

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Tatiana Raquel Correia Henriques

**Jornalismo desportivo em Portugal: notícia
ou especulação? Análise das fontes nos
diários "O Jogo", "A Bola" e "Record"**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Tatiana Raquel Correia Henriques

**Jornalismo desportivo em Portugal: notícia
ou especulação? Análise das fontes nos
diários "O Jogo", "A Bola" e "Record"**

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Ciências da Comunicação

Trabalho realizado sob orientação da
Professora Doutora Felisbela Lopes

e co-orientação do
Professor Doutor Rui Alexandre Novais

junho de 2014

Nome: Tatiana Raquel Correia Henriques

Endereço electrónico: tatehenriques@gmail.com

Número do Cartão de Cidadão: 13538879

Título da dissertação de Mestrado:

Jornalismo desportivo em Portugal: notícia ou especulação? Análise das fontes nos diários “O Jogo”, “A Bola” e “Record”

Orientadora: Professora Doutora Felisbela Lopes

Co-orientador: Professor Doutor Rui Alexandre Novais

Ano de conclusão: 2014

Designação do Mestrado:

Ciências da Comunicação

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, ___/___/_____

Assinatura: _____

Agradecimentos

Aos meus pais, por terem sempre feito de tudo para que eu pudesse seguir os meus sonhos. Ao meu querido pai, que já não está entre nós há demasiados anos, mas que é sempre um modelo inspiracional a seguir, permanecendo sempre no meu coração.

À minha orientadora, Professora Doutora Felisbela Lopes, pelo seu constante e solícito apoio na concretização desta dissertação.

Ao meu co-orientador, Professor Doutor Rui Alexandre Novais, por me ter mostrado o caminho desafiante da investigação, ainda quando era meu Professor na licenciatura.

Ao meu irmão Gil, por ser um exemplo de perseverança ao longo da vida e pelas conversas apaixonadas sobre futebol, que ouço desde pequenina.

Aos meus afilhados académicos ou a família que escolhi: Joana, Liliana, Frederico e Ricardo.

Aos meus colegas de trabalho, Sofia Gomes, Fábio Ribeiro, Moisés Limia, Ricardina Magalhães, Maria da Luz Correia, Ivo Neto, Ivan Paganotti, Ivan Puentes e um especial obrigada às minhas colegas de projeto, Sara Silva e Sofia Soares.

Aos funcionários da Biblioteca Municipal de Gaia, pela simpatia, rapidez e qualidade no apoio ao trabalho de vários dias.

E a ti, Pedro. Uma dissertação de mestrado é uma viagem longa e solitária, mas ter um companheiro é um privilégio. Obrigada por sonhares comigo.

Resumo

O jornalismo desportivo é considerado uma editoria menor, o “toy department” do jornalismo, mais relacionado com assuntos de pouca relevância, em que a emoção assume, igualmente, um elevado papel. Aliás, a emoção é tida como a alma do desporto (Barbeiro & Rangel, 2006). A importância cada vez mais significativa do jornalismo desportivo é, por si só, um sintoma do declínio crescente dos padrões jornalísticos, como considera Bob Franklin (1997). Contudo, e apesar da atual crise nas vendas de jornais em Portugal, os diários desportivos continuam a ser dos que mais vendem. Todavia, por vezes, algumas notícias que publicam não se confirmam posteriormente. Assim, este estudo tem como propósito responder às seguintes questões: “O jornalismo desportivo em Portugal é notícia ou especulação? Em caso de notícias especulativas, quais são os temas e as fontes predominantes?”.

Para tal, foram analisadas todas as capas dos três diários desportivos em Portugal (*A Bola*, *O Jogo* e *Record*), no ano de 2013, o que resulta num total de 1092 capas. Em cada uma delas, verificou-se a veracidade das manchetes, bem como de todas as notícias presentes na capa. Ao tratar-se de uma manchete ou notícia especulativa, procedeu-se à análise das fontes dos textos correspondentes. Os resultados apontam para um conjunto de 60 manchetes especulativas (5% no total) e 376 notícias não verdadeiras, correspondendo a 115 fontes no primeiro caso e 584 no segundo. A média de fontes por notícia especulativa é reduzida (1,5), o que revela a falta de diversificação na procura de fontes por parte dos jornalistas na construção noticiosa. Quanto aos jornais em análise, o *Record* foi o que registou o maior número de manchetes especulativas, bem como a média mais baixa de fontes por notícia. Tanto nas manchetes não verdadeiras como nas notícias especulativas, são as transferências o principal tema fruto de especulação pelos jornais desportivos.

Já que a produção noticiosa começa, justamente, pelas fontes (Gans, 1979), que são, de resto, “o sangue do jornalista” (Mencher, 1991) é intrigante o facto de muitas das notícias especulativas terem a presença de apenas uma fonte de informação ou até mesmo de nenhuma. Desta forma, mais do que noticiar notícias não verdadeiras, estes mesmos textos jornalísticos não mostram as bases em que a notícia foi construída, ou seja, como é que o jornalista chegou àquela informação que, aliás, se revelou meramente especulativa.

Abstract

Sports journalism is considered a small journalism genre, the "toy department" of journalism, more related to matters of little relevance in which emotion also plays a large role. Indeed, emotion is considered the soul of sports (Barber & Rangel, 2006). The increasingly significant importance of sports journalism is, in itself, a symptom of the increasing decline of journalistic standards, as regards Bob Franklin (1997). However, despite the current crisis in newspaper sales in Portugal, sports journalism daily press remains at the top-selling. Nevertheless, sometimes there are published stories that end up not being true. Thus, this study aims to answer the following questions: "Sports journalism in Portugal is about news or speculation? In case of speculative news, what are the themes and predominant sources?".

To fulfill this purpose, all covers of the three sports daily titles in Portugal (*A Bola*, *O Jogo* e *Record*) of 2013 were submitted, resulting in a total of 1092 covers. In each, there was identified the veracity of the headlines and news on the cover. For all the verified speculative headlines and news it was proceeded to the analysis of the sources of the correspondent texts. The results point to a set of 60 speculative headlines (5% of total) and 376 speculative news, corresponding to 115 sources in the first case and 584 in the second. The average of news sources in speculative is low (1,5), which shows the lack of diversification in the search for sources from journalists in the news construction. As for newspapers in analysis, the daily *Record* has showed the highest number of speculative headlines, as well as lower average sources in news. The transfers are the main subject of speculation by sports newspapers, both in the analysis of speculative headlines and speculative news.

Since the news production begins precisely by the news sources (Gans, 1979), which are, moreover, "the blood of the journalist" (Mencher, 1991), is intriguing that many speculative stories have the presence of only one source information or even none. Thus, rather than not reporting real news, these same journalistic texts do not show the basis on which the news was constructed, ie, how the journalist reached that information which, incidentally, proved merely speculative.

Índice

Agradecimentos.....	iii	
Resumo.....	iv	
Abstract.....	v	
Índice.....	vi	
Índice de Tabelas	viii	
Índice de Gráficos.....	ix	
Índice de Ilustrações.....	ix	
<u>Capítulo 1 - Enquadramento teórico</u>		
1. As fontes de informação	10	
1.1. Definição de fonte de informação.....	10	
1.2. Relação entre jornalistas e fontes.....	12	
1.2.1. Supremacia das fontes oficiais.....	15	
1.2.2. “Revolução das fontes”: as fontes profissionalizadas	20	
1.3. Abordagem às fontes de informação a partir da produção científica.....	22	
1.3.1. Classificação das fontes	29	
2. Jornalismo desportivo.....	32	
2.1. Uma editoria menor?.....	32	
2.2. Profissão: jornalista desportivo.....	35	
2.3. Enquadramento teórico do jornalismo desportivo	37	
2.4. Fontes de informação no jornalismo desportivo.....	40	
2.5. Futebol, o desporto-rei do mundo e dos media.....	43	
2.6. História do jornalismo desportivo	46	
2.6.1. A Bola	49	
2.6.2. Record.....	50	
2.6.3. O Jogo.....	51	
2.6.4. Projeto de investigação “Surgimento e desaparecimento de títulos da imprensa escrita no Portugal contemporâneo”	52	
<u>Capítulo 2 - Questões metodológicas.....</u>		55
<u>Capítulo 3 - Análise empírica</u>		
1.1. Análise das manchetes – resultados gerais.....	59	

1.2. Análise das manchetes especulativas.....	63
1.2.1. As fontes nas manchetes especulativas.....	66
2. Análise das notícias especulativas.....	73
2.1. As fontes nas manchetes especulativas	76
3. Análise sazonal	86
3.1. Análise das manchetes.....	86
3.2. Análise das notícias especulativas.....	88
<u>Capítulo 4 - Considerações finais</u>	90
Referências bibliográficas.....	94

Índice de Tabelas

Tabela 1: Temas abordados nas manchetes.....	59
Tabela 2: Modalidades noticiadas nas manchetes.	60
Tabela 3: Clubes/Seleção/Ligas nas manchetes.	62
Tabela 4: Cruzamento das variáveis “Clube/Seleção na manchete” e “Nome do jornal”.....	63
Tabela 5: Percentagem de manchetes especulativas por jornal.....	64
Tabela 6: Principais temas nas manchetes especulativas.	64
Tabela 7: Os clubes/competições que figuram nas manchetes especulativas.	65
Tabela 8: Presença de fontes nas manchetes especulativas.	66
Tabela 9: Número de fontes nas manchetes especulativas.	66
Tabela 10: Género nas manchetes especulativas.	67
Tabela 11: Contexto geográfico das fontes nas manchetes especulativas.....	67
Tabela 12: Atribuição de informação nas manchetes especulativas.	68
Tabela 13: Estatuto das fontes nas manchetes especulativas.	68
Tabela 14: Cruzamento das variáveis “contexto geográfico” e “estatuto da fonte de informação” – Media.....	69
Tabela 15: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “presença de fontes”.....	70
Tabela 16: Número total de fontes por jornal (manchetes especulativas).	70
Tabela 17: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “número de fontes”.....	71
Tabela 18: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “ atribuição de informação”.....	72
Tabela 19: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “Estatuto”.	72
Tabela 20: Temas das notícias especulativas.	74
Tabela 21: Modalidades presentes nas notícias especulativas.....	74
Tabela 22: Cruzamento das variáveis “tema de notícia” e “nome do título”.....	75
Tabela 23: Número de fontes nas notícias especulativas.	77
Tabela 24: Género das fontes de informação nas notícias especulativas.	77
Tabela 25: Contexto geográfico das fontes presentes nas notícias especulativas.	78
Tabela 26: Estatuto das fontes de informação nas notícias especulativas.....	79
Tabela 27: Cruzamento das variáveis “contexto geográfico” e “estatuto da fonte de informação” – “Media” e “Sites/Blogues”.	81
Tabela 28: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “presença de fontes”.....	81
Tabela 29: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “número de fontes”.....	82
Tabela 30: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “número de fontes”.....	82
Tabela 31: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “ Atribuição de informação”.....	83
Tabela 32: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “Estatuto”.	84
Tabela 33: Manchetes especulativas registadas nos mercados de verão e de inverno.	86
Tabela 34: Temas registados nas manchetes em cada mercado.	87
Tabela 35: Temas registados nas manchetes especulativas em cada mercado.	88
Tabela 36: Temas registados nas notícias especulativas por mercado.	89

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Gráfico ilustrativo das datas de surgimento e desaparecimento de todos os títulos analisados no projeto.....	52
Gráfico 2: Motivos de surgimento aludidos pelos primeiros editoriais das publicações do segmento Desportivo/Veículos.....	53
Gráfico 3: Número de manchetes especulativas.....	63
Gráfico 4: jornais que apresentaram notícias especulativas.....	73
Gráfico 5: Presença de fontes nas notícias especulativas.....	76
Gráfico 6: Atribuição de informação nas fontes presentes nas notícias especulativas.....	78
Gráfico 7: Número de notícias especulativas por mercado.....	88

Índice de Ilustrações

Ilustração 1: Capa de <i>A Bola</i> a 30 de setembro de 2013. Retirada de: http://noticias.sapo.pt/banca/desporto	61
Ilustração 2: Capa de <i>O Jogo</i> a 30 de setembro de 2013. Retirada de: http://noticias.sapo.pt/banca/desporto	61
Ilustração 3: Capa de <i>Record</i> a 30 de setembro de 2013. Retirada de: http://noticias.sapo.pt/banca/desporto	61
Ilustração 4: Capa de <i>A Bola</i> , de 27 de junho de 2013. Retirada de: http://noticias.sapo.pt/banca/desporto	61
Ilustração 5: Capa de <i>A Bola</i> de 8 de fevereiro de 2013. Retirada de: http://noticias.sapo.pt/banca/desporto	65
Ilustração 6: Capa de <i>A Bola</i> de 28 de maio de 2013. Retirada de: http://noticias.sapo.pt/banca/desporto	65

1. As fontes de informação

Sem fontes, não há notícias. Elas constituem o primeiro passo para o jornalista poder construir uma notícia ou uma reportagem. Produzir notícias começa, justamente, pelas fontes (Gans, 1979), sendo a base fundamental do jornalismo e sem a qual o mesmo não existiria. Assim, é necessário que o jornalista tenha um contacto permanente com as fontes e que vá construindo, ao longo da sua carreira, uma carteira de fontes a quem possa recorrer no tratamento noticioso de um novo acontecimento. Tal é importante pois os repórteres não têm tempo para desenvolverem contactos com fontes que não são conhecidas ou passem pela rotina que transforma estranhos em informadores (Wolf, 1987).

