou menos profissionalizados



### 3.3. RECOLHA DE DADOS

O tipo de informação pretendida e referida no ponto anterior está dependente em primeira mão das pessoas com capacidade de decisão no jornalismo desportivo. Ou seja, «pessoas que pela sua posição, ação ou responsabilidades, têm um bom conhecimento do problema» (Quivy, 2008:71).

Para além de pessoas com conhecimento do problema, como se refere Quivy (2008), é igualmente importante a capacidade comunicativa dos entrevistados, capazes de transmitir a sua posição, e ao mesmo tempo representativa dos órgãos de comunicação desportivos: «A disponibilidade do entrevistado e a sua capacidade de verbalização são critérios considerados importantes; na medida em que se pretendem actores capazes de comunicar a “racionalidade” da sua posição e da sua “classe”» (Guerra, 2006:48).

Neste perfil encaixam os diretores dos principais órgãos de comunicação desportivos do país. Neste lote incluem-se os órgãos exclusivamente desportivos, sem qualquer tipo de laboração noutras áreas. Os jornais A Bola, Record, O Jogo e o jornal online Maisfutebol. Para além de ser o local de estágio, o Maisfutebol mesmo não pertencendo aos suportes tradicionais não tendo uma versão em papel, autointitula-se e autorreclama o estatuto de jornal. Estes quatro órgãos de comunicação constituem as maiores referências a nível informativo do desporto em Portugal.

Apenas no caso do jornal Record não foi possível entrevistar o diretor do jornal, Alexandre Pais, por motivos de agenda e disponibilidade, sendo indicado o diretor adjunto António Magalhães, normalmente talhado para este tipo de iniciativas. Dos restantes órgãos de comunicação, todos os diretores se dispuseram a abordar o tema.

Identificados os rostos que melhor correspondiam aos dados pretendidos, é igualmente importante a definição da técnica de recolha de dados, correspondente aos objectivos da investigação: «A escolha do instrumento de observação e a recolha dos dados devem inscrever-se no conjunto dos objectivos e do dispositivo metodológico da investigação» (Quivy, 2008:184).

Neste caso, a entrevista apresenta-se como o método de recolha de dados mais adequado. Para além de ser «considerada um instrumento de excelência da investigação social»



(Michel, 2005:42), as entrevistas «permitem ao investigador retirar (...) informações e elementos de reflexão muito ricos» (Quivy, 2008:192).

Em alguns casos o agendamento das entrevistas pretendidas revelou-se uma tarefa árdua. Por limitações de distância, os entrevistados estão radicados em Lisboa, à exceção do jornal O Jogo, as entrevistas foram realizados por vias alternativas, nomeadamente por telefone e no caso de A Bola por correio electrónico, solicitado pelo diretor. Imperativos de agenda dos entrevistados obrigaram a que o período de entrevistas tivesse que se estender num período de quase três meses. Nesse sentido, foram realizadas as seguintes entrevistas:

- **António Magalhães**, diretor adjunto do jornal Record realizada no dia 9 de Maio de 2012 via telefónica.
- **José Manuel Ribeiro**, diretor do jornal O Jogo no dia 14 de Maio de 2012 presencialmente na redação do Porto do referido órgão de comunicação.
- **Vítor Serpa**, diretor do jornal A Bola realizada no dia 24 de Maio de 2012 via correio electrónico.
- **Luís Sobral**, diretor do jornal online Maisfutebol realizada no dia 27 de Julho de 2012 via telefónica.

Foi utilizado o método de entrevista a que Bardin (2011) apelida de entrevista semidirecta. A autora (Bardin, 2011:89) considera este tipo de entrevistas «mais curtas e mais fáceis» e em que é possível obter do entrevistado «uma fala mais ou menos espontânea, com um discurso falado, que uma pessoa orchestra mais ou menos à sua vontade» (Bardin, 2011:89).

Quivy aponta várias vantagens a este tipo de entrevista semidirecta (Guião em anexo). Uma dessas vantagens é «a flexibilidade e a fraca directividade do dispositivo, que permite recolher os testemunhos e as interpretações dos interlocutores, respeitando os próprios quadros de referência - a sua linguagem e as suas categorias mentais» (Quivy, 2008:192).



### 3.4. ANÁLISE DOS DADOS

Não menos importante do que a recolha de dados, é o seu posterior tratamento e análise. Uma vez mais, a escolha do modelo de análise de dados depende de factores como o objectivo da pesquisa: «a escolha da técnica mais adequada para analisar o material recolhido depende dos objectivos e do estatuto da pesquisa» (Guerra, 2006:63).

Tal como a recolha de dados e restantes componentes da metodologia de investigação, também o tratamento e a análise dos dados está dependente de factores como o tipo de pesquisa a realizar: «O tratamento do conteúdo varia, pois, consideravelmente de pesquisa para pesquisa e de investigador para investigador» (Guerra, 2006:63).

Segundo a autora Laurence Bardin (2011:89), a análise de conteúdo é “indispensável” no tratamento de material qualitativo, tal como as entrevistas: «O recurso à análise de conteúdo, para tirar partido de um material dito «qualitativo», é indispensável: entrevistas de inquérito, de recrutamento, de psicoterapia... que fornecem um material verbal rico e complexo» (Bardin, 2011:89).

A análise de conteúdo será então o método de análise de dados utilizado na observação das entrevistas realizadas. Bardin (2011:33) classifica a análise de conteúdo como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações.” Numa definição mais completa a autora refere-se também à análise de conteúdo como «Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais subtis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a “discursos” extremamente diversificados» (Bardin, 2011:11).

Será feita uma análise categorial (Bardin, 2011:145), que se traduzirá numa “divisão das componentes das mensagens analisadas em rubricas ou categorias”, de acordo com os conceitos e variáveis identificados.



#### **4. ANÁLISE ÀS ENTREVISTAS REALIZADAS: Ponto de vista dos diretores dos jornais desportivos portugueses**

Realizadas as entrevistas de acordo com o guião estabelecido, analisar as referidas entrevistas em função dos conceitos e dimensões indicadas é o passo que se segue no sentido de discutir os dados recolhidos.

As entrevistas encontram-se transcritas na íntegra em anexo (ANEXOS 7,8,9 e 10), pelo que neste ponto será feita a discussão dos resultados tendo como base e como objectivo obter respostas para a pergunta de partida, testando a hipótese formulada: A profissionalização dos clubes na área da comunicação alterou a forma de fazer jornalismo desportivo, num sentido limitador, causando mais dificuldades, obrigando-o a reinventar-se criando um jornalismo alternativo capaz de coexistir com os clubes profissionais.

##### **4.1 RELAÇÃO CLUBE/JORNALISTA**

Os dois conceitos centrais desta pesquisa são o jornalismo desportivo e os clubes enquanto fontes de informação profissionalizadas. Uma primeira abordagem a estes dois conceitos prende-se com o relacionamento direto entre as duas partes.

Luís Sobral, diretor do jornal online Maisfutebol, classifica esse relacionamento como “normal, de procura da informação necessária para elaborar as notícias”; por sua vez Vítor Serpa, diretor de A Bola reporta-se a uma relação “institucional”, ressalvando, no entanto, um caso em que esse relacionamento não é possível, nomeadamente o FC Porto, por decisão da administração do clube. Nota-se uma preocupação em amenizar o relacionamento entre as partes, ficando a sensação de que existe uma ligação inegável de quem tem de se contactar no processo de produção noticiosa, sem no entanto admitir um relacionamento sólido e cooperante.

Num ponto, os entrevistados foram unânimes em admitir que há muitas recusas de entrevistas. António Magalhães, diretor adjunto do Record afirma isso mesmo complementando que “é cada vez mais difícil conseguir exclusivos e ter liberdade no contacto com as fontes”. Luís Sobral lembra que há pedidos de entrevistas que esperam por uma resposta semanas e até mesmo meses. O diretor do Maisfutebol diz que “nunca se compreende a escolha dos clubes”, por não se tratarem de “factores claros”. Opinião corroborada pelo diretor do jornal O Jogo José



Manuel Ribeiro, que diz que mais do que se profissionalizaram as fontes de informação foi criada “uma barreira entre jornalistas e fontes de informação”.

O mesmo acontece em relação ao acesso ao espaço físico dos clubes, nomeadamente tribuna/camarote de imprensa, zona mista, etc. Este tópico insere-se na discussão/investigação essencialmente devido à experiência adquirida durante o estágio. Várias experiências deram-me a percepção de que mesmo a nível de mobilidade os clubes tentam diminuir o espaço de ação dos jornalistas. Tal como no jogo dentro das quatro linhas, há casos em que o chão é delimitado aos jornalistas através de marcações e áreas restritas.

Vítor Serpa afirma que “o tempo é limitado e naturalmente aceite”, isto no que diz respeito à possibilidade de acesso aos treinos; Luís Sobral por sua vez afirma que “só se pode aceder quando os clubes permitem”. No entanto, ambos acabam por concordar que também neste aspecto os jornalistas saem a perder deste posicionamento dos clubes. José Manuel Ribeiro refere que este tipo de práticas tira aos jornalistas possibilidade de entenderem e estar por dentro das questões de treino dos clubes: “Praticamente não temos acessos nos locais de treinos dos clubes. Isso tira-nos conhecimento de causa”. O diretor do jornal O Jogo afirma que o período que hoje em dia é cedido aos jornalistas “jornalisticamente de pouco vale”.

Em suma, para além de classificarem como “normal” (Luís Sobral) e “institucional” (Vítor Serpa) a relação entre os jornalistas e os clubes, os rostos dos principais órgãos de comunicação desportiva do país admitem que não conseguem fugir ao facto de este relacionamento trazer muitas limitações aos jornais. António Magalhães refere que com esta postura e com este tipo de medidas adoptadas pelos departamentos de comunicação dos clubes “é cada vez mais difícil conseguir exclusivos”. Na questão do acesso aos treinos, mesmo a parte que é direccionada para os jornalistas tende em ir ao encontro da conveniência e ao interesse dos clubes. “Dão-nos 15 minutos para podermos ter fotografias com o logótipo dos patrocinadores” refere José Manuel Ribeiro. O diretor do jornal A Bola, Vítor Serpa, acerca deste tema, remata dizendo que “cada vez mais os media são colocados a maior distância dos clubes”.



## 4.2 DEPARTAMENTOS DE COMUNICAÇÃO

Perceber o funcionamento dos clubes e a ação dos seus departamentos de comunicação enquanto fontes de informação é outro dos aspectos abordados nas entrevistas realizadas. Apesar de não ter sido possível<sup>3</sup> obter informações junto dos clubes acerca do funcionamento e estrutura dos seus departamentos de comunicação, este ponto será complementado com informações recolhidas nos espaços de informação dos clubes, nomeadamente os sites oficiais.

Numa visão sobre a realidade comunicacional dos clubes enquanto fontes de informação, Vítor Serpa acredita que “os clubes tentam usar os media nas conveniências da sua comunicação”. Por sua vez Luís Sobral aponta o facto de os clubes se terem consciencializado da importância da comunicação: “creio que a comunicação é essencial e os clubes perceberam-no”.

Passando para uma análise mais específica, José Manuel Ribeiro atesta que “os clubes tentam tirar quaisquer vantagens aos jornalistas” e aponta como exemplo as conferências de imprensa. O diretor do jornal O Jogo defende que os clubes, nomeadamente os responsáveis pela sua comunicação, treinam os treinadores e estudam as perguntas que serão feitas.