O jornalista não tem o dom da ubiquidade, necessitando de relatos verídicos sobre acontecimentos nos quais não pode estar fisicamente. Aliás, a maioria dos jornalistas não é testemunha presencial dos factos que relata, tendo que se informar antes de redigir a maioria das suas notícias. Assim, é preciso recorrer a alguém que consiga relatar, de uma forma íntegra e verdadeira, o acontecimento: as fontes de informação. Destarte, a credibilidade do bom jornalista está também dependente da fiabilidade das fontes a que recorre. Neste sentido, a conquista de fontes de informação fiáveis e de qualidade prestigia os meios de comunicação (Fontcuberta, 1999). Não obstante, os jornalistas não devem basear o seu trabalho em apenas uma fonte, a não ser quando não haja, de facto, oportunidade para contactar mais fontes. A este respeito, Felisbela Lopes (2000) considera que quando o jornalista escreve uma peça noticiosa apenas a partir de uma fonte pode colocar sérias dificuldades para justificar a “sua boa-fé” nos factos que, depois, se vêm a comprovar serem falsos.

1.1. Definição de fonte de informação

Na obra *Deciding what's news*, Herbert Gans (1979: 80) define “fonte” da seguinte forma: “Ao mencionar ‘fontes’, refiro-me aos atores que os jornalistas observam ou entrevistam, incluindo entrevistados que aparecem na televisão ou são citados em artigos de revistas, e àqueles que apenas fornecem informação de base ou sugestões de histórias. (...) A característica mais saliente das fontes é o facto de estas proporcionarem informação enquanto membros ou representantes de grupos de interesse organizados, ou de setores ainda mais amplos da nação e da sociedade”. Melvin Mencher (1991: 282) vai mais longe, considerando que “a fonte é o sangue do jornalista”. As fontes “não nascem do nada nem estão por aí, na lisa planície verde

ou no côncavo da encosta arborizada, à espera de visita, quem sabe, de algum romance” (Pinto, 2000: 278).

Segundo Rogério Santos (2006), há fontes individuais, organizações diversificadas onde trabalham as fontes (porta-vozes, assessores de imprensa, profissionais de relações públicas) e organizações que preparam eventos para divulgação de informação. Assim, para o autor (2006), uma fonte de informação é a entidade (instituição, organização, grupo ou indivíduo, seu porta-voz ou representante) que presta informações ou fornece dados ao jornalista, planeando ações ou descrevendo factos, além de avisar o jornalista da ocorrência de acontecimentos. De referir que, apesar de haver fontes primárias e secundárias, o jornalista deve tentar, sempre que possível, privilegiar as primárias, pois, por norma, são mais fidedignas. Na consideração de Manuel Pinto (2000), as fontes são pessoas, grupos, instituições sociais ou vestígios (falas, documentos, dados) por aqueles preparados ou construídos. Já Anabela Gradim (2000 *apud* Joncew, 2005) define uma fonte de informação como qualquer entidade detentora de dados que possam suscitar a criação noticiosa e classifica a fonte sob três perspetivas: 1) O *relacionamento* que estabelecem com os jornais, podendo ser internas (jornalistas, arquivo ou centro de documentação da publicação) ou externas (outros meios de comunicação e organizações informativas, como as agências de comunicação); 2) A *perspetiva do seu estatuto*, podendo as fontes ser oficiais (órgãos de Governo, por ex.) ou oficiosas (entidades com representatividade reconhecida, tais como os sindicatos, associações, organizações não governamentais (ONG) e clubes desportivos); 3) Tendo em conta as suas *características*: humanas (contactos pessoais e o público em geral) ou documentais.

Manuel Pinto (2000) considera ainda que as fontes são também entidades interessadas, estando implicadas e desenvolvendo a sua atividade a partir de estratégias e com táticas bem determinadas. Na mesma linha de pensamento está Javier Sánchez (2005), que refere que as fontes não fornecem apenas informação, mas também esperam obter – com muita (e crescente) frequência – um benefício da sua aproximação com os jornalistas, não fornecendo informação por generosidade ou altruísmo, mas levadas pela ambição de pré-fabricar um relato dos acontecimentos. Para Rogério Santos (1997: 189), “as fontes enquanto protagonistas produzem publicitação, segredo, censura, confidência e operam segundo as variáveis de dominação ou subordinação”. Assim, para Sánchez (2005), as fontes contam ou mandam, confiam ou enganam, ajudam ou subornam.

Gaye Tuchman (1978: 84) considera que a fonte é o ponto da origem noticiosa, acrescentando que “o jornalista deve questionar os factos dirigindo-se diretamente à fonte. Neste contexto, a palavra “fonte” (...) é sugestiva, conotando-se com o próprio ponto de origem da informação – a localização social particular que merece esta caracterização como fonte”. David K. Berlo (1997: 50) identificou ainda quatro fatores que podem aumentar a fidelidade da fonte: “a) suas habilidades comunicativas; b) suas atitudes; c) seu nível de conhecimento; d) sua posição dentro do sistema sócio-cultural”. Como os jornalistas precisam de boas fontes, há várias qualidades que se elevam e são uma condição *sine qua non*, como a credibilidade e representatividade. Jorge Pedro Sousa (2005: 55) elucida esta questão, referindo que “a representatividade de uma fonte prende-se com o número de pessoas que ela legitimamente representa. Uma fonte que só se represente a si mesma poderá não ser tão boa quanto uma fonte que represente várias pessoas, mas isto depende, obviamente, de quem é a fonte”.

1.2. Relação entre jornalistas e fontes

A relação entre os jornalistas e as fontes pode assemelhar-se “a uma dança, com as fontes a tentarem ter acesso aos jornalistas e estes a tentarem aproximar-se das fontes” (Gans, 1979: 116). Contudo, como também relembra Gans (1979), para dançar um tango, são necessários dois. Assim, qualquer uma das partes pode assumir o controlo desta relação. Porém, maioritariamente, são as fontes que conduzem a dança (Wolf, 1987), constituindo-se em interações bastante complexas. Na cultura jornalística, a relação entre fonte e jornalista é sagrada, manifestando-se a importância que a comunidade jornalística atribui ao direito de sigilo profissional.

O relacionamento entre ambos é de luta e de negociação, mediando-se interesses próprios e a salvaguarda de credibilidade e informação. Neste jogo, as fontes procuram divulgar apenas o que lhes interessa, escamoteando aquilo que pretendem que não seja público. Ora, isto embate, por vezes, num dos principais baluartes do trabalho jornalístico: a procura da verdade. Manuel Pinto (2000) substancia as diferenças entre os objetivos dos jornalistas e das fontes, considerando o autor que os jornalistas procuram: a obtenção de informação inédita; a confirmação ou desmentido para informações obtidas noutras fontes; a dissipação de dúvidas e desenvolvimento de matérias; o lançamento de ideias e debates; o fornecimento de avaliações e recomendações de peritos; e a atribuição de credibilidade e de legitimidade a informações diretamente recolhidas pelo repórter. Já as fontes desejam: a visibilidade e a atenção dos media; a marcação da agenda pública e a imposição de certos temas como foco da atenção coletiva; a

angariação de apoio ou adesão a ideias ou a produtos e serviços; a prevenção ou reparação de prejuízos e malefícios; a neutralização de interesses de concorrentes ou adversários; e a criação de uma imagem pública positiva (Pinto, 2000).

Indubitavelmente, as relações com as fontes de informação são essenciais aos media noticiosos, constituindo um ativo processo binário, no qual há uma relação de interdependência entre os dois agentes (McQuail, 2003). Estas relações são vivas, interessadas e que envolvem, na maioria das situações, conflitos e acordos entre as duas partes reciprocamente confiáveis e confiantes (Chaparro, 2001). Herbert Gans (1979: 117) faz a seguinte comparação: “A relação entre a fonte e o jornalista é assim um foco de guerra: enquanto as fontes tentam ‘gerir’ a notícia, focando sobre si o melhor lado desta, o jornalista ‘gere’ as fontes para conseguir extrair a informação que pretende”. Desta forma, as fontes tentam passar a informação que mais lhes interessa, de acordo com o ponto de vista que desejam, enquanto o jornalista tenta obter as informações que as fontes procuram esconder, explorando, assim, ângulos alternativos. Como refere Vasco Ribeiro (2006), a dinâmica entre fonte e jornalista não é linear, sendo que as notícias resultam de um processo produtivo vulnerável à influência de fatores externos aos media e só depois é que chegam ao espaço público. Esta relação de conflitualidade acaba por resultar em negociação entre ambas as partes. Assim, o jornalista respeita os embargos informativos, bem como o anonimato das fontes e a confidencialidade imposta pelo *off-the-record*, enquanto a fonte compreende o valor da imparcialidade e objetividade jornalísticas (Ribeiro, 2006). De realçar que as fontes podem tentar controlar o processo de produção noticiosa, mas não conseguem fazê-lo na totalidade, já que não passa pelas suas mãos o controlo da edição de textos ou os cortes e montagens elaborados pelos jornalistas, sendo que “o facto de as organizações recorrerem a publicidade paga e a existência de protestos por parte das fontes” também mostra esta falta de controlo por parte das fontes (Serrano, 2002: 41).

Para Gaye Tuchman (1978), há uma diferença essencial entre os jornalistas e as fontes: por um lado, os jornalistas exercem a sua atividade um pouco em parceria com outros colegas de redação, abordando diferentes opiniões, com a apresentação de propostas; por outro lado, a fonte age de forma autónoma, estando rodeada por profissionais de outras áreas dentro da organização ou instituição. O desenvolvimento da relação com a fonte é um processo habilmente orientado, com paciência, compreensão e capacidade de conversação sobre interesses comuns, até formar um clima de confiança (Traquina, 2002). A fonte de informação não divulga todos os dados que conhece, podendo seguir dois caminhos, “mostra cautela e mantém afastada a

curiosidade do jornalista, ou, se o jornalista procura indagar o que pretende conservar como secreto, dá razões sobre a impossibilidade de transmitir tal informação ou prepara um cenário de *off-the-record*' (Santos, 2006: 95).

É a partir do acesso às fontes que o jornalista consegue prosseguir as suas investigações jornalísticas. Como Mar de Fontcuberta afirma (1999), “um meio sem fontes é um meio morto”. Mas nem sempre esta relação basilar do jornalismo corre da melhor forma. Joaquim Fidalgo (2000) atenta para esta possível situação, sublinhando que o jornalista corre o risco de ser enganado, mas precisa de saber conviver com isso – e também prevenir-se – não devendo “castigar” ou “vingar”, mas assumir de forma humilde o seu erro e corrigir a informação errada que forneceu ao público, já que, afinal de contas, é sempre o jornalista quem dá a informação e não a fonte. Na mesma linha de pensamento, Rogério Santos (2006: 90) diz que “a fonte noticiosa pode manipular a informação e servir-se do jornalista para a amplificar; os jornalistas lutam, muitas vezes, contra factos não verificáveis”. De facto, a fonte nem sempre diz a verdade. Tal pode acontecer com fontes pretensamente idóneas que podem deturpar “os factos quando acabam de viver situações emotivas, por vaidade ou humildade, receio de sanções, confusão entre os seus desejos e a realidade” (Sousa, 2005: 53). Quando o jornalista duvida da credibilidade da fonte e para que possa escapar à escrita de possíveis notícias falsas, deve recorrer o mais possível à contrastação das fontes, tentando obter as mesmas informações a partir de outras fontes.

Neste clima de incerteza e pouca segurança, a confiança deve ser um valor basilar na relação entre jornalistas e fontes. Neste âmbito, Sandra Marinho (2000) afirma que podem existir três tipos de relações de confiança entre ambas as partes: as *calculistas*, onde há um cálculo racional e o mais rigoroso possível relativamente aos custos e benefícios da relação, bem como da quebra de confiança; as *relacionais*, que vão funcionando baseadas na interação repetida, tendo em conta a emoção e afetividade; as *institucionais*, nas quais o peso dos valores das instituições surge como garantia. O jornalista não pode perder a confiança na fonte e vice-versa, pois “uma única mentira pode deitar abaixo um trabalho de muito tempo de afirmação e correção” (Santos, 1997: 164). Todavia, a confiança pela fonte não pode limitar o jornalista em perscrutar devidamente as informações divulgadas, bem como realizar o contraditório.