Vítor Serpa reconhece esta postura e adianta que os clubes “tentam levar os repórteres a fazer as perguntas que lhes convém”. António Magalhães, diretor adjunto do jornal Record, acredita igualmente que a organização e reparação das conferências de imprensa são um dos pontos em que se nota o dedo da ação dos clubes na comunicação. “Nas conferências de imprensa, que é o único meio em que há algum tipo de liberdade, essa liberdade é muito limitada e controlada”. O diretor adjunto do Record fortalece a ideia adiantada por Vítor Serpa e

---

<sup>3</sup> Foi feita uma tentativa de obter informações e dados oficiais de alguns clubes no que ao seu departamento de comunicação diz respeito. Nomeadamente os clubes denominados como três grandes do futebol português, Benfica Porto e Sporting, e por forma a ter uma maior base de sustentação e acompanhamento no estágio, mais dois clubes de dimensão assinalável no contexto desportivo nacional, Braga e Vitória de Guimarães.

Dados com o número de pessoas que compõe os departamentos de comunicação dos respectivos clubes, as suas formações académicas e ainda os meios utilizados, conteúdos produzidos e função desempenhadas. Não passou de uma tentativa a intenção de obter estes dados, apesar de terem sido desenvolvidos vários esforços.

Aos contactos efectuados via e-mail para os endereços indicados pelos clubes nos seus sites oficiais seguiram-se múltiplas tentativas telefónicas, indicações de novos endereços electrónicos e até abordagens directas. Em apenas dois casos foi possível obter tais informações ao longo de vários meses de contactos.



vai mais longe afirmando que “os próprios clubes chegam a encomendar perguntas a órgãos de comunicação social que lhes são mais próximos”.

Se as conferências de imprensa são um dos aspectos em que se nota a interferências dos departamentos de comunicação, António Magalhães introduz mais um tema proporcionado pela ação da profissionalização dos clubes enquanto fonte. “Os clubes resguardam-se cada vez mais em dar notícias, para fazer chegar primeiro ao site e muitos até ao jornal que possuem”.

Está aqui implícita mais uma faceta do funcionamento dos clubes, na medida em que passam a chegar diretamente ao público passando a informação a estar disponível sem necessitar do trabalho jornalístico. António Magalhães explica que os clubes “criam os seus próprios canais para transmitir a mensagem que melhor lhes parece, de certa forma para vender o seu produto”. Luís Sobral recusa a ideia de que os clubes estão a desempenhar papéis pertencentes aos jornalistas, mas atesta a opinião anterior na medida em que os clubes estão a “utilizar canais diretos” para chegar ao seu público. A este nível, e para fortalecer esta ideia, todos os clubes profissionais que disputam o primeiro e segundo escalão do futebol nacional possuem um site na internet com informação atualizada. Para além da internet, onde os clubes estão fortemente implementados com uma postura ativa e desenvolvida na produção de conteúdos multimédia, clubes como os mencionados anteriormente (Benfica, Braga, Porto, Sporting e Vitória de Guimarães) chegam até aos seus adeptos através de um jornal próprio.

Estes clubes detêm também já uma forte implementação a nível audiovisual. O Benfica, a exemplo do que sucede com alguns clubes europeus possui um canal de televisão (Benfica TV). O Porto também tem investido nesta área, mesmo não tendo um canal próprio, comparticipa no Porto Canal transmitindo diversos conteúdos da responsabilidade do clube. Os outros clubes estão ainda em fase embrionária neste tipo de plataforma, embora se façam notar. O Sporting já anunciou o lançamento do seu próprio canal, enquanto que Braga e Vitória de Guimarães vão usando a internet para publicar conteúdos em formato de vídeo.

Facilmente se percebe que são vários os canais a que os clubes recorrem para transmitir informação. Desde as redes sociais, alertas por telemóvel, passando pelo tradicional jornal até à obrigatória página na internet. Isto vai ao encontro das palavras proferidas por António Magalhães e Luís Sobral quando dizem que os clubes estão a utilizar canais diretos para comunicar com o exterior.



Baseando-me no quadro teórico traçado anteriormente, Rogério Santos (1997:22) atribui às fontes de informação o papel de “promotores”; outro ponto em que se percebe a atuação dos clubes. Enquanto fontes, os clubes encaixam neste papel como referem Vítor Serpa e Luís Sobral que observam os clubes no sentido em que promovem um grande espetáculo desportivo e preparam os bastidores em dias de jogos.

Uma vez mais reportando-me à experiência do estágio a percepção desta faceta dos departamentos do clube é inegável. As declarações dos jogadores, normalmente a meio da semana, são feitas nas instalações dos clubes, em que os órgãos de comunicação são convocados sob a forma de convite. Apresentações de jogadores, conferências de imprensa, entre outros eventos realizados e promovidos pelos clubes direcionados para a comunicação social são exemplos em que os clubes encaixam no papel de “promotores” a que Rogério Santos (1997:22) se refere.

Finalizando, os departamentos de comunicação dos clubes desportivos, desempenham funções tão diversas como a preparação dos seus profissionais (treinadores, jogadores etc.) para o contacto com os jornalistas, promovendo ao mesmo tempo esse contacto (quando é do interesse do clube) com os jornalistas. Por outro lado, passam a comunicar diretamente com o exterior através de canais próprios diversificados e que apresentam vários tipos de conteúdos.

#### 4.3 EFEITOS NO JORNALISMO DESPORTIVO

Apontadas algumas das funções dos departamentos de comunicação, talvez um dos pontos mais importantes desta reflexão seja o de tomar o pulso aos efeitos práticos no jornalismo e no trabalho prático do dia-a-dia dos jornalistas desportivos da profissionalização dos clubes na área da comunicação.

Começando por um indicador adiantado no quadro teórico por Manuel Pinto (2000:281), a interferência na agenda dos jornalistas é uma das formas de os clubes ganharem terreno. “Salvo qualquer imprevisto noticioso, num dia normal um diretor de comunicação pró-ativo consegue facilmente interferir na rotina dos jornalistas e estabelecer uma agenda” refere o diretor adjunto do Record António Magalhães. Visão complementada por Luís Sobral que acrescenta a progressiva perda de meios das redações para deixar os jornais ainda mais reféns



da agenda dos clubes: “As fontes oficiais dominam a comunicação, é um facto. A perda crescente de meios nas redações torna mais difícil escapar da agenda programada pelas fontes oficiais”. Vítor Serpa não leva tão à letra este delimitar de agenda por parte dos clubes, assumindo-o como um factor natural em que os clubes têm o direito de “não aceitar a agenda dos jornalistas”.

Por parte do jornal O Jogo, o diretor José Manuel Ribeiro partilha a opinião de que definitivamente os jornalistas estão à mercê da agenda dos clubes e introduz outro dos indicadores identificados como avaliativos do efeito da profissionalização das fontes: “É óbvio que acabam sempre por nos condicionar, de alguma maneira. Os jornais têm essa noção e por isso temos que ir para além da agenda dos clubes, e ter matéria fora do âmbito deles”.

Com este discurso José Manuel Ribeiro fala dos conteúdos dos jornais e da necessidade de ir além daquilo que os clubes fornecem. Compreender se a profissionalização da comunicação nos clubes interfere nos conteúdos apresentados nos jornais foi um dos temas abordados nas entrevistas. O diretor do jornal O Jogo refere que “é mais difícil manter os jornais interessantes” e que os mesmos eram “mais interessantes quando os clubes eram abertos e podíamos falar com quem quiséssemos.”

Luís Sobral concorda que “é difícil fugir aos efeitos da profissionalização dos clubes nos conteúdos do Maisfutebol”. O diretor daquele jornal online atesta que para fazer face a essas dificuldades procuram conteúdos alternativos: “Procuramos contar histórias, valorizar o futebol internacional, os vídeos divertidos e os portugueses que jogam no estrangeiro”. Por parte do Record, António Magalhães admite que os conteúdos sofrem alterações, mas não de forma preponderante. “A nível de produção noticiosa, obrigatoriamente também interfere, mas não de forma tão vincada. É certo que cada vez mais é complicado obter exclusivos, mas com mais ou menos trabalho, as notícias acabam sempre por ser dadas”.

Apesar de a unanimidade ser quase conseguida neste ponto dos conteúdos produzidos como que se poderem considerar alternativos, Vítor Serpa do jornal A Bola não é da opinião que os departamentos de comunicação dos clubes têm interferência nos conteúdos publicados no jornal A Bola. Os diretores dos jornais não acreditam que a profissionalização e a interferência nos conteúdos produzidos tenha qualquer efeito nas vendas de jornais. A exceção é José Manuel Ribeiro. O diretor do jornal O Jogo segue o seu raciocínio dizendo que face ao facto de os



conteúdos produzidos serem “menos interessantes” antes da profissionalização das fontes “era mais fácil vender jornais”. Por sua vez Vítor Serpa, António Magalhães e Luís Sobral não encontram qualquer influência da profissionalização dos clubes na queda das vendas de jornais.

De acordo com a experiência adquirida no estágio, de facto é notório o trabalho dos clubes ao nível dos conteúdos dos jornais, neste caso no Maisfutebol, empresa onde realizei o estágio. Antever um jogo de futebol nos dias que correm é uma tarefa extremamente difícil. Por norma, os clubes promovem a conferência de imprensa do treinador e declarações de um jogador no início da semana; normalmente as declarações do jogador em questão, por se realizar no início da semana tendem em debruçar-se sobre o jogo passado e não o que está ainda para vir. Tirando isso, tem de se fazer uso da imaginação e fazer peças sobre jogos anteriores, contactar intervenientes de jogos antigos entre as mesmas equipas. Recorrer a fontes próximas dos jogadores, como familiares ou amigos, é uma constante. Num jogo da Taça de Portugal, onde normalmente jogam equipas de menor nomeada, é relativamente fácil falar com os jogadores, obter a perspectiva do presidente e ter vários pontos de vista do treinador.

As medidas e políticas adoptadas pelos departamentos de comunicação dos clubes, assinaladas no ponto anterior, dificultam o trabalho jornalístico e acentuam o conflito de interesses entre aqueles que são os objectivos dos clubes e os objectivos dos jornais, na medida em que os clubes tentam esconder notícias do interesse dos jornais em detrimento de notícias do seu próprio interesse.

António Magalhães, diretor adjunto do jornal Record, admite que “há um conflito de interesses e é cada vez mais difícil obter um exclusivo e obter notícias, embora o que procuramos passar para as páginas do Record não seja o mesmo que os responsáveis dos clubes gostam e querem pôr no site”. O diretor de O Jogo concorda e afirma que “há um conflito entre o interesse dos clubes e o interesse dos jornais. Haverá sempre porque no fundo, uma notícia é sempre algo que alguém não quer que saiba”. De resto, as opiniões dos quatro entrevistados coincidem em absoluto, Vítor Serpa de A Bola consideram que muitas vezes existe o referido conflito de interesses porque “uns querem mostrar o que outros querem esconder”, opinião idêntica à de Luís Sobral.

Resumindo, a profissionalização dos clubes na área da comunicação tem efeitos nos jornais desportivos a nível de agenda e nos conteúdos produzidos na medida a que obrigam os



jornais a procurar fontes alternativas às tradicionais acentuando o conflito de interesses entre jornais e clubes.

#### 4.4 EFEITOS PRÁTICOS PARA O JORNALISTA

Obviamente que estas implicações para o jornalismo desportivo trazem também implicações ao nível das rotinas dos jornalistas. “Temos que fazer um trabalho muito mais cirúrgico do que o que fazíamos antes, face à abertura que também havia” é o mote dado por José Manuel Ribeiro acerca deste tema.