Os próprios jornalistas também podem servir como fonte, pois estes partilham e confirmam informação entre si. Esta prática, chamada de “confraternização”, tem como objetivo “reduzir toda a possível ambiguidade ou incerteza acerca das informações a obter e liga-se à

prática de recorrer aos expoentes mais relevantes de entre os participantes em qualquer tipo de atividade” (Wolf, 1987: 228). Existem ainda as denominadas *peer and personal sources*: fontes constituídas por familiares, amigos, vizinhos, pessoas que conhecem em festas, aos quais os jornalistas dão mais credibilidade (Gans, 1979). Rogério Santos (1997) aponta ainda outra característica nesta relação entre jornalistas e fontes: a sua grande rotação profissional, o que pode tornar esta ligação efémera. Tal acontece porque os jornalistas vão mudando de meio de comunicação ou até mesmo de profissão, enquanto as fontes podem também alterar os seus cargos e estatutos profissionais – algo ainda mais visível no âmbito político.

1.2.1. Supremacia das fontes oficiais

Os jornalistas movem-se num grupo pequeno de fontes, dominado pelas pessoas que eles contactam ou pelas quais são contactados regularmente (Gans, 1979). Tal deve-se, sobretudo, a condicionamentos relativos à falta de tempo ou de recursos por parte do jornalista. Todavia, as fontes não são todas iguais, tal como os próprios jornalistas. Há, assim, uma hierarquização de ambos os lados. Para a fonte, o valor do jornalista pode variar a partir da sua “organização noticiosa, localização geográfica, área de especialização e seu posicionamento hierárquico na profissão” (Santos, 2006: 91). Já para os jornalistas, há, igualmente, uma hierarquia de contactos, na qual as fontes de informação se tornam mais importantes quando têm, por exemplo, acesso direto ao poder, o que faz com que o jornalista releve algumas atitudes arrogantes ou menos cooperativas por parte da fonte.

O jornalista pode recorrer a uma determinada fonte mais pelo que é do que pelo que realmente sabe, pois a maioria das pessoas acredita na autoridade da posição, além de que quanto mais prestigioso for o título ou a posição do indivíduo, maior será a confiança das pessoas na sua autoridade. Chama-se a isso a “hierarquia da credibilidade” (Becker, 1967). Tal alude à probabilidade das pessoas que ocupam posições poderosas ou com elevado estatuto na sociedade terem as suas asserções aceites e, conseqüentemente, noticiadas, pois julga-se que tenham informações mais precisas, verdadeiras ou especializadas sobre determinados assuntos. Estas fontes podem tornar-se, assim, em “definidores primários” de tópicos (Hall *et al.*, 1993: 229).

Como Rogério Santos (2006: 93) refere, “todos os jornalistas procuram fontes centralizadas, políticos, funcionários públicos, agentes com poder económico, político ou social, administradores de empresas, quadros superiores, amigos e conhecidos em quem deposita confiança”. Quanto mais competentes se tornam as fontes, mais capazes são de determinar

enfoques, relevâncias e até títulos na narração jornalística (Chaparro, 2001). Estas fontes têm mais recursos, podendo colocar mais facilmente os acontecimentos na esfera mediática, ao contrário de fontes não oficiais, que precisam de um maior esforço para conseguir que as suas informações cheguem ao conhecimento público. Todavia, por menor que seja a importância da fonte, o jornalista tenta sempre conservá-la, pois esta pode vir a revelar-se importante no futuro. As fontes, que, em outras ocasiões, forneceram materiais credíveis, têm boas probabilidades de continuarem a ser utilizadas, até se transformarem em fontes regulares (Traquina, 2002). As fontes capazes de antecipar informação aos jornalistas também são mais selecionadas (Gans, 1979). Neste âmbito, Valdir de Castro Oliveira (1996) agrupa o grau de influência na relação entre jornalistas e fontes em três tipos: a) os de total independência entre fontes e jornalistas; b) os que são caracterizados pela cooperação entre fontes e jornalistas; e c) a fonte como promotora de notícia na luta para prevalecer os seus interesses. São vários os fatores que determinam a seleção das fontes, bem como a supremacia de umas em relação às outras. Herbert Gans (1979) identificou alguns dos fatores para tal hegemonia: incentivos; poder da fonte; proximidade social e geográfica relativamente aos jornalistas; capacidade de fornecer informações credíveis, sendo este aquele que o autor considera determinante. Outros fatores que podem ter influência na escolha das fontes são também a conveniência, a autoridade aferida, a fiabilidade, a respeitabilidade e a capacidade de produção de informação (Gans, 1979). Para Anabela Gradim (2000 *apud* Joncew, 2005), a seleção e o acesso às fontes são fundamentais, definindo a autora algumas premissas nesta relação tão peculiar: 1) a boa fonte deve ser competente e qualificada e o jornalista só deve recorrer à mesma na sua área de conhecimento; 2) as fontes podem ser “profissionais”, ou seja, conhecedoras e especialistas no relacionamento com jornalistas, como os assessores de imprensa e profissionais de relações públicas; 3) nenhuma fonte é desinteressada, mesmo que não seja profissional; 4) se houver vítima e esta puder falar, deve ser ouvida; 5) a recolha de informação deve acontecer de forma sistemática e com rigor metodológico, sendo que todos os dados devem ser verificados e confirmados a partir de outras fontes; 6) o jornalista deve ter regras para se relacionar com as fontes, preparando-se devidamente para as entrevistas; 7) as fontes devem ser sempre citadas; 8) os dados que são obtidos em *off-the-record* devem ser usados apenas para confirmar informações fornecidas por outras fontes; 9) quando há falha na recolha de informação, todo o trabalho fica comprometido, aconselhando-se o reconhecimento do erro e recomeço do trabalho; 10) o jornalista não deve aceitar questões previamente elaboradas pelas fontes.

Há, assim, diferenças consideráveis na relação do jornalista com as fontes oficiais e não oficiais. Desta forma, “algumas fontes tendem a ser privilegiadas, enquanto outras são marginalizadas, eliminadas ou cobertas de forma negativa” (Sousa, 2005: 56). Quando a fonte é oficial, é o jornalista que a procura com maior insistência procurando obter a informação que pretende. Por outro lado, quando as fontes são consideradas menos relevantes, são estas que contactam os jornalistas. A verdade é que o jornalista aceita melhor as fontes oficiais (Santos, 2006), já que as considera mais críveis e fiáveis. Além disso, tendencialmente, as fontes oficiais correspondem melhor às necessidades organizativas das redações (Wolf, 1987). Destarte, há a tendência para os jornalistas confiarem, de modo diferencial, em fontes oficiais ou burocráticas para certas notícias (McQuail, 2003). Os jornalistas preferem fazer referência a fontes oficiais porque presume-se que essas fontes sejam mais credíveis, quanto mais não seja porque não podem mentir abertamente e porque também são consideradas mais persuasivas em virtude de as suas ações e opiniões serem oficiosas (Gans, 1979). Por norma, o êxito das fontes oficiais no acesso aos meios noticiosos reside sobretudo no desempenho dos seus recursos financeiros, institucionais, culturais que se traduzem em credibilidade, legitimidade e voz autorizada, ao contrário das fontes não oficiais (Santos, 2006). Assiste-se, então, a um verdadeiro desequilíbrio, já que algumas fontes são mais poderosas do que outras, tendo mais poder de negociação pelo seu estatuto, domínio no mercado ou valor comercial intrínseco (McQuail, 2003). Segundo Rogério Santos (2006), as fontes poderosas exercem influência sobre os jornalistas, como, por exemplo, ao não promover uma determinada informação, a fonte contribui para que ela nunca seja divulgada. A socióloga norte-americana Gaye Tuchman (1978) considera que a notícia pode ser uma aliada das instituições legitimadas, quando os media cobrem as instituições constituintes da hierarquia do Estado, contribuindo, assim, para o seu conhecimento público. Logo, os repórteres são colocados junto desse tipo de instituições porque há mais probabilidade que daí decorram ocorrências noticiosas. Há assim, uma “rede noticiosa”, como a autora (1978) define, que pode servir como chave para a construção noticiosa. Desta forma, como os media enviam os seus jornalistas para “organizações com maior poder na sociedade, as instituições legitimadas têm mais probabilidades de conseguir noticialidade” (Serrano: 2002: 42).

Sobre a questão da autonomia dos jornalistas, Stuart Hall e colegas (1993), acreditam que esta existe numa dimensão relativa, estando os jornalistas dependentes em relação às fontes institucionais (“definidores principais”) que acabam por tornar-se nos principais agentes da formação das ideias dominantes, devido à relação estruturada que já têm com os jornalistas.

Esta dependência advém ainda das especificidades do trabalho jornalístico, bem como da cotação interna do jornalista na redação, o que interfere na dimensão da sua autonomia interventiva (Santos, 1997).

Ora, o jornalista sofre diariamente diferentes tipos de pressões. Um deles é o implacável e incontornável tempo. Durante a produção noticiosa, nem sempre o jornalista pode dar-se ao luxo de esperar muito tempo por uma fonte, sendo que, quando esta acaba por não colaborar, a redação torna-se num caos. Para atenuar esta tensão, recorre-se, por vezes, aos eventos programados, ou seja, a acontecimentos que o jornalista pode preparar com mais antecedência e completude. Paul Manning (2001) considera que a pressão dos *deadlines* promove a dependência dos jornalistas em relação às fontes oficiais, pois estas suscitam, por norma, interesse jornalístico, precisamente porque são poderosas e as suas ações refletem-se no dia a dia dos consumidores das notícias. Para Rogério Santos (1997), o jornalista tenta, o máximo possível, resistir às pressões (internas ou externas), tentando garantir a sua isenção e autonomia, mas nem sempre é possível este distanciamento. “A relação próxima de poderes da administração de um conglomerado e dos dirigentes de um meio jornalístico aproxima ou funde os seus interesses” (Santos, 2006: 85), pelo que o poderio económico que é exercido nas redações tenta abater a autonomia jornalística.

Em Portugal, tem havido um avanço significativo na relação entre os media e os órgãos da Administração Pública (Lopes, 2000). No Estatuto do Jornalista, aprovado a 13 de janeiro de 1999, estão proclamados como direitos fundamentais dos jornalistas a “liberdade de expressão e de criação”, a “liberdade de acesso às fontes de informação”, a “garantia de sigilo profissional” e a “garantia de independência”. Desde a reformulação deste Estatuto que o jornalista passou a ter mais direitos. Assim, a Administração passou a estar obrigada a prestar informações aos jornalistas, devendo as recusas serem fundamentadas (Lopes, 2000). Contudo, nem todas as informações podem ser consultadas pelos jornalistas como as que são relativas a: processos que se encontrem em segredo de justiça; documentos classificados ou protegidos ao abrigo de legislação específica; dados pessoais que não sejam públicos; documentos que revelem segredo comercial, industrial ou relativo à propriedade literária, artística ou científica; e documentos que sirvam de suporte a atos preparatórios de decisões legislativas ou de instrumentos de natureza contratual (Lopes, 2000).

Aceder às fontes de informação é, por conseguinte, um direito legal do jornalista. Todavia, o jornalista tem também a obrigação de saber escolher as melhores fontes de

informação (diariamente, chegam às redações quantidades consideráveis de informação em bruto) e, claro, saber cultivá-las. Tal não obsta a que o jornalista confie cegamente naquilo que a fonte lhe diz, bem como a fonte tem também o direito de ser referenciada corretamente. Existem, porém, exceções, já que a identidade de uma fonte não pode ser revelada, mesmo que seja em juízo, a não ser que essa fonte tenha tentado embustear intencionalmente o jornalista. Tal é defendido no próprio Código Deontológico, no artigo 6: “O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, exceto se o tentarem usar para canalizar informações falsas”. Logo, o jornalista não deve revelar a identidade da fonte, sendo que a quebra do sigilo profissional por parte do jornalista é um ato grave (Traquina, 2002). Jorge Pedro Sousa (2005) alerta que quando o jornalista recorre a fontes anónimas, a não identificação dessas fontes deve ser resultado de um acordo das chefias e/ou da Direção do periódico, sendo que em casos mais problemáticos, tal deve ter também a concordância da assessoria jurídica da publicação. O autor (2005) considera ainda que o jornalista deve tentar, ao máximo, identificar as fontes o mais claramente possível, preferindo a regra *on deep background* à *on background*. Deve também explicar-se a razão do anonimato da fonte, tentando confirmar as informações da fonte anónima a partir de outras fontes, mesmo que estas também estejam em anonimato. Sobre as fontes anónimas, Rogério Santos (2006: 82) considera que estas encobrem, por vezes, as opiniões do jornalista, fontes oficiais ou amigos creditados do jornalista, “ao enquadrar as perspetivas de uma agência governamental ou de qualquer outra entidade, e ao curto-circuitar uma hierarquia ou contornar dificuldades políticas”.

As novas tecnologias de informação acabam por influenciar diretamente a produção noticiosa, problemática na qual se debruçaram vários investigadores. Por exemplo, S. Shyam Sundar e Clifford Nass (2001) que tipificaram as fontes nas notícias *on-line*, chegando a três categorias: *fontes visíveis* (aquelas que são manifestadas para o destinatário da mensagem ou conteúdo, como os *gatekeepers* das redações); *fontes tecnológicas* (abarcam os *media* ou os canais que são identificados pelos destinatários como produtores dos conteúdos; estas fontes são consideradas autónomas, apesar de não o serem, já que a fonte é atribuída ao dispositivo tecnológico, mas este é apenas um mero condutor dos conteúdos e não o seu autor); *fontes recetoras* (a seleção dos conteúdos provenientes dos novos *media* é realizada pelo recetor, ao contrário do que acontece nos *media* tradicionais). Ainda segundo Sundar e Nass (2011), há dois tipos de fontes recetoras: o indivíduo como fonte (a receção da informação acontece a um

nível individual, onde cada um é responsável pelos conteúdos que seleciona e consome, tornando-se numa espécie de *gatekeeper*) e a audiência como fonte (a receção da informação já se processa a um nível coletivo, mostrando que a audiência influencia e seleciona os conteúdos, como acontece nos chamados “*news groups*”, em que se chegam a tomar decisões sobre políticas publicitárias, por exemplo (Ribeiro, 2006).

1.2.2. “Revolução das fontes”: as fontes profissionalizadas

As fontes de informação têm visto o seu papel cada vez mais marcado na construção noticiosa, o que leva a um significativo aumento da profissionalização das fontes, sejam elas oficiais, não oficiais ou especializadas. Cada vez mais é possível verificar que fontes como presidentes de instituições, porta-vozes ou especialistas de comunicação seguem determinadas regras de contacto com os jornalistas, de modo a poder fornecer-lhes a informação que eles pretendem (Santos, 2006).

Para Fernando Correia (2006), os profissionais exteriores ao campo jornalístico (como gestores, publicitários, relações públicas, consultores, assessores, comentadores) têm cada vez mais interferência e participação – mesmo que indireta – na produção jornalística, sendo que estas fontes organizadas ligadas aos diversos poderes condicionam a capacidade de decisão e de autonomia do jornalista. Uma das principais formas de estas fontes profissionalizadas transmitirem a informação ao jornalista é através do comunicado escrito, que segue uma estrutura cara ao jornalista. Neste sentido, é preciso recordar que muitos assessores, por exemplo, são antigos jornalistas, conhecendo, portanto, as típicas normas de escrita jornalística. Não obstante, a base da relação continua a ser feita através de campanhas de comunicação e dos contactos pessoais, muitas vezes através de estratégias de *follow-up*, em que os gabinetes de comunicação voltam a contactar aos jornalistas para apurar em que ponto de situação está a notícia.

A partir das décadas de 1960 e 1970, começou a verificar-se uma maior dificuldade de os jornalistas terem a possibilidade de contactar diretamente os protagonistas das estórias (as chamadas “fontes primárias”), sendo que a informação que lhes chegava era em “segunda mão” (muitas vezes, sem procurarem pela mesma, fornecida através de intermediários, cada vez mais profissionalizados, que iam filtrando os dados em função dos interesses próprios dos patrões para os quais trabalhavam) (Fidalgo, 2008). Começava, assim, ainda que quase subtilmente, a “revolução das fontes”, designada, em 1998, por Manuel Chaparro. Este é o processo histórico que conduziu à sua organização e institucionalização das fontes, agora com uma capacidade

profissional e ofensiva de marcar a agenda das redações (Pinto, 2000). Manuel Chaparro (2001: 42) considera ainda o seguinte: “As fontes tornaram-se entidades organizadas, interessadas e preponderantes, mesmo quando não aparecem (...). Mais do que detentoras de informação ou de conhecimento, as fontes tornaram-se produtoras competentes dos acontecimentos e saberes que interessam aos jornalistas”.

Atualmente, as dúvidas são já parcas quanto à eficácia destas fontes profissionalizadas ou organizadas. Ao longo do tempo, os jornalistas têm vindo a confiar, cada vez mais, nos dados que são provenientes dos assessores de imprensa, porta-vozes governamentais ou técnicos de gabinetes de relações públicas e agências de comunicação (Ribeiro, 2006). A este respeito, Herbert Gans (1979) defende que as organizações noticiosas vão tendendo para a passividade, enquanto as fontes interessadas são muito mais ativas, o que torna os órgãos jornalísticos mais permeáveis àquelas fontes. Não obstante, Gans nunca abandona uma perspetiva construcionista da notícia, considerando que há uma autonomia dos jornalistas neste jogo negocial (Sousa, 2002).

Ainda no âmbito da “revolução das fontes”, Harvey Molotch e Marilyn Lester (1974) apresentaram um conceito inovador para a época, o de “promotores de notícias” (*news promoters*), referentes às fontes que tentam promover determinados acontecimentos à categoria de notícia ou que, pelo contrário, tentam impedir que algumas ocorrências possam tornar-se em notícia. Assim, a intencionalidade é a razão de ser do que a fonte divulga e do que não divulga (Sousa, 2002). Nesta categoria, estão incluídos os assessores de imprensa ou relações públicas, cujo principal desejo profissional é conferir uma dimensão de acontecimento público a factos relativos às entidades que representam (Ribeiro, 2006). Estes “promotores de notícias” conhecem bem as rotinas jornalísticas, aproveitando-se disso mesmo para exercer a sua tentativa de promoção de notícias. Todavia, os investigadores realçam que os jornalistas têm um elevado grau de autonomia em relação às fontes, bem como na construção das notícias propriamente ditas. Este não é, todavia, um pensamento partilhado por outros autores, como Stuart Hall e colegas (1978), que consideraram que algumas fontes são tão poderosas que conseguem definir o enquadramento noticioso, o que acaba por pressupor uma menor capacidade e autonomia no trabalho do jornalista.

Daniel Boorstin (1987) definiu os acontecimentos divulgados pelas fontes que são previamente elaborados com o objetivo de irem ao encontro dos critérios de noticiabilidade, os “pseudo-acontecimentos”. Para o autor (1987), estes não são espontâneos, mas essencialmente

provocados com o objetivo de serem contados ou gravados, sendo que as circunstâncias são organizadas tendo em vista o meio de informação a que se destina. A medição do seu sucesso será feita a partir da sua difusão (Ribeiro, 2006). Todavia, os “pseudo-acontecimentos” podem não ser motivados somente pelas fontes, mas também pelos próprios jornalistas, quando estes solicitam comentários sobre assuntos já encerrados ou de pouca importância ou quando baseiam as notícias nos boatos que mais lhes convêm, com o intuito de fomentar ou até mesmo criar novas histórias (Ribeiro, 2006). Além disso, estes “pseudo-acontecimentos” confundem os papéis de fonte e jornalista, pois não se sabe ao certo quem cria o acontecimento, compõe e elabora a notícia (Joncew, 2005). Não obstante, em teoria, o acontecimento só existe quando, de facto, acontece alguma coisa. Mas, na prática, os meios de comunicação conseguem transformar em acontecimento o que nunca chegou a ocorrer, sendo os boatos políticos o caso mais paradigmático (Nery, 2004).

1.3. Abordagem às fontes de informação a partir da produção científica

O estudo das fontes de informação tem constituído um aspeto central da pesquisa sobre jornalismo (Sousa, 2002). Leon V. Sigal é considerado um dos autores mais proeminentes relativamente à investigação sobre fontes. Em 1973, levou a cabo um estudo comparativo entre o noticiário político dos jornais diários norte-americanos *The New York Times* e *The Washington Post*, chegando à conclusão de que as notícias resultam da informação que as fontes transmitem e não daquilo que os jornalistas pensam. Tal não obsta a que a informação não seja alterada pela mediação das organizações noticiosas e as suas respetivas rotinas e convenções jornalísticas (Ribeiro, 2006). O autor pretendia descobrir como é que a imprensa faz a cobertura dos acontecimentos nacionais e mundiais e como é que essa mesma informação é processada, instigando-se por que os políticos fazem uso da imprensa e acabam por conseguir, através dela, alcançar os seus objetivos. Para tal, Sigal estudou a relação entre jornalistas e os funcionários do governo, conseguindo abranger duas áreas: o campo jornalístico e o da política. Como principais resultados, o autor (1973) concluiu que a maior parte das notícias provém dos políticos, superiorizando o papel de qualquer outra fonte, sendo que as notícias que têm origem em fontes autorizadas do governo representam metade do total da amostra que Sigal analisou. Sendo assim, as fontes oficiais ganham preponderância em relação às restantes, pelo que a autoridade e a credibilidade da fonte acabam também por relacionar-se com a sua posição hierárquica. Logo, a capacidade para influenciar as notícias é cada vez maior consoante a posição no seio do

governo, fazendo com que os jornalistas se desloquem com maior frequência para a cobertura de departamentos de âmbito político. Sigal (1973) dividiu ainda os canais de informação em três categorias: *canais de rotina*, que abrangem acontecimentos oficiais, conferências de imprensa e relatórios; *canais informais*, definindo-se como sendo fugas de informação, encontros reservados, entrevistas com jornalistas ou relatórios de outras organizações noticiosas; *canais de iniciativa*, quando o jornalista conduz a entrevista por sua iniciativa e acontecimentos espontâneos que sejam relatados pelo jornalista. Na sua análise, Sigal concluiu que as notícias têm mais vezes origem através dos canais de rotina das organizações onde haja permanentemente jornalistas. Por fim, segundo o autor, o jornalista também prefere conhecidos a desconhecidos, apenas recorrendo a pessoas menos representativas aquando de uma quebra de rotina, um acontecimento inesperado.

Edie Goldenberg (1975) investigou a relação entre conhecidos e desconhecidos que têm acesso às notícias, avaliando os modos como os grupos de fracos recursos conseguem chegar aos jornais. No livro *Making the papers – the access of resource-poor groups to the metropolitan papers*, o autor subsume que esses grupos procuram almejar os seus objetivos junto dos jornalistas através de aspetos como a credibilidade, visibilidade e a superioridade e reputação morais. O que distingue os grupos com menos recursos (indicadores financeiros baixos, bem como uma reduzida visibilidade) e os com mais recursos é a maior probabilidade que os segundos têm em conseguir criar notícia.

Herbert Gans (1979) contribuiu enormemente para o avanço dos estudos neste campo, ao analisar o comportamento dos jornalistas em diferentes redações nos EUA (as cadeias de televisão *CBS* e *NBC* e as revistas *Time* e *Newsweek*). A investigação foi centrada no campo do *newsmaking* e o autor considerou a fonte como o fator basilar para a qualidade da produção noticiosa. Gans classificou as fontes em institucionais e oficiosas ou estáveis e provisórias e distinguiu também entre Conhecidos (representantes das elites políticas, económicas, sociais e culturais) e Desconhecidos (cidadãos anónimos), chegando Gans à conclusão de que os conhecidos produzem quatro vezes mais notícias do que os desconhecidos. O autor subsumiu também que o acesso dos jornalistas às fontes não é idêntico, sendo que os jornalistas especializados acabam por estabelecer relações continuadas e de maior proximidade com as fontes. Desta forma, as fontes tornam-se numa espécie de informadores pessoais do jornalista, que obtém, assim, informações novas e até exclusivas. Destarte, origina-se uma relação de obrigações mútuas entre o jornalista especializado e a fonte. Não obstante, o jornalista não

especializado necessita noticiar acontecimentos muito divergentes, sem conhecimentos específicos e inerentes a uma maior pressão temporal para trabalhar na peça. Desta forma, o jornalista prefere recorrer às fontes autorizadas, mais credíveis e quase sempre prontas para responder ao repórter. Além disso, os próprios jornalistas servem também como fonte para os seus colegas, já que partilham e confirmam informação entre si. Todavia, Gans também constatou no seu estudo que estas informações reveladas entre jornalistas são apenas aquelas que não parecem levar a uma notícia exclusiva.

Stephen Hess (1984) teve como investigação a observação dos gabinetes de imprensa de cinco agências federais de Washington, instigando-se sobre a posição da fonte em situações de crise, invulgares e inesperadas, e outras de rotina. Hess concluiu que pouco se sabe sobre as relações entre jornalistas e governo, impelindo, na época, a uma investigação mais exaustiva neste âmbito. O autor refere que os jornalistas e as fontes movem-se em círculos de influência, reagindo às atitudes uns dos outros. Além disso, “os jornalistas dizem que os assessores e as várias burocracias políticas e partidárias divulgam apenas a informação que lhes interessa, escondendo o que não lhes interessa” (Serrano, 2002: 43).

Richard V. Ericson, Patricia M. Baranek e Janet B. L. Chan (1989) também investigaram a problemática das fontes, explanada na obra *Negotiating control – a study of news sources*. Os autores analisaram, em Toronto, diversas áreas institucionais, como tribunais, empresas e o Parlamento provincial, tendo como foco os meios que as fontes usam para protegerem as suas organizações da investigação jornalística e dos possíveis desvios e fugas de informação. Assim, abordaram os processos das fontes para controlarem a sua imagem e a própria autonomia dos jornalistas, aferindo o modo como as fontes usam a própria indústria dos media noticiosos. Os autores (1989) preocuparam-se, sobretudo, com a forma como as fontes diligenciam para proteger a sua organização da intromissão dos jornalistas, ao mesmo tempo que tentam obter publicidade positiva favorável, que é vista como um modo valorizado de manter o controlo sobre o ambiente organizacional. Richard V. Ericson e colegas (1989) consideraram que a maioria das fontes tem ligação às organizações oficiais, sendo que os jornalistas citam mais os diretores ou administradores ao invés de pessoal subalterno, devido, justamente, ao facto de aquelas fontes estarem “em posição de saber e são autorizadas a responder, de uma maneira satisfatória, sobre assuntos da responsabilidade das respetivas organizações” (Serrano, 2002: 38). Na opinião dos autores (1989), há maior convergência entre jornalistas e fontes quando se trata de jornalistas correspondentes ou destacados nas organizações, criando uma ambiência de

socialização, significando que os jornalistas acabam, por vezes, a participar dos próprios acontecimentos sobre os quais escreve. Assim, o jornalista torna-se parte da cultura da organização, conhecendo os seus valores, o que, para Richard V. Ericson e colegas (1989), faz com que estas convergências originem uma maior dependência dos jornalistas para com as fontes.