No meio deste “trabalho cirúrgico” os jornalistas têm os clubes, através do seu departamento de comunicação, como observadores interessados no trabalho produzido. Os clubes estão atentos aos desenvolvimentos da comunicação social e às notícias publicadas pelo que a resposta é unânime por parte dos entrevistados. Os jornais sentem-se avaliados pelos clubes, até porque os clubes demonstram esse tipo de ação. “Muitas vezes ligam poucos minutos depois das notícias estarem online” confirma o diretor do Maisfutebol Luís Sobral. Sem se alongar Vítor Serpa também confirma esta situação enquanto que António Magalhães certifica este cenário afirmando que o jornal Record também recebe “telefonemas a demonstrar o desacordo com as notícias publicadas”. O director adjunto daquele jornal admite que este seguimento ao trabalho dos jornais acontece “diariamente”. José Manuel Ribeiro, diretor do jornal O Jogo, afirma que “é notório que avaliam e acompanham o nosso trabalho”, complementando o seu raciocínio dizendo que “uma boa parte do departamento dos clubes é criar um sentimento de culpa, um sentimento de dívida nos órgãos de comunicação social”.

Uma vez mais socorrendo-me da experiência do estágio, tive oportunidade de presenciar uma situação que se insere no âmbito das descritas. Depois de uma declaração prestada por um jogador num evento promovido pelo seu clube e nas suas instalações foi feita a notícia das respectivas declarações. Ao longo das declarações aos jornalistas o jogador referiu várias vezes que caso existisse alguma proposta queria sair do clube. Tais palavras mereceram destaque de título e foram mesmo à capa do Maisfutebol, ou seja, durante algumas horas foi a notícia principal do jornal online.



Poucas minutos depois da notícia ser publicada, sensivelmente meia hora, o editor de serviço trocou vários telefonemas com um dos responsáveis pela comunicação do clube em causa. Numa primeira instância o clube alegava que as palavras do jogador estavam deturpadas na notícia visto que não tinha proferido tais declarações. O editor, em Lisboa, contactou o jornalista da redação do Porto responsável pela notícia para se inteirar da situação. Responsável máximo pela redação, o editor voltou a contactar o clube afirmando que as declarações estavam corretamente transcritas e publicadas de acordo com a gravação áudio da declaração do jogador. A estrutura comunicativa do clube tentou persuadir o Maisfutebol, sem sucesso, a alterar a notícia alegando que o jogador não queria ter dito exatamente aquilo que disse.

Para além do acompanhamento feito ao trabalho dos jornais, os clubes vão mais longe e não se ficam com os telefonemas a dar conta da sua satisfação usando, por vezes, de outros argumentos e atitudes por forma a tentar impor os objectivos da sua comunicação.

Retaliação devido a notícias publicadas é algo que os entrevistados confirmam. “Sentimos retaliações por parte dos clubes” diz António Magalhães complementando a sua ideia dando como exemplo o “barramento de acesso a conferências de imprensa”. Da parte do Maisfutebol o diretor Luís Sobral atesta este panorama recordando: “Já estivemos proibidos de entrar em conferências de imprensa e treinos”. José Manuel Ribeiro não vai tão longe mas ainda assim confirma pressões “muito frequentes de todos os lados de todas as maneiras”. Uma vez mais sem se alongar o diretor do jornal A Bola responde afirmativamente quando questionado sobre esta questão e sobre este tipo de ocorrências.

Como já foi referido, José Manuel Ribeiro acredita que com a profissionalização dos clubes enquanto fonte de informação, o trabalho dos jornalistas tem de ser “muito mais cirúrgico”. No dia-a-dia e no quotidiano de um jornalista desportivo a sua ação junto dos clubes é obrigatoriamente mais pensada e ponderada. Um dos indicadores apontados a este tipo de movimentação dos jornalistas no meio que retratam é o recurso a mecanismos como o “off the record” ou o anonimato das fontes.

Luís Sobral e Vítor Serpa não concordam que os jornalistas estejam mais sujeitos a este tipo de jornalismo pelo facto dos clubes profissionalizarem a sua comunicação. Luís Sobral diz que sempre existiram esses mecanismos não vendo qualquer alteração do seu uso relacionado com a profissionalização dos clubes, enquanto que Vítor Serpa considera “impublicável” aquilo



que é considerado “off the record”, não escondendo, no entanto, que a informação é “um bem preciso dos jornalistas”. Por sua vez os diretores do Record e de O Jogo são da opinião que estes recursos se tornam uma inevitabilidade face à postura dos clubes. “É natural que, com os clubes fechados ao exterior se use o anonimato das fontes”, diz o diretor adjunto do jornal Record António Magalhães explicando o seu ponto de vista: “os próprios responsáveis pela comunicação dos clubes passam e transmitem informação, mas não se assumem como fonte nem querem ser identificados.” O ponto de vista de José Manuel Ribeiro, do jornal O Jogo, é em tudo semelhante. A dificuldade em obter confirmações oficiais impulsiona este tipo de recursos. “Há uma grande dificuldade, que é obter confirmações oficiais. Há sempre um combate, e por isso é óbvio que somos obrigados a este tipo de recursos.”

Concluindo a análise desta variável, uma declaração de José Manuel Ribeiro é elucidativa do que foi sendo dito. O jornalista e diretor do jornal O Jogo compara o trabalho do jornalista com uma “corrida de obstáculos”. A movimentação do jornalista no meio que retrata e no seu relacionamento com as fontes de informação, ou seja os clubes, é para o diretor de O Jogo “quase uma corrida de obstáculos em que é extraordinariamente difícil, às vezes, ser rigorosos mesmo com pessoas em que confiamos muitíssimo”, nomeadamente quando “nem nas fontes oficiais se pode confiar”.

#### 4.5 INTERFERÊNCIA NA PRODUÇÃO NOTICIOSA

Como última variável de sustentação e de análise ao efeito da profissionalização dos clubes de futebol enquanto fontes de informação, questiona-se os principais rostos dos órgãos de comunicação social desportivos quanto às interferências dos departamentos de comunicação na produção noticiosa. Que diferenças se notam entre a forma de fazer jornalismo desportivo há vinte anos atrás e aquilo que se passa nos dias de hoje no ponto de vista do relacionamento com as fontes de informação, e igualmente que diferenças se notam atualmente entre clubes mais e menos profissionalizados são os principais indicadores desta interferência na produção noticiosa.

Sem reservas, os quatro entrevistados não têm dúvidas em confirmar as diferenças antes e depois da profissionalização, apontando essas diferenças como empobrecedoras para o jornalismo. Começando por Vítor Serpa, o diretor do jornal A Bola relembra a história que mudou



a forma de os clubes comunicarem com os jornalistas: “A mudança na maneira como os jornalistas se relacionam com os clubes, a grande transformação, aconteceu após o «caso Saltillo» em 1986. Foi a última vez que os jornalistas ficaram no mesmo Hotel da Seleção nacional”. Vítor Serpa aborda as diferenças afirmando que “antes era normal os jornalistas conviverem diariamente com dirigentes, técnicos e jogadores, partilhar os mesmos autocarros para os estádios e para os hotéis que também eram comuns”.

Luís Sobral é claro a considerar mais “pobre” a informação jornalística com a profissionalização: “A informação desportiva é hoje muito mais pobre do que há 15, 20 anos. Isso deve-se à dificuldade em conseguir ângulos diferentes”.

Na mesma linha de raciocínio o director adjunto do Record, António Magalhães, confirma a maior facilidade na obtenção de conteúdos antes da profissionalização dos clubes: “Eram muito mais simples obter conteúdos e estar perto dos intervenientes. Já havia treinos à porta fechada (...), mas havia uma grande facilidade em chegar aos treinadores e jogadores”.

José Manuel Ribeiro concorda com as alterações, mas acrescenta que as mesmas se fazem notar também nos clubes devido ao aumento do volume de informação. O director do jornal O Jogo acredita que as alterações se devem essencialmente ao desenvolvimento dos órgãos de comunicação e dos clubes: “Para todos os protagonistas é muito diferente. Era desnecessária uma intermediação, ou seja, era desnecessária a figura do assessor de imprensa e também não havia um grande volume de informação para controlar por parte dos clubes.”

Obviamente que a experiência decorrente do estágio não me permite estar a par desta realidade. Mas, proporcionou-me a percepção de outra diferença com e sem profissionalização vincada dos departamentos de comunicação dos clubes. Durante o estágio tive oportunidade de contactar com clubes com preocupações diferentes a nível de comunicação. Essa diferença faz-se sentir, e apesar de já praticamente todos os clubes terem um director de comunicação é notória a distinção.

José Manuel Ribeiro é da opinião que a diferença entre os clubes mais e menos profissionalizados continua a ser sentida, apesar de o impulso de copiar aquilo que os grandes clubes fazem leve a que já todos tenham figuras encarregues de gerir a comunicação dos clubes: “Há diferenças entre todos os clubes; há um impulso de copiar aquilo que imaginam que se faz nos grandes e já quase todos têm um director de comunicação”. Luís Sobral concorda, em



parte, com a visão de José Manuel Ribeiro. O diretor do Maisfutebol vê os clubes em igual patamar comunicacional, destacando a Federação Portuguesa de Futebol e Liga Portuguesa de Futebol Profissional como fontes interessadas na comunicação com os media: “De uma forma geral todos os clubes funcionam da mesma maneira. A diferença tem existido na federação e na Liga onde, de uma forma geral, existe uma melhor capacidade para entender o papel do jornalista”.

Em contraponto, Vítor Serpa é da opinião que se sente a diferença entre clubes mais ou menos profissionalizados na área da comunicação. O diretor do jornal A Bola garante que “se sente muito a diferença”. Vítor Serpa conclui que “os melhores clubes, mais estruturados são os mais avançados na comunicação”.

António Magalhães, diretor adjunto do Record, compartilha da mesma opinião de Vítor Serpa e classifica como “muito mais simplificada” a tarefa dos jornalistas no relacionamento com os clubes menos profissionalizados a nível da comunicação. António Magalhães dá exemplos de clubes mais e menos profissionalizados: “É notória a diferença entre alguns clubes em Portugal. O Benfica, Sporting e Porto têm já estruturas muito profissionais. Depois temos outros clubes como a Académica, o Vitória de Setúbal e outros em que já há a preocupação em desempenhar esse papel com assessores que fazem a ponte entre jornalistas e clube”.

O diretor adjunto do jornal Record conclui o seu raciocínio atestando que é mais “simples” e mais “simpático” o trabalho jornalístico junto dos clubes cuja comunicação é menos desenvolvida: “É inegável que a tarefa junto desses clubes sai muito mais simplificada e torna-se mais simpático o trabalho”.

De um modo geral, os quatro entrevistados estão de acordo e reconhecem que há diferenças na produção noticiosa fruto da profissionalização dos clubes enquanto fontes de informação, e que não se notavam numa fase posterior a esta preocupação dos clubes com a comunicação. Depois do “caso Saltillo”, segundo Vítor Serpa, alterou-se a forma dos jornalistas se relacionarem com a seleção e também com os clubes. Por outro lado, as dificuldades no contacto com os clubes menos profissionalizados acarretam menos contratempos e dificuldades para os jornalistas, num claro indicador de que a profissionalização das fontes interfere na produção noticiosa.



#### 4.6 SÍNTESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS

As entrevistas realizadas traduzem-se num importantíssimo contributo para a análise e para a percepção da temática em questão. Ainda que, em alguns casos, se note que os diretores dos jornais desportivos estavam a usar de um discurso politicamente correto, respondendo com enorme cordialidade às questões, sem embarcar em polémicas e evitando “pôr o dedo na ferida”.