Philip Schlesinger (1993) optou por um rumo de investigação com alguma similitude ao de Richard V. Ericson e colegas, tendo trabalhado na área da justiça, da lei e do crime. O autor também subsume que o trabalho jornalístico tende, por norma, a favorecer os interesses das fontes que têm mais autoridade, sobretudo as que se localizam no Estado e no aparelho governamental. Todavia, ao contrário de muitos estudos que se centram na importância das fontes oficiais, este autor investigou mais a fundo as fontes não oficiais e os grupos de pressão, concluindo que a relação entre fontes e jornalistas funciona como uma troca, ocorrendo entre dois grupos: profissões e tipos de organizações. Aliás, Schlesinger considerava redutora a dicotomia entre fontes oficiais e não oficiais, já que há agentes sociais que são subvencionados pelo Estado mas que não perdem por completo a sua liberdade reivindicativa (Ribeiro, 2006). Neste sentido, há fontes que conseguem estar na dianteira no acesso aos órgãos de informação (com uma predominância para as que se situam no aparelho governativo) através de aspetos como a seleção ajustada dos meios-alvo a contactar e saber sensibilizá-los devidamente para os acontecimentos que estão a ser transmitidos, além de ter em conta que essas mensagens devem seguir os princípios e regras do jornalismo, o que também inclui a posterior verificação de fontes, através do contraditório.

Paolo Mancini e Daniel Hallin (1993) observaram o relacionamento entre os jornalistas e as fontes em sede parlamentar, já com alguma atenção para as possíveis perversidades que podem resultar da forte proximidade entre quem fornece a informação (políticos) e quem lhes dá a cobertura noticiosa (jornalistas). As conclusões dos investigadores foram as seguintes: por um lado, os políticos utilizam os jornalistas para fazer circular no espectro mediático as informações desejadas, mas os jornalistas fazem também um certo uso impróprio (igualmente estratégico) das declarações dos políticos, mesmo quando estas são dadas em registo informal. O político necessita, assim, dos jornalistas para poder realizar os seus propósitos, mas também sabe do perigo desta relação, considerando os jornalistas como agentes perigosos, apesar da sua obrigatoriedade em respeitar o anonimato das fontes (Ribeiro, 2006).

A relação entre jornalista e fonte tem uma dinâmica animada por objetivos bem divergentes, como constataram Jay Blumler e Michael Gurevitch (1995), que investigaram o cotidiano da redação da cadeia televisiva *BBC*, entre 1966 e 1992, onde analisaram o relacionamento entre os jornalistas e os políticos. Os autores concluíram que os políticos precisam dos jornalistas para transmitirem as suas mensagens, adaptando-se aos seus formatos e gêneros jornalísticos. Já os jornalistas não conseguem cumprir totalmente o seu papel de “quarto poder” (vigilância política) sem terem acesso à informação que os políticos disponibilizam. Desta forma, é necessário que haja um ajustamento de papéis e uma convergência de interesses, nascendo uma cultura partilhada, que engloba “imparcialidade, objetividade, respeito pelos embargos, anonimato das fontes e confidencialidade no *off-the-record*” (Santos, 2003: 26). Não obstante, tal não significa que estas duas partes (fontes e jornalistas) se fundam num todo. Pelo contrário, ambas mantêm os seus próprios objetivos e pretensões, mantendo-se, assim, uma negociação e troca de interesses. Destarte, os jornalistas permitem que os políticos consigam fazer chegar a sua mensagem a uma vasta audiência através de um meio credível. Por outro lado, os políticos fornecem aos jornalistas a informação de que estes necessitam para poderem conferir significado aos acontecimentos que são consumidos por essa mesma audiência (Ribeiro, 2006).

Paul Manning (2001) elaborou um estudo sobre fontes de informação, no qual constatou que as fontes com mais poder exercem influência nos jornalistas em dois momentos: quando libertam e produzem informação, mas também quando se silenciam, já que quando a fonte não transmite a informação, colabora para que esta nunca seja do conhecimento público. Quanto às fontes de fracos recursos ou a grupos minoritários, o autor considerou que estas têm dificuldade em amoldar agendas noticiosas, devido ao seu baixo nível na hierarquia de contactos elaborados pelos jornalistas. Assim, não podem preservar ou publicitar um acontecimento, dependendo mais dos acontecimentos inéditos, inesperados e com maior grau de espetacularidade.

Alison Anderson (1991) era discípula de Schlesinger e dissecou o peso das fontes institucionais e das fontes não oficiais no âmbito da construção das agendas políticas relativas a questões ambientais. A autora concluiu que os media têm um papel fundamental para as políticas dos grupos de pressão que estão ligados ao ambiente que, por sua vez, têm tido, uma abordagem cada vez mais elaborada com os jornalistas. Desta forma, a cobertura mediática de um acontecimento ambiental não é só o resultado de uma preocupação pública, mas é ainda fruto da capacidade que os promotores de informação têm em conseguir influenciar a agenda

das redações. Anderson (1991) considerou ainda que as fontes não oficiais acabam por ter discrepantes níveis de acesso aos media, conseguindo impor-se, por vezes, na entrada do espectro mediático.

Andrea Miller e David Kurpius (2010) realizaram um estudo com 244 participantes, procurando analisar as perceções dos cidadãos em relação às fontes, com enfoque na credibilidade das mesmas. Pela primeira vez, os resultados mostraram que os cidadãos distinguem a credibilidade de fontes oficiais e não oficiais, além de que foram encontradas mais fontes masculinas do que femininas, bem como um menor número de fontes relativas às minorias.

Em Portugal, há também registos de importantes estudos sobre as fontes de informação. O investigador Rogério Santos (1997: 193) debruçou-se sobre as fontes e os jornalistas, chegando à conclusão de que as fontes de informação mostram uma disponibilidade permanente perante a demanda dos jornalistas, pelo que as fontes representantes de instituições governamentais, empresariais e associativas “traçam, antecipadamente, a ocorrência de acontecimentos, trabalhando-os de forma sistemática e enviando-os para o jornalista, segundo critérios de noticiabilidade adequados”. Não obstante, as fontes procuram também acesso aos jornalistas, mantendo um contacto regular com os mesmos. De referir ainda que o autor considera uma fonte oficial consegue ter um maior acesso do que uma fonte anónima, sendo que a atividade de uma fonte tem dois sentidos opostos: por um lado, eleva o sucesso das instituições que representa, mas, por outro lado, tenta escamotear os aspetos negativos e menos prestigiantes.

Na mesma linha de raciocínio relativamente à importância das “fontes sofisticadas” está Maria Estrela Serrano (1998), que realizou um inquérito aos jornalistas da região da Grande Lisboa, concluindo que 59,9% dos inquiridos recorriam maioritariamente a fontes de informação profissionalizadas, como assessorias de imprensa e gabinetes de relações públicas. A conclusões semelhantes chegaria, anos mais tarde, Vasco Ribeiro (2006), que analisou a influência das fontes no noticiário político, tendo em conta a maior sofisticação das fontes de informação. Para tal, analisou os quatro grandes diários portugueses (*Correio da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Público*) durante os anos 1990, 1995, 2000 e 2005. O autor concluiu que cerca de 60% do noticiário político é dominado pelas fontes do Governo e de partidos políticos com assento na Assembleia da República, sendo que são as forças partidárias na oposição que constituem o grupo de fontes com maior projeção mediática. Além disso, o

noticiário impresso tem por base 80% de informação com atribuição da fonte e o restante com reserva da identidade da fonte, considerando o autor que os jornalistas portugueses são cuidadosos no que diz respeito aos graus de confidencialidade que são utilizados na construção noticiosa (*on background* e *on deep background*). O autor constatou ainda que os dois diários considerados de “referência” (*Diário de Notícias* e *Público*) são os que mais recorrem a fontes anónimas, quer *on background*, quer *on deep background*, procurando fugir à informação colocada de forma intencional, tentando, desta forma, publicar notícias em primeira-mão e em exclusivo. Assim, estas publicações tendem a cultivar uma relação sustentada e duradoura com as fontes mais próximas do poder e da oposição, procurando obter a informação mais sensível, pelo que essa informação só poderá ser transmitida de forma anónima (Ribeiro, 2006).

Ricardo Jorge Pinto (1997) teve como objetos de estudo jornais de referência, de modo a aferir a evolução da estrutura do jornalismo político. Assim, o autor estudou *Diário de Notícias*, *Le Monde*, *The New York Times* e *The Times*, entre 1970 e 1995. As suas principais conclusões são as seguintes: há uma relação mista de conflito e cumplicidade entre os jornalistas políticos e os políticos que são as suas fontes; o acesso aos *news media* foi potencializado pela diversificação de fontes (é de assinalar que o número de fontes praticamente duplicou entre os anos 1970 e os 1990 do século XX) e a procura de novos ângulos de abordagem; as novas tecnologias facilitam o acesso a fontes de informação mais diversificadas, contudo, o autor regista que a um maior número de fontes não corresponde um aumento do número de citações, aliás, pelo contrário; as fontes anónimas tornaram-se no símbolo do jornalismo político nos anos noventa, pois os políticos sentiam-se mais confortáveis a prestar declarações em anonimato, o que também é vantajoso para os jornalistas, que podem usar o anonimato para legitimar determinados pontos de vista (Sousa, 2002). Além disso, o autor também verificou uma diminuição do recurso às fontes identificadas, optando os jornalistas pelas anónimas. Ricardo Jorge Pinto (1997: 235) teve também em conta a influência do marketing político nos procedimentos jornalísticos, considerando que “os esquemas de jogo da reportagem política estão a tornar-se mais complexos”. As fontes anónimas tornaram-se fontes credíveis e assiste-se a uma subversão dos antigos padrões dos procedimentos jornalísticos. Segundo Jorge Pedro Sousa (2002), há fontes que pretendem visibilidade para determinados assuntos, mas não para si mesmas, pois necessitam de proteger ou salvaguardar a sua posição, sendo estas fontes anónimas, que os jornalistas usam porque confiam minimamente nelas, já que as suas informações são, muitas vezes, úteis para confirmar suspeitas ou orientar as investigações

jornalísticas. Para o investigador, “o jornalismo político é agora produto da assimilação do sistema dos meios de comunicação social pelos sistemas políticos, e vice-versa, sendo que ambos os agentes tiveram que se adaptar a uma estrutura de informação mais flexível. Os repórteres são agora parte num sistema sem fundo concreto” (Pinto, 1997: 235). Além disso, há uma maior diversificação das fontes e facilidade no contacto com os jornalistas, e vice-versa. Tal acontece porque a proximidade entre os meios encoraja a um relacionamento mais frequente com as fontes, bem como os políticos têm atualmente empenhados consultores de comunicação e imagem (muitos são, aliás, antigos jornalistas que continuam a manter ligações pessoais com antigos colegas no ativo), que procuram uma exposição mediática conveniente para quem representam.

Segundo um estudo de Jorge Pedro Sousa (2002), nos diários portugueses de referência, *Público e Diário de Notícias*, predominam as fontes *on background* em detrimento das fontes *on deep background*, pois os jornalistas tentam credibilizar o mais possível a informação das fontes anónimas, aproximando a sua identidade. Além disso, os diários portugueses de referência usam fontes anónimas no noticiário político. O autor refere ainda que, hipoteticamente, a credibilização do noticiário político e a diferenciação dos jornais de referência em relação aos jornais populares poderá verificar-se a partir do uso recorrente das fontes identificadas, tal como acontecia durante a subsistência do modelo de jornalismo político declaratório e descritivo, dos anos posteriores à Segunda Guerra Mundial até meados dos anos 1960/1970 do século XX.

1.3.1. Classificação das fontes

A classificação das fontes não é feita da mesma forma pelos teóricos que estudam esta problemática. Para Herbert Gans (1979: 81), as fontes de vários tipos (institucionais e oficiosas; estáveis e provisórias; ativas e passivas; conhecidos e desconhecidos) podem coexistir com jornalistas (especializados ou generalistas) e público, “apesar de este sistema se assemelhar mais a um foco de guerra do que a um organismo funcional inter-relacionado”. Nesta tipificação de fontes, é avançada a distinção entre “Conhecidos” (elites políticas, económicas, sociais e culturais) e “Desconhecidos” (cidadãos anónimos).