Mesmo assim, percebe-se que clubes e jornais não são os parceiros de outrora. Aqueles que foram peça fundamental na ascensão mútua, clubes desportivos e órgãos de comunicação, já não o são e limitam-se a ter um relacionamento formal e estritamente profissional. Este contacto limitado faz-se notar essencialmente nas dificuldades acentuadas em conseguir entrevistas junto dos principais intervenientes do jogo. Não quero com isto dizer que clubes e jornalistas tenham que ser parceiros na verdadeira ascensão da palavra, até porque a proximidade excessiva junto das fontes acarretava outro tipo de problemas aos jornalistas.

O conflito de interesses inerente ao relacionamento entre clubes e jornalistas depois da criação de departamentos de comunicação nos clubes faz-se sentir essencialmente porque “uns querem mostrar o que os outros querem esconder”, como refere o diretor do jornal A Bola Vítor Serpa. No meio deste conflito, os jornais e os órgãos de comunicação deixaram de ser o veículo principal para a comunicação entre o clube e os adeptos. A criação de canais próprios é elucidativa das preocupações comunicacionais dos clubes.

Com estas funcionalidades adoptadas pelos clubes, as quais se junta a de promotor de eventos, na medida em que organizam e planificam ações direcionadas para os media no sentido de que a sua conveniência seja retratada pelos órgãos de comunicação social, obviamente que o trabalho do jornalista acaba por se ressentir.

Indicadores como a agenda, que passa a ser dominada quase que exclusivamente pelos jornalistas, e os próprios conteúdos produzidos passam a ter interferência direta dos clubes. É errado dizer-se que os conteúdos dos jornais dependem dos clubes, até porque aquilo que os clubes gostariam de ver nos jornais normalmente não é o que as audiências procuram saber; mas, ainda assim, a atuação dos clubes leva a que se consigam menos ângulos noticiosos.



O trabalho dos jornalistas desportivos torna-se mais complicado com a profissionalização das fontes de informação. Tal como José Manuel Ribeiro referiu na entrevista, “jamais o jornalista se pode queixar das fontes, que não dão notícias”. Contudo, a dificuldade é maior na obtenção de confirmações oficiais; e para além de disponibilizar a informação que vai de encontro aos interesses da sua comunicação, os clubes passaram a atuar no sentido de bloquear possíveis novas fontes. O diretor do jornal O Jogo afirma que o trabalho tem de ser feito de forma “cirúrgica” para manter o interesse dos conteúdos publicados e ao mesmo tempo não chocar de frente com o interesse dos clubes perdendo por completo o relacionamento com aquela fonte. Isto porque, tal como foi abordado anteriormente, os clubes passaram a ser avaliadores constantes do trabalho dos jornalistas. Avaliação que por vezes se torna repressiva sobre os profissionais da comunicação.

Como ponto final no sentido de perceber a interferência da profissionalização dos clubes a nível comunicacional na produção noticiosa questiona-se sobre as diferenças naqueles que se podem considerar como clubes mais desenvolvidos a nível comunicacional e clubes menos presentes na área da comunicação. As opiniões dos principais rostos dos órgãos de comunicação social desportivos são unânimes ao admitirem que o trabalho dos jornalistas era mais simples e fácil antes dos clubes adoptarem estas estratégias comunicacionais. Por outro lado, analisando e comparando os clubes altamente profissionalizados e aqueles cuja profissionalização não se faz sentir de forma tão vincada, os jornalistas entrevistados afirmam que as diferenças são notórias.



## CONCLUSÃO

Os três meses de estágio integrado na redação do Porto do jornal online Maisfutebol constituíram um importante passo na minha formação académica e profissional. O contacto com as fontes foi o principal aspecto retido da experiência, onde passei para a realidade aquilo que foi abordado na teoria das salas de aula.

A percepção de que, restringindo-me ao campo futebolístico, as fontes de informação assumem um papel muito ativo no processo de produção noticiosa foi um dos atrativos maiores do estágio. É nesta temática que se centra a questão de investigação deste relatório de estágio: Perceber até que ponto a profissionalização das fontes de informação e a aposta cada vez maior dos clubes desportivos em departamentos de comunicação interfere na produção noticiosa e na rotina dos jornalistas.

Foi elaborado um quadro teórico sobre o tema, onde foi abordado o estatuto do desporto e do futebol nas sociedades atuais como elemento impulsionador do crescimento do jornalismo e do aparecimento do jornalismo desportivo. Em sentido inverso, a construção de uma narrativa desportiva própria proporcionou a expansão e o desenvolvimento do desporto. Neste contexto foi explicitada e abordada a relação entre jornalistas e fontes de informação, levando em linha de conta as particularidades do jornalismo desportivo. O quadro teórico tem como último ponto a abordagem à profissionalização das fontes.

Por forma a obter respostas para a questão de partida foram realizadas entrevistas aos principais rostos dos órgãos de comunicação social desportivos do nosso país, entrevistas elaboradas de acordo com os conceitos e variáveis traçados no quadro teórico.

A análise realizada às entrevistas e às palavras dos diretores dos jornais desportivos portugueses permite atestar a hipótese formulada, nomeadamente concluir que a profissionalização dos clubes na área da comunicação alterou a forma de fazer jornalismo desportivo, num sentido limitador, causando mais dificuldades aos jornalistas, obrigando-o a reinventar-se e a criar um jornalismo alternativo capaz de coexistir com os clubes profissionais.

Estas conclusões baseiam-se nos testemunhos dos diretores dos jornais A Bola, O Jogo e Maisfutebol e ainda o diretor-adjunto do jornal Record, juntamente com a experiência do estágio e as indicações do referencial teórico.



É legítimo falar-se num jornalismo desportivo pré-profissionalização das fontes e pós-profissionalização das fontes de informação. Os clubes que se apetrecharam na área da comunicação e do relacionamento com os media impondo regras no até então desorganizado contacto entre os intervenientes do jogo e os jornalistas.

Do referencial teórico traçado chega-nos a percepção de que os media e o futebol foram reciprocamente preponderantes na sua implementação. O futebol beneficiou do acompanhamento dos órgãos de comunicação social para se expandir e para assumir o papel de destaque que detêm na sociedade. Por sua vez, os media aproveitaram o consumo futebolístico para fazer circular informação e captar audiências.

A emergência de uma narrativa desportiva assente na especialização da imprensa traduziu-se numa grande produção de conteúdos noticiosos de carácter desportivo e na necessidade de os clubes intermediarem a relação entre os seus profissionais e os jornalistas. Esta intermediação do relacionamento entre os jornalistas e as fontes, especialmente delicado no caso do futebol, resulta na criação de departamentos de comunicação e assessorias de imprensa nos clubes desportivos.

O objectivo geral deste trabalho converge essencialmente neste ponto. As fontes de informação distanciaram-se e criaram uma barreira para os jornalistas. A recusa regular de entrevistas e de acesso direto aos protagonistas do jogo contrapõe com eventos promovidos pelos clubes, de acordo com os seus interesses e tendo em vista as conveniências da sua comunicação.

O trabalho dos jornalistas no acompanhamento diário aos clubes de futebol é feito de forma cirúrgica, sabendo que os seus passos são observados e passíveis de ser censurados pelas estruturas comunicativas das suas fontes. Fontes essas que passam a usar canais próprios para comunicar e passar a sua mensagem obrigando os jornais a desenvolver novos conteúdos. Aliás, a este nível, os conteúdos dos jornais desportivos revestem-se de uma menor riqueza e menor interesse. Daí a necessidade de procurar fontes alternativas e valorizar outro tipo de conteúdos de acessibilidade facilitada. O exemplo do estágio no Maisfutebol permite ter a noção que para ultrapassar as imposições dos departamentos de comunicação dos clubes portugueses é dado ênfase aos jogadores que atuam no estrangeiro e normalmente não têm



constrangimentos de comunicação para o seu país, e por outro lado é comum recorrer-se a familiares de treinadores e jogadores para no sentido de colmatar as restrições impostas.

A agenda jornalística passa a ser dominada quase que em exclusivo pelos clubes, na medida em que promovem às ações comunicacionais indo de encontro aquilo que são as suas pretensões. Chegando mesmo a convocar conferências de imprensa anunciando apenas que um jogador, sem especificar qual, prestará declarações. Desta forma é limitado o campo de ação dos jornalistas, dificultando a preparação e a abordagem da conferência de imprensa por forma a proporcionar maior fluidez no discurso traçado pelo clube para as declarações do seu profissional.

Em suma, o jogo disputado entre os jornalistas desportivos e os clubes é desenrolado em contornos desiguais, com clara supremacia para os clubes. De tal forma que, no decorrer do estágio, por vezes senti um estigma de ilegalidade no desempenho das minhas funções. Estas desigualdades trazem novos desafios ao jornalismo no campo desportivo.

O diretor do jornal A Bola, Vítor Serpa, classifica este conflito como uma “inevitabilidade” enquanto que Luís Sobral ressalva que já “faz parte” do quotidiano do jornalismo desportivo. António Magalhães, diretor adjunto do Record afirma que é “impossível fugir a este tipo de situação” na medida em que “no papel de fonte os clubes sentem-se com legitimidade para estas práticas, enquanto que os jornais não podem deixar de acompanhar os clubes”. José Manuel Ribeiro, diretor do jornal O Jogo diz que este conflito existe porque os jornais querem dar as notícias que os clubes querem impedir que sejam notícia. José Manuel Ribeiro remata este tema afirmando que “uma fonte quando dá alguma coisa é sempre por interesse. O melhor jornalista é aquele que sai a ganhar da sua relação com a fonte”.

Obviamente que o trabalho realizado não se trata de um modelo de análise único e as suas conclusões apresentam limitações. Aliás, como já foi explicitado anteriormente, cada investigação segue os seus próprios caminhos dependendo de múltiplos factores. Por se tratar de um relatório de estágio foi tida em conta a experiência de estágio e as sensações do período em que fiz parte integrante da equipa do Maisfutebol. Os dados recolhidos restringiram-se à opinião dos diretores dos órgãos dos jornais desportivos. Dados qualitativos que, de certa forma, podem estar condicionados pelo cargo ocupado pelos entrevistados na medida em que são figuras centrais do jornalismo desportivo.



Numa futura investigação sobre o tema, a realização de uma tipologia de fontes dos jornais desportivos e posterior análise da proveniência das notícias num determinado período de tempo poderá ser um auxílio na compreensão da influência dos clubes nos conteúdos produzidos. Por outro lado, avaliar a atuação dos clubes no que diz respeito a dados como notícias publicadas nos seus veículos de comunicação, eventos promovidos especialmente para os media e “press releases” enviados para as redações poderá ser outro elemento de análise a ter em conta. Comparar os arquivos de jornais desportivos com jornais atuais é outro dos elementos que poderá ser tido em conta.



## **BIBLIOGRAFIA**

- Barbeiro, Heródoto (2006). Manual do jornalismo esportivo. São Paulo: Editora Contexto.
- Bardin, Laurence (2011). Análise de Conteúdo – 5ª Edição. Coimbra: Edições 70
- Carmo, Cecília (2010). A solidão de um trinador. Lisboa: Esfera dos livros – Coleção Actualidade.
- Chaparro, Manuel Carlos (2001). Linguagem dos conflitos. Coimbra: Coleção Comunicação, Minerva.
- Coelho, João Nuno (2001). Portugal – A equipa de todos nós: Nacionalismo, Futebol e Media. Porto: Edições Afrontamento.
- Fidalgo, Joaquim (2008). Jornalista em Construção. Porto: Porto Editora.
- Guerra, Isabel Carvalho (2006). Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo – Sentidos e formas de uso. Cascais: Príncipia.
- Lage, Nilson (2000). Relacionamento do repórter com as fontes: procedimento e teoria. Porto Alegre: Compós
- Manha, João Querido (2011). Guia do Futebol Total – Grandes clubes e estádios. Lisboa: Atlântico Press
- Marinho, Sandra (2000). O valor da confiança nas relações entre jornalistas e fontes de informação. Braga: Centro de Ciências Históricas e Sociais da Universidade do Minho, Vol. 14, p. 351-356
- Michel, Maria Helena (2005). Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais. São Paulo: Atlas.
- Neves, José e Domingos Nuno (2011). Uma história do desporto em Portugal – Vol. I - Corpo, espaço e média. Vila do Conde: Quidnovi.
- Pinto, Manuel (2000). Fontes Jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo in Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), 277-294



Quiivy, Raymond (2008). Manual de Investigação em Ciências Sociais – 5ª Edição. Lisboa: Coleção Trajectos, Gravida.

Radnedge, Keir (2010). Recordes do futebol mundial 2010. Londres: Carlton Books Limited

Ribeiro, Vasco (2007). Fontes sofisticadas de informação – Análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1995 a 2005 in Comunicação e Cidadania – Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Braga: Centro de Estudos Comunicação e Sociedade, p.968-980

Santos, Rogério (1997). A negociação entre jornalistas e fontes. Coimbra: Minerva.

Santos, Rogério (2006). A fonte não quis revelar – um estudo sobre a produção de notícias. Porto: Campo das Letras.

Simões, António (1995). A BOLA - História de 50 anos do desporto português. Lisboa: Mirandela SA

Sobral, Luís e Magalhães, Pedro (1999). Introdução ao Jornalismo Desportivo. Lisboa: Cenjor/CNID.

Sponholz, Liriam (2003). Objectividade em jornalismo: uma perspectiva da teoria do conhecimento in Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, 110-120. Porto Alegre: Editora EdIPUCRS.

Tavares, Frederico (2009). O jornalismo especializado e a especialização periodística in Estudos e Comunicação 5, Laboratório de Comunicação e Conteúdos On Line, 114-133.



# ANEXOS



## ANEXO 1 – Primeira notícia publicada

# P. Ferreira: William não festeja se marcar ao V. Guimarães

Avançado está ligado por contrato aos minhotos

Por **Redação**, BF 2011-11-02 14:06h

PUB

O avançado do Paços de Ferreira William reencontra esta sexta-feira o V. Guimarães, clube com o qual ainda tem contrato. O brasileiro admite a sensação estranha de defrontar aquele que é o seu clube, e não vai festejar caso marque golo.

«Se voltar a marcar, pelo carinho para com os adeptos do Guimarães e pelo respeito deles para comigo, não irei festejar», afirmou, citado pela Lusa.

A situação até nem será propriamente nova. Ao serviço do Vitória de Setúbal, igualmente por empréstimo do V. Guimarães, William gelou o D. Afonso Henriques e apontou o golo que valeu o empate dos sadinos.

Satisfeito com o momento que atravessa, William está ainda a adquirir a forma física ideal facto que não o impede de lutar pelo seu espaço na equipa de Luís Miguel. O avançado refere que a concorrência com Michel é «muito boa» e tem vindo a «trabalhar firme para jogar».

Aos 29 anos, ainda não teve oportunidade de marcar com a camisola do V. Guimarães, mas garante estar focado em ajudar o Paços de Ferreira: «Mesmo respeitando o Vitória, jogamos em casa e vamos jogar para somar os três pontos.»

O Paços recebe esta sexta-feira o V. Guimarães na Mata Real, para a 10ª jornada da Liga. Com sete pontos cada, os dois emblemas lutam pela fuga aos últimos lugares.



### Sabe se já tem Fibra?

Verifique aqui a cobertura da sua casa.  
[www.meo.pt](http://www.meo.pt)

### Unibet

Costuma ter bons palpites?  
Experimente sem qualquer risco  
[unibet.com](http://unibet.com)

Anúncios

### ÚLTIMAS PB- VITÓRIA DE GUIMARAES

- **Liga: a frase da jornada 23**
- **Liga: o momento da jornada 23**
- **Liga: a figura da jornada 23**



### ÚLTIMAS +LIDAS +C

- 11:07 Carlos Sousa confir com a Great Wall
- 10:46 «Calamity» James vi
- 10:37 Portugueses invade espera do Mundial
- 09:48 WRC Fafe Rallye Sp Zonas Espetáculo
- 09:47 Saná: rescisão com
- 09:36 Clássico: nem Jorge Pereira

### NA PRIMEIRA

«Bloqueios? Nós?»  
Vitor Pereira diz que Benfica ganhou clássico por irregularidades nas bolas paradas. Jesus

**ANEXO 2** – Jogos realizados

<b>Jogo</b>	<b>Data</b>	<b>Competição</b>	<b>Trabalho</b>	<b>Número de peças</b>	<b>Jornalistas</b>
Porto - Braga	27-Nov	Liga ZON Sagres	Destaques Zona Mista	4	Sérgio Pereira
Braga - Birmingham	30-Nov	Liga Europa	Destaques Zona Mista	7	Pedro Jorge da Cunha
Moreirense - Torreense	01-Dez	Taça de Portugal	Ao minuto Crónica Treinadores Foto	4	Sem acompanhamento
D. Aves - Ribeira Brava	04-Dez	Taça de Portugal	Ao minuto Crónica Treinadores Foto	3	Sem acompanhamento
Rio Ave - Gil Vicente	11-Dez	Liga ZON Sagres	Estatísticas Zona Mista	2	João Tiago Figueiredo
Vitória - Gil Vicente	11-Dez	Liga ZON Sagres	Ao minuto Crónica Destaques Treinadores Zona Mista	5	Sem acompanhamento
Feirense - Leiria	18-Dez	Liga ZON Sagres	Estatísticas Zona Mista	2	Vitor Hugo Alvarenga (orientador)
Gil Vicente - Nacional	08-Jan	Liga ZON Sagres	Estatísticas Zona Mista	1	João Tiago Figueiredo
Porto - Rio Ave	15-Jan	Liga ZON Sagres	Destaques Zona Mista	3	Pedro Jorge da Cunha
Paços Ferreira - Setúbal	18-Jan	Taça da Liga	Ao minuto Crónica Treinadores Zona Mista	5	Sem acompanhamento
Rio Ave - Académica	29-Jan	Liga ZON Sagres	Crónica Destaques Treinadores Zonas Mista	6	Sem acompanhamento



Também na **TVZ4** à 6ª feira, 22:30 horas.

# MAISFUTEBOL

[ÚLTIMAS](#) | [AO VIVO](#) | [LIVESCORE](#) | [MADE IN](#) | [INCRÍVEL](#) | [VIDEOS](#) | [FOTOS](#) | [EURO2012](#) | [E-GOLO](#) | [E-QUIZ](#) | [APLICAÇÕES](#) | [FOTOS DO DIA](#) | [PESQUISAR](#) | [CORREIO](#) | [RSS](#)

[LIGA](#) | [+ COMPETIÇÕES](#) | [INTERNACIONAL](#) | [LIGA DOS CAMPEÕES](#) | [LIGA EUROPA](#) | [SELEÇÃO](#) | [TRANSFÉRENCIAS](#) | [+ DESPORTOS](#)

[Notícias](#) | [Marcadores](#) | [Jogadores](#) | [Jogos](#)

[Facebook](#) | [Twitter](#)

---

## Conheça as melhores ofertas na sua cidade

### Vieirinha

O estreado que a Grécia quis desviar. Jogador estava quase a desistir da equipa das quinas, revela o pal.

PUS Planeo.pt. Ofertas de lazer, beleza, viagens e muito mais até 90% de desconto!

**EM DESTAQUE**

### WOZNIAK

Reportagens

Wozniak ao Maisfutebol: «Suceder ao Baia era impossível»

- A glória em 1995, a prisão em 2008

**Morreu Preciado**

Mourinho: «A minha memória de Preciado será permanente»

- Castro: «Ficará sempre guardado no coração»

**Humberto Coelho esclarece**

«O português não gasta um cêntimo com a Seleção»

- Nani sem limitações

**Eduardo**

«Sentimo-nos honestos no que fazemos»

**EM IMAGEM**

Febre do Euro está aí!

26 fotos

Há um elefante a marcar golos na baliza de Portugal, gançarmos no treino de Espanha, Angela Merkel a jantar com a seleção da Alemanha. E muito mais

**APROVEITA**

ACUMULA PONTOS E PRÉMIOS

betfair

Regista-te >>

**DIJOZE**

A TÁTICA É SUA.

ENTRE EM JOGO

MUNDO COMISS. 79 vezes internacional por Portugal

**CONFIANÇA**

ENTRE EM JOGO

MUNDO COMISS. 79 vezes internacional por Portugal

**INFORMAÇÃO AO MINUTO**

15:25 Seleção: pouco foi feito para evitar as críticas

15:14 Inglaterra: Deífoe deixa concentração por morte do pai

14:45 NBA: Okamoto bate San Antonio

Registo de jogos

Leitura social



## **ANEXO 4** – Comunicação com Nicholas Kobaidze, Ucrânia

Предпосылки зарождения футдаблбола

Добрый день!

Меня зовут Николай Кобаидзе.

Я являюсь автором футдаблбола и вице-президентом Киевской Ассоциации «Футдаблбол – новая эра» (КАФД).

Для того, чтобы оценить состояние футбола в Украине необходимо первоначально рассмотреть объективные причины, по которым сегодня это состояние улучшить невозможно и не ждать, что эти причины исчезнут сами по себе. С учетом выше сказанного – у нас футбол даже очень интересный. Назову основные:

1. Экономическое состояние страны – это первопричина.

Очень мало средств выделяется государством на развитие футбола.

Нет достаточного количества качественных полей, стадионов, спортзалов.

Нет достаточного количества детских футбольных школ в густонаселенных городах.

Нет высокообразованного, а следовательно высокооплачиваемого персонала в этих спортивных школах.

Вопрос. Можем ли мы надеяться на государство, которое выделит на развитие футбола необходимое количество денег.

Ответ: Очень не скоро, если не сказать никогда.

2. Все меньше и меньше детей идет заниматься футболом, из-за компьютеризации общества. Компьютеры забрали добрую половину детей с футбольных полей. Молодое поколение не устраивает медленное развитие событий на футбольном поле. Ему нужна компьютерная динамика или хотя бы похожая по уровню и скорости мышления. Иначе им на футбольном поле становится не интересно.

Вопрос. Как оторвать ребят от компьютеров и вернуть их на футбольное поле.

Ответ. Сделать игру более динамичной, разнообразной, непредсказуемой.

3. Снижение посещаемости стадионов по причине утраты зрелищности матчей с нулевым результатом. Футбол без болельщиков – не футбол.

Причины нулевых результатов лежат в скудности комбинационной игры, в ее ограниченности, предсказуемости. Защита уже отработала, приемы защиты своих ворот по всем предполагаемым комбинациям атак, вплоть, до создания искусственного положения «вне игры». А нападение уже исчерпало себя, и ничего нового в комбинационной игре придумать не может.

С уважением Николай



## Taça: Moreirense-Torreense, 2-1 (crónica)

Moreirense é o primeiro apurado para os quartos-de-final

Por **Redacção**, Bruno Ferreira 2011-12-01 18:10h

Gosto Sê o primeiro entre os teus amigos a gostar disto.

PUB [Planeo.pt](#) Ofertas de lazer, beleza, viagens e muito mais até 90% desconto!