Para Manuel Pinto (2000), há oito formas de categorizar as fontes: 1) segundo a *natureza*, podem ser fontes pessoais ou documentais; 2) segundo a *origem*, fontes públicas ou privadas; 3) quanto à *duração*, as fontes podem ser episódicas ou permanentes; 4) em relação ao *campo geográfico*, há as fontes locais, nacionais ou internacionais; 5) tendo em conta o *grau de envolvimento nos acontecimentos*, as fontes podem ser oculares (primárias) ou indiretas

(secundárias); 6) segundo a sua *atitude em relação ao jornalista*, as fontes podem ser ativas (espontâneas) ou passivas (abertas e resistentes); 7) do ponto de vista da *identificação*, as fontes podem ser anónimas (confidenciais) ou explícitas; 8) em relação à *metodologia ou estratégia de atuação*, as fontes podem ser pró-ativas, reativas, preventivas ou defensivas.

Já Rogério Santos (2006) faz a diferenciação entre tipos de fonte: *fontes oficiais*, mais poderosas, que garantem, com facilidade, a mediatização dos acontecimentos; *fontes não oficiais* (associações, empresas de menor dimensão, grupos cívicos, organizações não-governamentais), que têm menos facilidade ao divulgar os acontecimentos; *fontes especialistas*, ou seja, possuidoras de um conhecimento específico de uma área do saber; *fontes anónimas* (pessoas a quem o jornalista atribui opiniões sem revelar a sua identidade). O autor (2006) conclui também que o jornalista aceita melhor as fontes oficiais, apesar de nem todas terem o mesmo poder. Certo ainda é que a investigação jornalística não está apenas restringida às fontes humanas de informação, podendo recorrer o jornalista a fontes documentais, obtidas através da internet ou bancos de dados. Como Jorge Pedro Sousa (2005: 53) realça, “no coração do jornalismo situa-se a fonte, seja do tipo que for”. O autor (2005) refere que podem classificar-se as fontes de acordo com a sua *proveniência*, sendo internas (os próprios colegas ou arquivo da redação), externas (uma fonte exterior contactada pelo jornalista) ou mistas (um jornalista que presenciou um acontecimento noticiado por um jornalista de outro meio de comunicação), além da diferenciação feita tendo em conta o seu *estatuto*, podendo ser oficiais estatais (Assembleia da República), oficiais não estatais (partidos políticos), oficiosas (um assessor de comunicação ou porta-voz) e informais (a testemunha de um acontecimento, por exemplo).

Para Richard Ericson e colegas (1989), existem quatro categorias de fontes: jornalistas, porta-vozes de instituições e organizações governamentais, porta-vozes de instituições e organizações não-governamentais, e cidadãos individuais. Segundo os autores (1989), os cidadãos individualizados representam a *vox populi*, tendo um menor estatuto na hierarquia das fontes, o que não obsta a que surjam num grande número de notícias, uma vez que também refletem os pontos de vista dos jornalistas (Ribeiro, 2006). As fontes individuais podem exprimir-se em três modos: reação pública a notícias concebidas a partir de dados fornecidos pelas fontes institucionais; crítica a políticas ou comportamentos com impacto negativo sobre as mesmas; manifestação de emoções em relação a determinadas situações de cariz público ou de opiniões sobre decisões oficiais, o que também acaba por sustentar a ideologia do próprio jornalista, verificando-se aqui uma tendência para a utilização das citações dos cidadãos de

acordo com a mundividência do jornalista, que assim exprime as suas convicções através das notícias (Ribeiro, 2006). Além disto, Ericson e colegas (1989) assinalam também a existência das fontes não específicas, que não têm qualquer indicação da sua entidade ou filiação organizacional.

Ainda a respeito da taxonomia das fontes, Melvin Mencher (1991) elaborou, na sua obra *News reporting and writing*, quatro níveis de identificação das fontes ou de atribuição de informação, tendo em conta os compromissos assumidos pelo jornalista: *on the record* (atribuição direta, para publicação), *off-the-record* (confidência total), *on background/not for attribution* (atribuição com reserva) e *on deep background* (atribuição com reserva total). Quando se trata de *on the record*, a fonte é identificada e a integridade das suas declarações pode servir como matéria jornalística. O contrário verifica-se quando é solicitado o *off-the-record*. O jornalista, quando expressamente aceita ouvi-lo, não deve identificar a fonte ou divulgar qualquer informação que ela tenha fornecido. Todavia, estas informações obtidas em *off-the-record* são, muitas vezes, muito importantes para a evolução do trabalho jornalístico, pois o jornalista pode depois tentar confirmar ou desmentir através de outra fonte a informação que lhe fora anteriormente transmitida. Não obstante, se o jornalista confirmar através da outra fonte a informação original, obtida em *off-the-record*, obtém a legitimidade necessária para poder difundir a informação. A este propósito, Vasco Ribeiro (2006) considera que o *off-the-record* constitui uma profícua ferramenta de trabalho para as fontes profissionais de informação quando usado de forma estratégica, pois pode, preventivamente, travar eventuais notícias negativas ou evitar a perda de notoriedade de um determinado político. Já quando a situação é *on background/not for attribution*, a fonte não é totalmente identificada, mas podem ser fornecidos alguns dados sobre a sua condição ou sobre o ambiente onde trabalham, ou seja, designações como “fonte próxima de...”, “um membro do Governo”, “um dos participantes na reunião”, entre outros (Ribeiro, 2006). As fontes *on background* podem ser usadas como objeto de enunciação no trabalho jornalístico, além de que podem moldar a construção noticiosa, sem que o leitor se aperceba que a fonte daquela informação é a principal parte interessada. Finalmente, a fonte *on deep background* não pode ser identificada, tal como não podem ser fornecidos dados que indiciem a sua condição ou o ambiente onde atua. Ainda assim, as informações que fornece podem ser divulgadas, com designações como “fonte bem colocada”, “fonte bem informada” ou “fonte autorizada”, “apurou-se”, “sabe-se”, “é do nosso conhecimento”, “segundo nos informaram”. Pode não ter até qualquer denotação, como “a taxa de IVA aplicada aos bens

essenciais vai ser reduzida pelo Governo, mas ainda não estão definidos os novos valores” (Sousa, 2005: 52). O jornalista pode, assim, citar, desde que não identifique qualquer fonte, direta ou indiretamente. Vasco Ribeiro (2006) defende que o *on deep background* pode afigurar-se como uma arma poderosíssima, podendo, nas mãos erradas, causar muitas vítimas, continuando sempre sob o escudo de proteção jornalística.

2. Jornalismo desportivo

O jornalismo desportivo “oscila entre o imediatismo da oferta informativa ou cobertura noticiosa pura e a dependência do comentário de *experts* que participam na construção da perceção dos eventos” (Rui Novais, 2010: 13). A imprensa desportiva, tanto jornais como revistas, pode ajudar a incrementar o interesse antes do evento desportivo propriamente dito e mantê-lo na esfera mediática muito tempo após o mesmo terminar, o que é fomentado pelo estatuto de celebridade que envolve as figuras desportivas (Rowe, 1999). Por exemplo, a maior parte das notícias dos três diários desportivos portugueses tem por base as conferências de imprensa precedentes aos jogos, dadas pelos protagonistas dos três clubes principais (Flores, 2004). A cobertura mediática da imprensa desportiva é “imediatista e extremada”, alternando entre a exaltação (aquando dos resultados vitoriosos) e “a crítica estratégica e contundente” (quando se trata de desfechos menos positivos), uma característica do jornalismo desportivo que o autor denomina de “estrabismo jornalístico” (Rui Novais, 2010: 16-17).

2.1. Uma editoria menor?

O jornalismo desportivo deambula entre a informação pura e crua e o apelo por uma frivolição noticiosa. Muitas vezes considerado como uma editoria menor, chega até a ser desprezado pelos próprios jornalistas que não trabalham nesta editoria. Carlos Ivan Yanez (1995) não concorda com esta asserção, recusando o jornalismo desportivo como ‘o irmão pobre’ da comunicação. Bernstein e Blain (2002) corroboram, considerando que o jornalismo desportivo deixou de ser um interesse marginal dos media e tem agora um papel de destaque na imprensa generalista, bem como se afirma como uma editoria relevante e uma forma especializada de jornalismo.

Mas há também quem considere o contrário. Felisbela Lopes e Sara Pereira (2006: 8) vão ao cerne da questão e inquirem: “O jornalismo desportivo é um subcampo do jornalismo ou situa-se algures entre o entretenimento e uma poderosa indústria que rende milhões de euros?”.

De facto, isto é o que está em causa atualmente. Bob Franklin (1997) vai mais longe, dizendo que a importância cada vez mais significativa do jornalismo desportivo é, por si só, um sintoma do declínio crescente dos padrões jornalísticos. Mark Douglas Lowes (2000 *apud* Oates & Pauly, 2007) considera até que a cobertura mediática desportiva é uma espécie de publi-reportagem. Encarado como o *toy department* no jornalismo – numa designação atribuída por Howard Cosell (um jornalista desportivo norte-americano) – tal analogia deve-se ao facto de se considerar os brinquedos e brincadeiras como algo pouco sério e importante, o que faz com que o jornalismo desportivo não seja uma das editorias mais prestigiantes. É também tido como uma mera exposição de resultados de jogos, sendo um espaço para debates sobre jogadores e equipas, que acabou por criar celebridades, incluindo os próprios jornalistas desportivos (Sugden & Tomlinson, 2007).

Raymond Boyle (2006) considera que a ideia tradicional de jornalismo desportivo começa a ser substituída pela conceção de um jornalismo relacionado com atividades desportivas, devido à crescente importância que os setores políticos e económicos têm no desporto. Assim, segundo o autor, a indústria desportiva acaba por envolver também instituições financeiras, tendo, inclusive, intervenção governamental. A noção de um jornalismo de atividades desportivas deve-se também a um alargamento das modalidades que o jornalismo desportivo aborda, pelo que Boyle (2006: 5) considera que “tornou-se mais correto falar em jornalismo sobre desporto, num contexto mais geral, do que num jornalismo de nicho, rotulado, de forma limitada, como jornalismo desportivo”.

Há ainda uma ideia algo generalizada de que todos percebem do desporto, pelo que todos os jornalistas podem facilmente escrever sobre o tema. “O futebol ocupa o maior espaço das secções esportivas e, na prática, ninguém desconhece as regras básicas desse jogo” (Erbolato, 1981: 16). Ora, tal pode não ser absolutamente verdade. Por exemplo, os jornalistas de economia precisam de ter conhecimentos abrangentes sobre aspetos económicos e financeiros, dominando as suas especificidades. Pode verificar-se também alguma similitude no jornalismo desportivo, pois este é bastante específico, algo comprovável através da sua linguagem própria, que complexifica a própria imprensa desportiva. Assim, apesar de o jornalismo desportivo ter a obrigação de se nortear pelas mesmas técnicas de escrita que abrangem qualquer trabalho jornalístico, há uma terminologia específica desta editoria e, mais ainda, de cada modalidade a ser noticiada. Sobre esta questão, Martínez Albertos (1992) considerou que um dos principais aspetos desta especificidade no caso do jornalismo sobre

futebol é a presença de neologismos. Não obstante, a escrita desportiva deve designar todos os aspetos relativos ao desporto a ser analisado, mas sem deixar de passar a expressividade necessária para que possa ser bem entendido pelo leitor. Todavia, tal não significa que se deva mostrar qualquer ligação emocional por aquilo que está a ser noticiado, da mesma forma que a maior criatividade da escrita jornalística desportiva – e os seus estilos de escrita pouco convencionais – sirva como desculpa para uma frivolição noticiosa. A generalização de termos e expressões típicas do mundo futebolístico (o chamado ‘futebolês’) pode ser também demonstrativo da ‘futebolização’ do país, já que tal linguagem acaba por expandir-se a outros campos, que não só o desportivo, como nos discursos políticos e na própria linguagem quotidiana (Coelho & Tiesler, 2006).

Outro dos fatores potenciadores para que o discurso jornalístico do desporto seja afetado é a emoção que pode estar, eventualmente, presente. Segundo Herótodo Barbeiro e Patrícia Rangel (2006), a emoção é a alma do desporto. O jornalista desportivo não pode deixar influenciar-se pelo seu envolvimento com a modalidade, porque a paixão transtorna o apuramento noticioso, incentiva a notícia sem rigor “e atrapalha a busca contínua da isenção e da ética” (Barbeiro & Rangel, 2006: 22). Em muitas reportagens, é comum a existência de “ênfase no caráter dramático dos lances de uma partida, em cenas lacrimosas, em depoimentos eivados de emotividade” (Costa, 2010). Há um discurso maniqueísta, com uma divisão bipolar de heróis e vilões, como se de uma guerra se tratasse, havendo, assim, algum exagero no discurso noticioso desportivo. A estrutura metafórica de um jogo assenta em “guerra/luta”, o que faz com que, por um lado, exista no texto jornalístico sobre futebol uma vontade de objetivismo (propósito do próprio jornalismo) mas, por outro lado, está assente na mensagem ligada à emoção e à metáfora (Teixeira, 2011). Um jogo pode implicar, por vezes, diferentes interpretações, como determinadas jogadas e decisões do árbitro. Tal faz com que “escrever sobre desporto é tentar objetivar o subjetivo, procurar ordem no desordenado terreno das paixões” (Sobral & Magalhães, 1999: 20).