Acabaram-se as gracinhas do Torreense. A equipa que causou sensação na prova ficou na tarde desta quinta-feira pelo caminho em Moreira de Cónegos, depois de eliminar o Gil Vicente e o Rio Ave do principal escalão do futebol português. Pé ante pé, o Moreirense vai trilhando o seu percurso e é a primeira equipa nos quartos-de-final. Assiste de poltrona ao desenrolar da eliminatória.



[Casino da Sorte Português](#)  
Jogue sem necessidade de

## Taça: Desp. Aves-Ribeira Brava, 2-1 (após prolongamento)

Favoritos seguem em frente, mas só no prolongamento.

Por **Redacção**, Bruno Ferreira 2011-12-04 17:44h



PUB [Planeo.pt](#) Ofertas de lazer, beleza, viagens e muito mais até 90% desconto!

O Desportivo das Aves está nos quartos de final da Taça de Portugal, mas não se livrou de um susto na recepção ao Ribeira Brava. A equipa da Liga de Honra dominou por completo o desafio, mas viu-se remetida ao prolongamento num lance fortuito do Ribeira Brava, muito perto do minuto noventa.



[Planeo.pt](#)



## **GUIÃO ENTREVISTA**

### **I – Profissionalização dos clubes de futebol (Fontes de Informação)**

#### 1 – Relação jornalista/fonte:

- Como é o relacionamento o órgão de comunicação com os principais clubes de futebol?
- Tem-se acentuado a dificuldade no contacto com as fontes: dirigentes, treinadores, jogadores?
- Há muitas recusas de entrevistas?
- A nível físico, há dificuldades no acesso às instalações dos clubes, nomeadamente conferências de imprensa, treinos etc.,..?

#### 2 – Departamentos de comunicação nos clubes desportivos:

- Quais são as principais funções dos clubes enquanto fonte de informação?
- Os clubes encaixam no papel de promotores de eventos?
- Há um conflito de interesses entre os objectivos dos jornais e dos clubes?

### **II – Jornalismo desportivo**

#### 1 - Efeitos no Jornalismo Desportivo:

- A agenda dos jornalistas está refém dos clubes e da sua vontade?
- Nota-se qualquer reflexo da profissionalização dos clubes enquanto fonte nas vendas de jornais?
- Nota-se qualquer reflexo da profissionalização dos clubes enquanto fonte nos conteúdos dos jornais?
- O órgão de comunicação já sentiu algum tipo de represália por parte dos clubes devido a conteúdos publicados?

#### 2 – Trabalho prático do jornalista:

- O jornalista é obrigado a usar de outro tipo de habilidades e funções? (Gerir conflitos, fortalecer relações etc.)
- Sente que o trabalho do órgão de comunicação que dirige é avaliado pelos clubes?
- A profissionalização dos clubes enquanto fonte impulsiona o recurso a fontes anónimas e mecanismos como “off-record”?

#### 3 - Interferência na produção noticiosa:

- Há muitas diferenças entre a forma de fazer jornalismo desportivo atualmente e aquilo que acontecia há 20 anos atrás? (Antes e depois dos clubes adoptarem departamentos de comunicação na sua estrutura)
- Há clubes mais e menos profissionalizados ao nível da comunicação. Sente-se essa diferença?



## **ANEXO 7 – Entrevista António Magalhães, diretor adjunto do jornal Record**

### **Há muitas diferenças entre a forma de fazer jornalismo desportivo atualmente e aquilo que acontecia há 10/15 anos atrás na perspectiva do contacto com os clubes?**

É muito diferente atualmente fazer jornalismo, e alargo até a baliza temporal para os vinte anos, em que se alterou muito a produção noticiosa. Era muito mais simples obter conteúdos e estar perto dos intervenientes. Já havia treinos à porta fechada, por exemplo, mas essencialmente aos adeptos. Havia uma grande facilidade em chegar aos jogadores e treinadores. A proximidade não tinha qualquer comparação.

### **Tem-se acentuado as dificuldades no acesso direto às principais fontes de informação, nomeadamente treinadores e jogadores?**

Os clubes tendem cada vez mais em fechar-se e em proteger os seus membros. Tendem não, já fecham. É cada vez mais difícil conseguir exclusivos e ter liberdade nos contactos com as fontes. Há muitas recusas de entrevistas.

### **A nível físico, é complicado para os jornalistas ter acesso às instalações dos clubes, nomeadamente treinos, conferências de imprensa?**

Claramente, é muito complicado. Hoje em dia a esmagadora maioria dos clubes pratica o método de abrir apenas 15 minutos à comunicação social, o que dá apenas para fazer fotos e pouco mais. Antigamente nas deslocações ao estrangeiro era perfeitamente possível, e prática comum viajar no charter da equipa e até ficar hospedado no mesmo hotel. Hoje em dia isso é, salvo raras exceções, praticamente impossível. Ainda recentemente numa viagem a um país de leste fomos obrigados a sair uma semana antes e apenas chegamos a Portugal quase uma semana depois do jogo.

### **As fontes de informação, ou seja os clubes, estão cada vez mais a desempenhar papéis pertencentes aos jornais?**

Papéis dos jornais, por assim dizer não. Agora que aproveitam e criam os seus próprios canais para transmitir a mensagem que melhor lhes parece, isso sim. De certa forma, para vender o seu produto. Fazer o nosso trabalho não, porque aquilo que o público quer não são, de todo, os conteúdos publicados nos sites.

### **Há um conflito de interesses entre os objetivos dos jornais e dos clubes?**

Há um conflito de interesses e é cada vez mais difícil obter um exclusivo e ter notícias guardadas para os jornais. É um facto, mas como disse anteriormente, o que procuramos passar para as páginas do Record não é o mesmo que os responsáveis dos clubes gostam e querem pôr no site. Os clubes resguardam-se cada vez mais em dar notícias para o site e em fazer a notícia chegar ao site e muitos até aos próprios jornais que possuem. Mas, por vezes as notícias saem deturpadas, ou melhor transmitem-na apenas da forma que mais lhes interessa.

### **Os clubes tentam precaver as perguntas dos repórteres e ao mesmo tempo evitar essas perguntas?**

Isso é notório quer nas conferências de imprensa quer no dia-a-dia dos jornalistas. Nas conferências de imprensa, que são o único meio em que ainda há algum tipo de liberdade, essa



liberdade é muito limitada e controlada. Há clubes em que apenas é permitida uma pergunta; a muitas perguntas é recusada a resposta por não se enquadrar no âmbito do evento agendado. Os próprios clubes começam por fazer perguntas para os seus meios de divulgação e até chegam a encomendar perguntas a órgãos de comunicação que lhes são mais próximos. Dou-lhe um exemplo, semanalmente os clubes põem, nomeadamente os de topo e reconhecidos como três grandes do futebol português, um jogador a prestar declarações e não avisam previamente quem é esse jogador delimitando apenas local e hora.

### **Porque é que entram neste jogo de concorrência?**

Convenhamos que é impossível fugir a este tipo de situação, por que no papel de fonte os clubes sentem-se com legitimidade para estas práticas. Se por um lado é muito mais complicado obter informação e chegar junto de treinadores e jogadores, por outro lado o trabalho sai facilitado porque a informação chega-nos de forma mais fácil e direta. Se bem que há sempre o reverso da medalha e essa informação tem que ser sempre confirmada e tenta-se assumir alguma fonte para revelar a notícia. Mas os jornais não podem deixar simplesmente de acompanhar os clubes. Isto é um jogo que sempre houve e tem de haver, se calhar até menos acentuado do que noutras áreas. Os clubes têm de respeitar o trabalho dos jornalistas, os jornalistas têm de respeitar os clubes e os seus métodos, partindo daí para o relacionamento entre ambos.

### **Nota qualquer tipo de reflexo da profissionalização dos departamentos de comunicação dos clubes nas vendas de jornais?**

Não, a queda de vendas de jornais, e é generalizada, deve-se essencialmente à crise instalada que também é geral. Os jornais desportivos, contudo, são os que ainda melhor se vão segurando. É verdade que as vendas de jornais têm vindo a cair, mas por exemplo noutras plataformas, como a internet o nosso site bate recordes de visitas diariamente. As pessoas procuram informação por meios alternativos. Não se pode associar às quedas de vendas de jornais o facto de os clubes se estarem a profissionalizar nesta área.

### **O Record já sentiu na pele algum tipo de retaliação ou conduta fora do normal por parte dos clubes, devido a notícias publicadas?**

Sim, claro que sim. Não digo diariamente, mas com muita frequência sentimos retaliações por parte dos clubes. Desde os simples telefonemas a demonstrar o desacordo com notícias publicadas, até ao barramento de acesso a conferências de imprensa e outras ações promovidas pelo clube é um aspecto cada vez mais frequente.

### **A profissionalização das fontes impulsiona e faz aumentar o recurso a fontes anónimas e não identificadas, e até mesmo como mecanismos como “off the record” para obter informações?**

É natural que, com os clubes fechados a exterior, se use o anonimato das fontes. Os próprios responsáveis pela comunicação dos clubes passam informação e transmitem informação mas não se assumem como fonte e não querem ser identificados. Transmitem-nos certas informações, mas não querem assumir essa informação, por isso temos mesmo que recorrer ao anonimato da fonte. No “off the record”, obviamente que exige outro trabalho. O trabalho do jornalista continua a ser procurar notícias; não se pode cingir apenas às fontes oficiais e à informação disponibilizada pelos clubes. Nestas condições com recorrência obtemos informações que depois temos de confirmar e cruzar com as fontes oficiais.



### **Sente que o trabalho do Record é avaliado pelos clubes?**

Diariamente, sem qualquer tipo de dúvida. Daí os telefonemas constantes que já referi a dar conta de determinados assuntos retratados no jornal.

### **Há clubes mais e menos profissionalizados na área da comunicação em Portugal. Sente-se essa diferença?**

É notória a diferença entre alguns clubes em Portugal. O Benfica, Sporting e Porto têm já estruturas muito profissionais. Depois temos outros clubes como a Académica, o Vitória de Setúbal e outros em que já há a preocupação em desempenhar esse papel com assessores que fazem a ponte entre jornalistas e clube. É inegável que a tarefa junto desses clubes sai muito mais simplificada e torna-se mais simpático o trabalho.

### **Até que ponto a aposta dos clubes em departamentos de comunicação profissionais interfere na produção noticiosa e na rotina dos jornalistas?**

Vou dar a minha opinião. Claramente duas situações distintas:

Os diretores de comunicação e departamentos de comunicação dos clubes interferem nas rotinas dos jornalistas. Salvo qualquer imprevisto noticioso, num dia normal um diretor de comunicação pró-ativo consegue facilmente interferir na rotina dos jornalistas e estabelecer uma agenda. Assumimos isto porque há situações às quais é impossível fugir e deixar de noticiar.

A nível de produção noticiosa, obrigatoriamente também interfere, mas não de forma tão vincada. É certo que cada vez mais é complicado obter exclusivos, obter entrevistas e outro tipo de ações para o nosso jornal, mas, com mais ou menos trabalho as notícias são sempre dadas. E pela experiência que tenho, não são as juras de amor ao clube ou as frases “chavão” de “vamos ganhar” e “vamos para cima do adversário” que vendem jornais. As notícias que interessam acabam por ser sempre conseguidas e é isso que interessa aos jornais.

Sente-se que os clubes estão cada vez mais fechados à comunicação; querem proteger o balneário e preservar o ambiente do grupo. Obviamente que isso leva a que tenha que se bater a muitas mais portas. E antes de bater à porta certa, há consciência que muitas portas são fechadas. Mas jamais os jornalistas se poderão queixar das fontes e insinuar que as fontes não dão informação.