Antonio Alcoba (1980) apontou oito pontos que devem estar presentes na pesquisa do jornalista para que o seu trabalho resultante esteja bem documentado: 1) Instalações, o jornalista deve saber as particularidades e inovações do espaço desportivo em que decorre o evento; 2) Material, pois as inovações tecnológicas podem alterar o rendimento do atleta; 3) Regulamento e Programa, já que é essencial que o jornalista conheça bem as regras basilares da modalidade que esteja a noticiar, bem como o próprio acompanhamento da competição, para

que esteja a par do rendimento anterior das equipas e dos seus elementos constituintes; 4) Treinadores, que têm toda a informação sobre a equipa, bem como as técnicas e estratégias que a mesma aplica; 5) Atletas, que são os verdadeiros protagonistas do espetáculo desportivo, pelo que é essencial conhecer o mínimo da sua carreira; 6) Ranking, pois o jornalista deve ter total conhecimento da composição do ranking e no que este se altera com o resultado do jogo que está a noticiar; 7) Aspectos Históricos, que se traduz no conhecimento das edições anteriores da competição, principais recordes e alguns dados estatísticos da mesma; 8) Prognósticos, ou seja, aquilo que tem mais probabilidade de acontecer no jogo, o que é algo que atrai e motiva os espectadores. “Além de conhecer as regras e os regulamentos de cada modalidade de esporte, o jornalista precisa inteirar-se de uma série de fatos que, por serem infringidos ou esquecidos, podem constituir base para um bom noticiário” (Erbolato, 1981: 13).

“As transferências de jogadores constituem um campo de fértil especulação” (Sobral & Magalhães, 1999: 56), incrementado após a Lei Bosman, que foi proferida pelo Tribunal de Justiça da União Europeia, que facultou a livre circulação dos futebolistas em final de contrato. Antes deste acordo, era possível que alguns clubes profissionais de futebol europeus proibissem os seus jogadores de assinar por outro clube, mesmo após o final do contrato. Desta forma, não era necessária a existência de uma cláusula de rescisão, o que hoje acaba por ser a única forma de os clubes assegurarem a permanência dos seus atletas. Tal lei traduz-se também num maior número de transferências, bem como um maior investimento dos clubes em criar departamentos específicos para descobrir novos talentos. E, claro, as transferências revelam-se uma das principais matérias de notícia para os jornalistas desportivos que, curiosamente, raramente presenciam a negociação propriamente dita (Sobral & Magalhães, 1999). Tal atenção noticiosa deve-se igualmente às somas cada vez mais elevadas respeitantes às transferências. Além disso, “o facto de se noticiar que o clube x está interessado no jogador y pode fazer subir o valor do passe deste último” (Sobral & Magalhães, 1999: 57). Desta forma, o jornalista acaba por assumir uma importância maior do que a de simples transmissão de informação, pois esta pode ter outras repercussões. E é devido a esta relevância que “as tentativas de manipulação sucedem-se” (Sobral & Magalhães, 1999: 57).

2.2. Profissão: jornalista desportivo

Ser um jornalista desportivo é ter uma especialização que combina as responsabilidades gerais da profissão com as exigências específicas impostas pelo objeto que está a ser noticiado. Mas, em princípio, os jornalistas desportivos não são diferentes dos outros. Ruddin e Ibbotson

(2002) consideram que a grande diferença do jornalismo desportivo e as *hard news* é que o primeiro permite a inclusão de uma determinada forma de comentário e opinião, bem como algum clubismo. De qualquer forma, os jornalistas desportivos sofrem as desvantagens de um tema com forte apelo popular, sendo um assunto que se foca mais no corpo do que na mente, o que faz com que acabe por figurar nos escalões inferiores do jornalismo (Rowe, 1999). Contudo, apesar de ser especialista em temas relacionados com o desporto, o jornalista não pode desprezar a importância da atualidade, até porque o próprio fenómeno desportivo está dependente de outras condições sociais, económicas e políticas. Não obstante, o jornalista desportivo deve respeitar o código deontológico, como qualquer outro jornalista, especializado ou generalista. O seu principal trabalho será sempre procurar factos noticiosos, contactar as fontes e fazer o contraditório, sendo que apenas o enfoque muda. Os jornalistas desportivos sempre foram, de certa forma, marginalizados pelos seus pares, pelo que têm desenvolvido um conjunto de convenções que adequam às necessidades da profissão, mas que também acabam por distanciá-los dos outros jornalistas (Oates & Pauly, 2007). Todavia, os jornalistas desportivos têm tentado ganhar o respeito dos seus pares, tendo formalizado regras éticas para o seu trabalho, de forma a que se alinhem perante as esferas de respeito do trabalho jornalístico (Oates & Pauly, 2007).

Como qualquer profissional da classe, o jornalista desportivo está sujeito a diferentes tipos de pressões. Neste caso, a primeira pressão decorre logo dos próprios adeptos, que vibram com as atividades do seu clube, tendo sempre uma opinião abonatória ou contestatória em relação àquilo que é noticiado sobre o mesmo. O jornalista desportivo tem ainda de enfrentar as pressões provocadas pelos dirigentes de clubes que, muitas vezes, usam o jornalismo desportivo como caminho para uma carreira política. Thakur (2010) considera que, por vezes, os jornalistas desportivos têm de enfrentar *deadlines* ainda mais curtos do que os jornalistas generalistas, decorrente de a grande parte dos espetáculos desportivos acontecer à noite, colidindo, assim, com a hora de fecho habitual dos jornais diários.

Sendo esta uma editoria em que pode ser devesas difícil lidar com a objetividade por ser um tema suscetível a diferentes interpretações, o trabalho de investigação do jornalista deve ser, todavia, o mesmo do de qualquer colega de profissão. Ou seja, o jornalista desportivo deve confirmar e reconfirmar as suas informações com o maior número possível de fontes. Segundo um estudo de Knoppers e Elling (2004), a palavra 'objetividade' é a primeira e a mais usada pelos jornalistas para descrever o seu critério ao noticiar um evento desportivo. A objetividade

poderá estar eventualmente condicionada porque o jornalista pode ser também adepto de determinadas equipas. Para Paulo Vinícius Coelho (2003: 58-59), o jornalista desportivo não deve envergonhar-se de apoiar o seu clube, mas o que deve ser fator de vergonha “é equivocarse na informação, coisa comum quando se trata de apuração. Mas mentir sobre uma coisa que diz respeito à sua própria vida é esquecer-se do maior compromisso do jornalista: o compromisso com a verdade”. Assim, para este autor (2003), o jornalista deve assumir a sua cor ou cores futebolísticas, o que não obsta a que continue a demonstrar o seu profissionalismo e parcialidade no tratamento noticioso.

Rui Novais (2010: 15) aponta um dilema que editores e jornalistas enfrentam constantemente: “oferecer conteúdo crítico e impopular junto das audiências desses clubes ou, em alternativa, sucumbir e render-se a um jornalismo populista que pode hipotecar a reputação da profissão”. O jornalismo desportivo pode admitir a voz pessoal que mina a credibilidade profissional e permite contar histórias para oprimir o compromisso do jornalista num retrato imparcial dos factos que noticia (Oates & Pauly, 2007). Fazer parte do ‘sistema’ desportivo tem ainda outras desvantagens para a qualidade do jornalismo desportivo: os jornalistas que passam a estar integrados no fenómeno deixam de se preocupar em questionar tanto, antecipam as respostas que lhes seriam dadas pelos assessores de comunicação e deixam de fazer as perguntas necessárias (Flores, 2004). Desta forma, o jornalista acaba por perder a sua independência, essencial para o exercício correto da sua atividade profissional, sendo apenas mais um elemento da indústria futebolística.

2.3. Enquadramento teórico do jornalismo desportivo

O jornalismo desportivo não “costuma ser alvo de reflexões aprofundadas por parte da classe jornalística” (Lopes & Pereira, 2006: 8). Esta foi, aliás, uma das conclusões a que chegou Raymond Boyle (2006), plasmada no livro *Sports Journalism: context and issues*, no qual considera que o jornalismo desportivo tem sido muito pouco estudado dentro dos estudos de investigação na área do jornalismo. Contudo, há alguns estudos académicos importantes sobre esta temática, que têm ajudado a perceber as suas características inerentes e problemáticas resultantes. Wayne Wanta (2013) considera mesmo que há dois aspetos positivos nesta área de investigação: primeiro, devido à natureza e à própria história do jornalismo desportivo, há várias questões intrigantes para os investigadores; depois, como houve alguma falta de atenção no passado a esta temática, os futuros estudiosos têm novas e várias áreas inexploradas para perscrutar. O desporto é um dos temas mais lidos num jornal (não é de estranhar que, por

exemplo, em Portugal, existam três diários desportivos com ótimos índices de vendas) e os contratos para os direitos televisivos de transmissão dos jogos envolvem somas elevadas de dinheiro.

Em 1959, Tannenbaum e Noah publicaram o estudo *Sportugese: a study of sports page communication*, que referia que os leitores regulares de jornalismo desportivo eram extremamente precisos na previsão dos resultados finais dos jogos de basquete do ensino secundário nos estados norte-americanos de Illinois e Missouri, baseando-se nos verbos usados nas peças noticiosas. Os investigadores concluíram que a utilização de determinadas palavras pelos jornalistas desportivos, como “aniquilação” e “sombra” eram consideradas como informação precisa para os seus leitores. Este estudo acabaria por quebrar alguns obstáculos na comunidade científica ao estudar o jornalismo desportivo, um tema até então praticamente ignorado pelos investigadores.

Blain e colegas (1993) tiveram como foco de análise a cobertura da imprensa portuguesa nos Jogos Olímpicos de Barcelona, em 1992, concluindo que os resultados negativos alcançados pelos atletas portugueses acabariam por provocar uma crise de confiança na própria imprensa nacional. Tal foi também impulsionado pelo facto de o discurso preponderante ser o de exaltação do sucesso dos atletas, incrementando, assim, a sensação de estrépito da participação portuguesa na competição.

McCleneghan (1997) observou as rotinas noticiosas, através de um inquérito a 131 colunistas desportivos. Os resultados mostraram que 85% da pressão que estes profissionais sofrem é autoimposta, referindo ainda que a televisão tem criado atletas milionários que não se preocupam com os jornalistas. Além disso, os colunistas mencionaram que as melhores ideias para os seus textos provêm da sua intuição.

Mark Douglas Lowes (2004) também estudou as rotinas noticiosas na cobertura desportiva, analisando a quantidade dispar de cobertura entre os desportos amadores e profissionais na América do Norte. O investigador concluiu que as forças económicas das indústrias noticiosas acabam por levar à dominação dos desportos profissionais nas coberturas noticiosas. Assiste-se, assim, a uma abordagem noticiosa deficiente quando se trata de desportos amadores.

Numa análise ao stress sofrido pelos repórteres desportivos, Scott Reinardy (2006) realizou um inquérito a 236 jornalistas desportivos e subsumiu que estes profissionais sofrem de uma moderada exaustão emocional, bem como alguma despersonalização. Além disso,

jornalistas mais novos e menos experientes a trabalhar em pequenas redações eram mais suscetíveis a um esgotamento nervoso.

Em 2007, David Rowe elaborou uma análise de conteúdo, através dos dados obtidos no estudo *Play the Game International Sports Press Survey*, em 2005, que foi o maior inquérito em jornalismo desportivo até à data, realizado em 10 países (Alemanha, Áustria, Austrália, Dinamarca, Escócia, Estados Unidos da América, Inglaterra, Noruega, Roménia e Suíça), tendo como *corpus* 10 mil artigos de 37 jornais. O seu objetivo era aferir a qualidade e a influência da imprensa diária desportiva, tendo os seus resultados contribuído, na conceção do autor, para fortificar o estereótipo de *toy department*, à qual o jornalista é tantas vezes associado. Mais do que isso, Rowe afirma que o jornalismo desportivo pode ser descrito como a melhor agência de publicidade do mundo. O investigador concluiu que a maior parte das peças desportivas têm como foco o relato das competições e dos momentos antecedentes (58% de todos os artigos), enquanto foram negligenciados outros assuntos ligados diretamente aos contextos sociais em que o desporto está inserido, como a política desportiva (5%), financiamento (3%) e os impactos sociais do desporto (2,5%). Além disso, o jornalismo desportivo tem perdido componente crítica e capacidade imaginativa, perdendo-se a oportunidade de uma abordagem contextualizada do fenómeno desportivo na sociedade.

Os jornalistas desportivos são, muitas vezes, vistos como uma espécie de intruso nas redações. Weaver e colegas (2007) subsumiram que é raro os jornalistas desportivos mudarem de departamento, talvez porque as qualificações necessárias para se ser jornalista desportivo são consideradas como diferentes em relação às dos outros jornalistas. Aliás, os investigadores concluíram que os jornalistas desportivos acabam por interagir mais com outros jornalistas desportivos de outras redações do que com outros jornalistas das redações em que trabalham.

Apesar da grande mudança que as redes sociais vieram trazer às rotinas jornalísticas, Wigley e Meirick (2008) deslindaram que os jornalistas desportivos que trabalham em jornais com consciência cívica não usam mais as redes sociais do que o que acontece em outros jornais. Os autores consideram que tal pode acontecer porque estes profissionais recebem o *feedback* do público num grau elevado.