## **ANEXO 8** – Entrevista José Manuel Ribeiro, diretor jornal O Jogo

### **Há muitas diferenças entre a forma de fazer jornalismo desportivo atualmente e aquilo que acontecia há 10/15 anos na perspectiva do contacto com as fontes?**

Acho que é diferente dependendo do ângulo, mas para todos os protagonistas é muito diferente. A exposição era muito menor há vinte anos atrás, já havia a SIC e a TVI se não me engano, mas não havia SportTV, a internet não existia, portanto a exposição dos clubes era muito menor e isto tem uma correspondência no número de jornalistas com que eles lidavam por dia. Eram muitos menos e isso levava a que toda a gente se conhecesse, todos nos conhecíamos, não havia uma hostilidade e era desnecessária uma intermediação, ou seja, era desnecessária a figura do assessor de imprensa e também não havia um grande volume de informação para controlar por parte dos clubes.

### **Tem-se acentuado as dificuldades no acesso direto às principais fontes de informação, nomeadamente treinadores e jogadores?**

O que acontece é que há um “boom”, as pessoas e os canais multiplicam-se e os clubes começam a precisar de centralizar tudo e de conseguir fechar as portas. O que acontecia até aqui é que basicamente tinham um plantel de 23 a 25 jogadores, mais a equipa técnica que nessa altura eram muito menores do que o que são agora; há vinte anos tinham o treinador e o treinador-adjunto, tinham o médico, nem sequer havia o departamento médico, estamos a falar de umas 30 a 35 potenciais fontes de informação que estavam fora dum controlo. O que os clubes sentiram necessidade de fazer, foi criar uma barreira.

Acho que não se profissionalizaram as fontes de informação, acho que criaram uma barreira e entre jornalistas e as fontes de informação. Uma barreira que tem efeitos muito notórios, por exemplo, hoje em dia há jornalistas que conseguem fazer uma carreira inteira sem nenhum tipo de contacto profissional com as fontes.

### **Há neste momento muitas recusas a dar entrevistas?**

Nesta altura já estamos a entrar numa fase de normalização, em que todos os clubes por norma recusam. Isto deve-se não a uma política de comunicação, mas sim há falta de uma política de comunicação. Há três/quatro clubes que têm uma política de comunicação e os outros todos que tem uma política de comunicação por imitarem aquilo que julgam que acontece naqueles três ou quatro clubes. As necessidades de comunicação num clube como o Beira-Mar ou Gil Vicente são completamente diferentes das necessidades do Porto ou Benfica, mas no entanto eles acham que é a mesma coisa. E isso torna tudo muito mais difícil, mas torna difícil especialmente para eles, nós temos o nosso público e sabemos lidar com isso há muito tempo. Nos clubes grandes esta política já existe há uns dez anos, por isso já estamos habituados a contornar e a procurar capas alternativas e fontes alternativas.

### **A nível físico, é complicado para os jornalistas ter acesso às instalações dos clubes, nomeadamente Treinos, conferências de imprensa?**

Sem dúvida que isso mudou muito, praticamente não temos acessos nos locais de treinos dos clubes. Isto tira-nos conhecimento de causa. Lembro-me que assistíamos aos treinos de princípio ao fim, sabíamos exatamente os tempos de treino e os planos. Hoje em dia não é assim, e ou procuramos conhecimento por outras vias ou nunca chegamos a estar por dentro. Esse contacto deixou



de existir, porque os treinos são fechados. Por norma são abertos 15 minutos, e porquê, porque os clubes são patrocinados e os patrocinadores querem fotografias nos jornais. Dão-nos 15 minutos para podermos ter fotografias com o logótipo do patrocinador do peito. Na realidade, jornalisticamente de pouco vale porque nesse período os jogadores até andam lá a brincar com a bola no aquecimento.

### **Há um conflito de interesses entre os objectivos dos jornais e dos clubes?**

Sim, no fundo sempre houve. O valor da informação já era assim há 20 anos e sempre que um jornal furava uma informação importante, uma contratação, um acontecimento no balneário, uma pega entre jogadores ou uma coisa dessas é óbvio que isso não interessava aos clubes. Ai sim, há um conflito entre o interesse dos clubes e o interesse dos jornais. Haverá sempre, porque no fundo, uma notícia é sempre algo que alguém não quer que se saiba, o que é diferente de uma informação disponibilizada que é o que acontece nos canais de informação dos clubes.

### **Os clubes tentam precaver as perguntas dos repórteres e ao mesmo tempo evitar essas perguntas?**

Não acho, sei. Os clubes tentam tirar qualquer vantagem aos jornalistas, como por exemplo nas conferências de imprensa treinam, sobretudo os treinadores; nos jogadores as questões são diferentes a menos que um jogador tenha estado envolvido num episódio particularmente polémico; os treinadores sim, normalmente treinam os treinadores para as conferências de imprensa. Estudam as perguntas que serão feitas, mas nem sempre resulta.

### **A agenda dos jornalistas desportivos e dos jornais desportivos está cada vez mais refém dos clubes e da sua vontade?**

É muito difícil, especialmente no desporto porque é muito segmentado, há os jogos, os treinos e não se pode fugir muito daí. É óbvio que acabam por nos condicionar, de alguma maneira. Os jornais têm essa noção e por isso temos que ir para além da agenda dos clubes, e ter matérias fora do âmbito deles. Se abrires o jornal, qualquer jornal, já vês que há muitas matérias que não vem dos clubes.

### **Nota qualquer tipo de reflexo da profissionalização dos departamentos de comunicação dos clubes nas vendas de jornais?**

Acho que sim, até porque é mais difícil manter os jornais interessantes; os jornais eram muito mais interessantes quando os clubes eram abertos e nós podíamos falar com quem quiséssemos, em qualquer altura e sobre qualquer matéria. Era mais fácil também vender jornais.

### **O Jogo já sentiu na pele algum tipo de retaliação ou conduta fora do normal por parte dos clubes, devido a notícias publicadas?**

Comportamentos menos próprios, como eu entendo a questão, não. Agora pressão no sentido de reclamação de queixas isso sim; é muito frequente de todos os lados, de todas as maneiras, isso é óbvio.

### **Sente que o trabalho realizado por O Jogo é avaliado pelos clubes?**

Sim, é notório que avaliam e acompanham o nosso trabalho. Uma boa parte do departamento dos clubes é criar um sentimento de culpa, um sentimento de dívida nos órgãos de comunicação social. Isto não tem nada de inocente nem de ingénuo. É um pouco semelhante ao que se passa



entre os clubes e os árbitros, que é dizer-lhes portaste-te mal comigo portanto estás em dívida; e isto acaba por fazer-se de forma sistemática. É o trabalho deles e já se aceito isso como sendo o trabalho deles.

### **A profissionalização das fontes impulsiona e faz aumentar o recurso a fontes anónimas e não identificadas, e até mesmo mecanismos como “off the record” para obter informações?**

Há uma grande dificuldade, que é obter confirmações oficiais. O tipo de informações que queremos, de futebol contratações etc., é um tipo de informação a que os clubes se agarram muito e que muitas das vezes não lhes interessa de maneira nenhuma que seja conhecida. E isto equivale a que nem nas fontes oficiais nós possamos confiar. Muitas vezes têm-se a informação, é verdadeira, cruzas a informação e confirmas como tens de fazer sempre, contactas a fonte oficial e essa fonte oficial nega. Mesmo sendo verdade e isto acontece porque sabem que se confirmarem, muito provavelmente vão abrir uma porta e antecedentes. Há sempre um combate, e por isso é óbvio que somos obrigados a este tipo de recursos.

### **O jornalista é obrigado a usar de outro tipo de habilidades e funções no seu trabalho, tais como gerir conflitos, fortalecer conhecimentos e movimentar-se no meio que retrata?**

Exige dos jornalistas sensibilidade e inteligência. Por exemplo o empresário, a figura do empresário é uma fonte obrigatória. Mas menos encapotado do que os clubes, o empresário tem interesses à vista de todos. Esses sim, até mais do que os clubes. Os interesses dos empresários são mais contraditórios com os teus. Um clube não tem necessidade nem interesse em te transmitir mentiras, mas um empresário pode ganhar muito com isso. Interessa-lhe que o seu jogador, que por acaso ninguém quer, apareça envolvido numa grande transferência. Por isso, para os jornalistas é quase uma corrida de obstáculos extraordinariamente difícil às vezes conseguirmos ser absolutamente rigorosos nesta matéria, mesmo às vezes com pessoas em quem nós confiamos muitíssimo. Nem nas fontes oficiais podemos confiar.

### **Há clubes mais e menos profissionalizados na área da comunicação em Portugal. Sente-se essa diferença?**

Há diferenças entre todas, mas o comum é o que eu te disse há pouco. Há um impulso de copiar aquilo que eles imaginam que se faz nos grandes. Há um impulso de dizer que não, o que tem acontecido e que há quase dois anos não acontecia, já quase todos eles têm um director de comunicação; muitos jornalistas têm sido desviados para trabalhar nessas áreas, até já em clubes da segunda divisão. Temos que aceitar. Digo-te sem qualquer complexo que, se eu fosse director de comunicação ao presidente de um clube queria ter essa área controlada. Queria saber quem fala e o que vai dizer.

### **Até que ponto a aposta de clubes em departamentos de comunicação profissionais interfere na produção noticiosa e na rotina dos jornalistas?**

Interfere muitíssimo Até porque tu quando estás consciente daquilo que os departamentos de comunicação implicam, quando estás consciente dos condicionamentos de agenda e tudo isso de que tens de desviar, é difícil ter informação. Jamais o jornalista se pode queixar das fontes, que não dão notícias. Mas o que é que as pessoas querem ler? Querem os jogadores de futebol a falar, querem informações interessantes dos clubes e os departamentos não servem só para libertar as



informações que lhes interessa, como para fechar todas as portas por onde podias ir para conseguires informação de relevo para o leitor. Temos que fazer um trabalho muito mais cirúrgico do que o que fazíamos antes face à abertura que também havia.

### **Porque é que entram neste jogo de interesses?**

Entra-se nesse conflito e neste jogo porque queremos dar a informação que os clubes querem impedir o jogo de ter, nesse aspecto. O que é uma relação com uma fonte? É uma relação de interesse. Uma fonte quando dá alguma coisa é sempre por interesse. O melhor jornalista é aquele que sai a ganhar na sua relação com a fonte, mas alguma coisa tem sempre de dar em troca. Por isso, tem sempre de haver um compromisso e uma cedência. Se algum amigo de te dá uma informação que amanhã pode ser alvo de uma notícia negativa, provavelmente essa notícia vai ser trabalhada de forma condicionada. Se não fores condicionado e fizeres o teu trabalho, provavelmente aquela fonte acabou e essa relação é um jogo muitíssimo complexo que às vezes os jornalistas fingem que não existe, quando se houve falar em departamentos de ética e sindicatos, parece que esta relação e este jogo não existe, mas essa relação existe e posso dizer que é muito mais inocente do que em outras áreas, como por exemplo a política. O que tem de existir é um compromisso e cada um saber que tem de sair a ganhar desse compromisso.



## **ANEXO 9 – Entrevista Vítor Serpa, diretor do jornal A Bola**

### **Há muitas diferenças entre a forma de fazer jornalismo desportivo atualmente e aquilo que se fazia há 15/20 anos atrás, na perspectiva do contacto com as fontes?**

A profissionalização do jornalismo desportivo data dos anos 50 do século passado e não de há 10 ou 15 anos. A BOLA tem mesmo jornalistas profissionais desde os finais dos anos 40 e os jornais generalistas, por essa época, tinham grandes jornalistas desportivos e todos eles profissionais, como eram os casos de Tavares da Silva ou Ricardo Ornelas. Quanto à mudança na maneira como os jornalistas se relacionam com os clubes, a grande transformação aconteceu após o “caso Saltillo” em 1986. Foi a última vez que os jornalistas ficaram no mesmo Hotel da Seleção nacional. Antes, era normal os jornalistas conviverem diariamente com dirigentes, técnicos e jogadores, partilhar os mesmos autocarros para os estádios e para os hotéis que também eram comuns.

### **Que tipo de relacionamento tem A Bola com os clubes, nomeadamente com os principais clubes portugueses?**

Relação institucional, sempre que é possível. Há casos (FC Porto) em que essa relação não é possível por decisão da administração da SAD do FC Porto. Não nos condiciona, porém, no essencial da missão de informar os nossos leitores que são adeptos do clube. Com todos os outros temos normais relações.

### **Tem-se acentuado as dificuldades no acesso direto às principais fontes de informação, nomeadamente treinadores e jogadores?**

É um fenómeno mundial e não apenas português. Cada vez os media são colocados a maior distância dos clubes. Toda a relação se baseia em conferências de imprensa ou participação nas chamadas zonas mistas.

### **A nível físico, é complicado para os jornalistas ter acesso às instalações dos clubes, nomeadamente treinos e conferências de imprensa?**

O acesso às instalações – nos dias de jogos e nos dias de treino – estão devidamente regulamentadas e são cumpridas de acordo com o que está estabelecido. Não há casos de acesso apenas para repórteres de câmara, ou seja de discriminação com base no tipo de meio de comunicação. O tempo limitado é naturalmente aceite de acordo com o que o assessor de comunicação do clube ou da seleção determina.

### **Há muitas recusas de entrevistas? Que procedimentos são normalmente tidos para a realização de entrevistas?**

Há muitas recusas e o processo normal é a solicitação oficial ao clube sobre o interesse em entrevistar determinado elemento desse clube.

### **As fontes de informação, ou seja os clubes, estão cada vez mais a desempenhar papéis pertencentes aos jornais?**

Não penso que os clubes estejam a desempenhar ou a tentar desempenhar o papel dos jornais. Os clubes tentam usar os media nas conveniências da sua comunicação, mas compete aos responsáveis pelos media impor a sua própria estratégia comunicacional.



**Há um conflito de interesses entre os objectivos dos jornais e dos clubes?**

Muitas vezes, sim. Uns querem mostrar o que os outros querem esconder.

**Vê os clubes como mais do que associações desportivas, neste momento transformados também em empresas de comunicação?**

De certa forma, assim será. Quando se promove um grande espetáculo desportivo, julgo que sim.

**Os clubes tentam precaver as perguntas dos repórteres e ao mesmo tempo evitar essas perguntas?**

E também tentam, por vezes, levar os repórteres a fazerem as perguntas que lhes convém.

**Porque é que entram neste jogo de concorrência?**

A concorrência é uma inevitabilidade do regime e obviamente não só nos media.

**A agenda dos jornalistas desportivos e dos jornais desportivos está cada vez mais refém dos clubes e da sua vontade?**

Não. Os clubes é que se sentem também no direito de não aceitar a agenda dos jornalistas.

**Nota qualquer tipo de reflexo da profissionalização dos departamentos de comunicação dos clubes nas vendas de jornais?**

Não há qualquer relação. A profissionalização da comunicação dos clubes, das empresas e do país é bem-vinda. Era só o que faltava; que uma área tão decisiva como a comunicação fosse a única a ser amadora.

**Há algum efeito prático e direto desta profissionalização nas páginas do jornal A Bola e nos conteúdos elaborados?**

Se há algum efeito prático, é positivo. Nós somos profissionais, não faria sentido trabalhar com amadores. A comunicação dos clubes não é inimiga da comunicação dos media. Pelo contrário. A não ser que alguém não esteja a exercer a sua função como deve.

**A Bola já sentiu na pele algum tipo de retaliação ou conduta fora do normal por parte dos clubes, devido a notícias publicadas?**

Claro que sim. Não seríamos um jornal digno e independente se assim não fosse.

**A profissionalização das fontes impulsiona o recurso a mecanismos como “off the record” para obter informações?**

A legitimidade de se procurar obter informações não é igual à legitimidade de as publicar. O que é considerado (e aceite) como off record é impublicável. No entanto, a informação (mesmo a não publicada) é um bem precioso do jornalista.

**O jornalista é obrigado a usar de outro tipo de habilidades e funções no seu trabalho, como por exemplo gerir conflitos?**

O jornalista tem de se saber conduzir com dignidade profissional, mas com sentido estratégico na sua relação com as fontes.



**Sente que o trabalho realizado pel'A Bola é avaliada pelos clubes?**

Antes, todos os dias. Agora, a toda a hora.

**Há clubes mais e menos profissionalizados na área da comunicação. Sente-se essa diferença?**

Sente-se muito essa diferença. Os melhores clubes, melhor estruturados são os mais avançados na comunicação.

**Até que ponto a aposta dos clubes em departamentos de comunicação profissionais interfere na produção noticiosa e na rotina dos jornalistas?**

Pode interferir no bom sentido. No mau, só se nós deixarmos.



## **ANEXO 10 – Entrevista Luís Sobral, diretor do jornal Maisfutebol**

### **Que tipo de relacionamento tem o Jornal Maisfutebol com os clubes desportivos? Nomeadamente com Porto, Benfica, Sporting, Vitória de Guimarães e Sp. Braga?**

É um relacionamento normal, de procura da informação necessária para elaborar as notícias.

### **Tem-se acentuado as dificuldades no acesso direto às principais fontes de informação, nomeadamente treinadores e jogadores?**

Sim, sem dúvida, mas o processo não é de hoje. A mudança começou na última década do século XX e coincidiu com a passagem dos jornais desportivos a diários. Isso, mais rádios de informação e televisões colocaram uma pressão nova sobre os clubes e os jogadores. Numa primeira fase os clubes optaram por se fechar. Depois abriram um pouco, mas de forma controlada, com conferências de imprensa ou curtas declarações após os jogos. Relação direta entre jogador e jornalista e hoje a exceção. As redes sociais trouxeram novidades: hoje, um pouco por todo mundo, são os jogadores que comunicam diretamente com os fãs e aos jornalistas resta reproduzir o que dizem, sem intervenção direta.

### **A nível físico, é complicado para os jornalistas ter acesso às instalações dos clubes? Treinos, conferências de imprensa? (Acesso apenas para repórteres de câmara, tempo limitado etc.)**

Não, complicado não é. Mas só se pode aceder quando os clubes permitem.

### **Que procedimentos são normalmente tidos para a realização de entrevistas ou obtenção de outros conteúdos, formalmente junto dos clubes? Há muitas recusas?**

Sim, há muitas recusas. Há pedidos que esperam semanas, meses. Nunca se compreende o que motiva a escolha dos clubes, não são factores claros.

### **As fontes de informação, ou seja, os clubes estão cada vez mais a desempenhar papéis pertencentes aos jornais?**

Creio que não. Limitam-se a utilizar canais diretos (redes sociais, site, rádio, tv) para comunicar, o que é legítimo e inteligente. Para os meios de comunicação social sobram as notícias (muitas vezes aquilo que o clube não quer noticiar) e a análise/opinião independente. E acho que já é bastante.

### **Há um conflito de interesses entre os objectivos dos jornais e dos clubes?**

Sim, muitas vezes há. Diria que sempre que há é bom sinal.

### **Vê os clubes como mais do que associações desportivas, neste momento transformados também em empresas de comunicação?**

Não. Creio que a comunicação é essencial e os clubes perceberam-no.

### **Os clubes podem encaixar-se no papel de “promotores de eventos”?**

De certa forma, sim. Muito se resume ao dia do jogo, preparando nos bastidores durante dias/semanas. Nesse sentido, a comparação pode fazer sentido.



**Os clubes tentam precaver as perguntas dos repórteres e ao mesmo tempo evitar essas perguntas?**

Não sei. Conosco sabem que isso não pode suceder. Não sei o que se passa em outros órgãos de comunicação.

**Porque é que entram neste jogo de concorrência?**

A concorrência existe e faz parte. Nenhum problema.

**A agenda dos jornalistas desportivos e dos jornais desportivos está cada vez mais refém dos clubes e da sua vontade?**

O nosso papel é evitar que isso suceda. Não creio que a informação desportiva seja diferente da restante. As fontes oficiais dominam a comunicação, é um facto. A perda crescente de meios nas redações torna mais difícil escapar da agenda programada pelas fontes oficiais.

**Nota qualquer tipo de reflexo da profissionalização dos departamentos de comunicação dos clubes nas vendas de informação/audiências?**

É difícil, e provavelmente injusto, estabelecer uma linha direta entre os dois factos. Mas é verdade que a informação desportiva é hoje muito mais pobre do que há 15, 20 anos. Isso deve-se à dificuldade em conseguir ângulos diferentes, mas também ao beco sem saída em que entraram os jornais, muito dependentes das vendas a partir do que se passa nos três clubes grandes: Benfica, Porto e Sporting.

**Algum efeito prático e direto desta profissionalização nas páginas do Maisfutebol e nos conteúdos do site?**

Sim, é difícil fugir. Mas procuramos sempre contar histórias, valorizar o futebol internacional, os vídeos divertidos, os portugueses que jogam no estrangeiro. As notícias dos três grandes nem são, muitas vezes, as mais vistas do dia.

**O Maisfutebol já sentiu na pele algum tipo de retaliação ou conduta fora do normal por parte dos clubes, devido a notícias publicadas?**

Sim, muitas vezes. Já estivemos proibidos de entrar em conferências de imprensa e treinos. Respondemos com queixas formais e a normalidade foi reposta.

**Quais são os principais efeitos da profissionalização dos clubes na área da comunicação?**

Acho que o facto de estarem profissionalizados não significa que sejam profissionais. Muitas vezes tomam opções erradas, que prejudicam os clubes e os impedem de crescer de forma saudável. Além de prejudicarem o futebol português como um todo.

**A profissionalização das fontes impulsiona e faz aumentar o recurso a fontes anónimas e não identificadas, e até mesmo mecanismos como “off the record” para obter informações?**

Não, isso sempre existiu.



**O jornalista é obrigado a usar de outro tipo de habilidades e funções no seu trabalho? Como por exemplo gerir conflitos, fortalecer conhecimentos e movimentar-se no meio que retrata?**

Sim, mas isso sempre fez parte da capacidade para um jornalista se relacionar com as fontes.

**Sente que o trabalho realizado pelo Maisfutebol é avaliado pelos clubes?**

Sim, sim. Muitas vezes ligam poucos minutos depois de as notícias estarem on-line.

**Obviamente sem grandes pormenores e sem discriminações. Há clube mais e menos profissionalizados na área da comunicação em Portugal. Sente-se essa diferença?**

De uma forma geral, todos funcionam da mesma maneira. A diferença tem existido na federação e na liga onde, de forma geral, existe uma melhor capacidade para entender o papel do jornalista.

**Até que ponto a aposta dos clubes em departamentos de comunicação profissionais interfere na produção noticiosa e na rotina dos jornalistas?**

Interfere, mas creio que já o expliquei acima. Ao impedir o acesso a jogadores e treinadores e ao estabelecer dias e horas certos para a comunicação colectiva, interfere.