Rui Novais e Cláudia Cruz (2010) analisaram as notícias de quatro jornais portugueses (*O Jogo, A Bola, Correio da Manhã e 24 Horas*) atinentes às quatro jornadas duplas da fase de apuramento da Seleção Portuguesa para o Campeonato do Mundo de Futebol de 2010. As conclusões mostram que subsistem duas tendências coexistentes: alguma homogeneização do

conteúdo por se tratar do mesmo evento a ser noticiado e também “porque os jornalistas desportivos em grande medida funcionam no sistema de grupo: acedem às mesmas fontes e partilham algumas das demais rotinas essenciais” (Novais & Cruz, 2010: 59). Além disso, há uma “crescente prevalência do comentário e da opinião sobre os textos de cariz puramente noticioso e informativo” (*ibidem*). Não obstante, os investigadores subsumiram também que se verifica alguma diversidade entre os jornais generalistas e desportivos, visível através das capas dos jornais ou o destaque e espaço atribuídos ao assunto noticioso.

Noutro estudo, realizado por Rui Novais e colegas (2010), o *corpus* de análise foi composto por textos jornalísticos (*hard news*, entrevistas e artigos de opinião) de quatro *sites* noticiosos de Portugal e Espanha, publicados entre 13 e 19 de novembro de 2009, concernentes à fase de *play-offs* do apuramento para o Campeonato do Mundo de Futebol de 2010, que teve lugar na África do Sul. Os autores verificaram que foi conferida uma importância igual aos diferentes temas, contrariando, assim, os resultados de João Nuno Coelho (2001), que referiam uma predominância dos discursos do jornal *A Bola* sobre a seleção portuguesa de futebol. Segundo o mesmo estudo, os jornais estudados não reforçaram o sentimento de identidade nacional, ao contrário daquilo que aconteceu no Campeonato Europeu de Futebol de 2004 (Boyle & Monteiro, 2005).

2.4. Fontes de informação no jornalismo desportivo

Luís Sobral e Pedro Magalhães (1999: 54) agruparam as fontes no desporto da seguinte forma: fontes institucionais (Secretaria de Estado do Desporto, Instituto Nacional do Desporto, Comité Olímpico de Portugal, federações, ligas, associações, sindicato e clubes), fontes espontâneas (médicos, empresários, treinadores e jogadores) e fontes confidenciais-anónimas (“as fontes espontâneas podem adquirir o estatuto de anónimas ao revelar factos que colocam em xeque as instituições, obrigando-as a agir”). Não obstante, o jornalismo desportivo parece oscilar entre o cultivo permanente do acesso às fontes primordiais – clubes e atletas – e uma mais ocasional diabolização desses mesmos agentes (Rowe, 2005).

A relação de dependência entre os media e os protagonistas da notícia podem levar ao conluio e afastamento de um jornalismo independente e objetivo. Assim, a ligação entre jornalistas desportivos e os atletas pode acabar por alterar a própria rotina noticiosa, já que, muitas vezes, as partes entram em conflito. O jornalista deve destrinçar a sua paixão pelo desporto e o seu trabalho, o que nem sempre é almejado, pois alguns jornalistas não

conseguem separar a amizade com os atletas do relacionamento profissional que têm com os mesmos (Barbeiro & Rangel, 2006).

Para o jornalista desportivo, colocam-se dificuldades a nível ético, inerentes ao contacto que vai mantendo com o atleta. Assim, não pode haver uma amizade que faça com que informações negativas sobre o atleta sejam divulgadas, mas também não deve acontecer o contrário, ou seja, uma antipatia e inimizade que origine a recusa de fornecimento de informações por parte do atleta. Desta forma, o jornalista deve contactar e questionar o atleta sempre que necessário, mas deve demonstrar que não se trata de uma troca de favores. Porém, apesar de amizade não combinar com jornalismo (Coelho, 2003), esta relação mais próxima pode ajudar a que o jornalista consiga obter informações exclusivas resultantes da confiança que a fonte deposita nele. A dificuldade, para o jornalista, é a de conseguir separar devidamente amizade e relacionamento profissional. O resultado pode ser uma excessiva proximidade e dependência das fontes (Novais, 2010). Não obstante, o jornalista deve estar sempre atento às motivações das suas fontes, “evitando colocar-se ao serviço seja de quem for: treinadores, jogadores, presidentes, empresários, árbitros” (Sobral & Magalhães, 1999: 56). Para Paulo Vinícius Coelho, o segredo da profissão é respeitar o “seu maior compromisso: a isenção” (Coelho, 2003: 75).

David Rowe (2007) analisou o número de fontes contactadas pelo jornalista em cada peça jornalística, para que pudesse apurar se a visão estereotipada do jornalismo desportivo como editoria de entretenimento tem, de facto, razão de ser. Para o autor (2007), “uma ampla variedade de fontes, tanto em número como em origem, poderia, se descoberta, ajudar a contrapor o indesejado estereótipo do jornalismo desportivo como dependente apenas nas suas próprias observações ou no cultivo de fontes privilegiadas”. Contudo, os resultados acabaram por se mostrar contrários a esta conceção, já que as fontes utilizadas não eram muitas, sendo a média de uma fonte por peça. Tal estudo fez com que Rowe (2007: 398) concluísse que a imprensa desportiva, em relação às fontes, “é um mundo fechado em si mesmo com as suas próprias preocupações”, no qual os jornalistas interagem com um pequeno número de contactos. Uma das consequências deste número reduzido de fontes é também uma amálgama restrita de temas na imprensa desportiva. Noutro estudo, Sugden & Tomlinson (2007) chegaram à conclusão de que uma grande parte dos textos desportivos derivam de fontes oficiais. Já Rui Novais e Cláudia Cruz (2010: 60) concluíram que, aquando do tratamento de um acontecimento desportivo internacional, os jornalistas optam pelas fontes de informação nacional, sendo que “a

inclusão de fontes estrangeiras limita-se ao cumprimento mínimo do ideal de contraponto desejável no jornalismo e apenas por ocasião dos jogos e envolvendo os intervenientes com interferência direta nos respetivos encontros: normalmente treinadores e jogadores na antevisão ou no rescaldo das partidas”.

Como já supracitado, a relação entre os jornalistas e fontes nem sempre é fácil e no jornalismo desportivo acontece o mesmo. Aliás, para Rui Flores (2004), esta ligação pode ser mesmo complicada, resultando numa debilitação do elo mais fraco, no caso, os jornalistas, pois são eles que têm páginas para fechar e que têm que lidar com a diminuição dos temas e a pressão decorrentes do tempo. Assim, os dirigentes editoriais preferem não abrir guerra com os clubes de futebol pois podem ter como consequência a negação de informação por parte dessas instituições. Sobral e Magalhães (1999: 48) alertam para estas circunstâncias, referindo que as limitações têm-se sucedido a um “ritmo preocupante” e que “no desporto é considerado legítimo o boicote a órgãos de comunicação social, criando situações de clara discriminação”. Rui Flores (2004) considera mesmo que a preocupação por parte das chefias das redações em não enfrentar os clubes resulta, cada vez mais, em autocensura. Quando se trata de jogadores, a situação pode ser ainda mais difícil, pois nem sempre é fácil para o jornalista chegar à conversa com eles e, muitas das vezes, dão poucas informações e irrelevantes, acabando por ser mais rotineiras. Na mesma linha de pensamento, Erbolato (1981: 17) alude que se cria no jogador “uma série de mecanismos de defesa, retirando-lhe toda a espontaneidade, de tal forma que 99% daquilo que diz são evasivas plenas de clichés, chavões e lugares-comuns”. Tal também pode acontecer com o treinador e o dirigente, o que acarreta ainda maiores desafios na relação dos jornalistas com as fontes. Noutras situações, o jornalista funciona apenas como “pé-de-microfone” (fazendo perguntas pouco pertinentes, com receio de atingir as suas fontes) e de “pombo-correio” entre figuras que não conseguem enfrentar-se diretamente, tornando-se, assim, numa arma de arremesso para as diferentes personalidades clubísticas.

Há, igualmente, diferenças entre os jornalistas especializados e os generalistas. Segundo Gans (1979), os primeiros conseguem estabelecer relações mais próximas e contínuas com as fontes. Já os segundos noticiam acontecimentos muito díspares diariamente, sem terem conhecimentos específicos para tal, além de estarem mais restringidos às contingências e pressões dos *deadlines*. Desta forma, o jornalista não especializado acaba por optar pelo recurso às fontes autorizadas, que têm mais credibilidade e que costumam também estar mais habituadas à ligação com os jornalistas. Mauro Wolf (1987) também faz esta distinção,

afirmando que os jornalistas especializados têm uma profundidade de conhecimentos diferente sobre o tema que estão a tratar, tal como no que refere à qualidade do contacto. Os jornalistas especializados conseguem transformar as fontes em fontes pessoais, quase informadores, que vão mantendo os jornalistas atualizados, através de indiscrições ou notícias reservadas, criando-se, assim, uma relação quase simbiótica de obrigações recíprocas entre fonte e jornalista especializado (Wolf, 1987). “O jornalista, mesmo quando é especializado, deve cultivar fontes especializadas que o possam auxiliar na elaboração de enunciados problemáticos” (Sousa, 2005: 53). Não obstante, esta relação tão próxima tem vantagens, como já referido, mas também desvantagens, pois o risco de se perder uma fonte desta importância é muito elevado, o que acaba por criar alguma dependência do jornalista em relação à mesma, levando a que a fonte tenha mais algum poder. “Os jornalistas especialistas ligam-se às fontes de informação especializadas, tendendo a estabelecer com elas uma relação próxima, o que torna aqueles bastante dependentes” (Santos, 2006: 48-49). A este respeito, Gans (1979: 134) considera que os jornalistas “devem calcular com frequência os custos e as desvantagens que há em antagonizar as suas fontes com uma notícia, decidindo se a devem ou não publicar, de forma a manterem intacta a relação”.

2.5. Futebol, o desporto-rei do mundo e dos media

Na prática, o futebol traduz-se por ser um jogo “em que 22 jogadores, divididos em dois campos, se esforçam por introduzir uma bola na baliza do campo adversário, sem intervenção das mãos, durante uma partida dividida em dois meios tempos durante 45 minutos cada um” (Priberam). Atualmente, é um dos desportos que tem maior impacto mediático a nível mundial, sendo, muitas vezes, notícia. Não só relativamente aos jogos em si, mas como toda a ambiência antecedente e posterior aos mesmos. O futebol acaba por ir além dos 90 minutos que dura cada jogo e das portas dos estádios de futebol (Cardoso & Cardoso, 2007). O jornalista desportivo pode mostrar os preparativos dos jogos, revelar o que se passa durante o período de concentrações (no qual a equipa está em estágio a preparar determinada competição), os treinos e qual será o onze inicial. Para Alan Bairner (2001), o futebol poderá estar a tornar-se no “verdadeiro desporto universal”. Prova simbólica da importância desta modalidade é que a Federação Internacional de Futebol (FIFA, criada em 1904 por sete países), o órgão máximo representante do futebol, reúne mais associados do que a Organização das Nações Unidas (ONU). Tal pode significar que o simbolismo do futebol tem a compreensão e adoção por países muito diferentes a nível cultural e com crenças políticas díspares (Aguiar e Prochnik, 2012). O

principal evento futebolístico é o Campeonato do Mundo, que se realiza de quatro em quatro anos, tendo começado em 1930, no qual o Uruguai foi o país anfitrião. Esta competição pode até superiorizar-se em relação aos Jogos Olímpicos, que, embora tenham um maior valor simbólico, não conseguem mobilizar uma quantidade de dinheiro tão elevada e tanto público atento ao evento – o que se constata através das transmissões televisivas mundiais.

As origens do futebol não são claras. Inicialmente era praticado de forma diferente em cada instituição. Em 1858, o Sheffield Football Club formalizou um primeiro conjunto de regras básicas da modalidade. O futebol viria a ter regras globais em 1863, em Londres, num encontro de representantes de várias associações desportivas britânicas que uniformizaram as regras do jogo. Surgiu ainda a The Football Association, que proibia o manuseamento da bola com as mãos. A fama do desporto foi crescendo, bem como o número de associações nacionais. Todavia, o futebol tinha, nos seus tempos primordiais, “uma cunhagem aristocrata que se desvaneceria à medida do rápido desenvolvimento industrial da Grã-Bretanha” (Neves, 2006: 99). Mas, com o passar do tempo, o futebol acabaria por ser a modalidade tanto da burguesia como dos operários. Hoje, considerado como o “desporto-rei”, o futebol é um espetáculo de massas, sendo tema de debate em diferentes locais e unindo diferentes pessoas por uma razão comum. Além disso, é tido como um espaço público de união e constitui um dos vários alicerces da nossa sociedade em rede (Cardoso & Cardoso, 2007).

O futebol acaba por ser a continuação imagética da mítica arena romana (Teixeira, 2011), ocupando também, simbolicamente, o lugar que foi deixado pela caça, em que os jogadores são os caçadores, a bola é a arma e o adversário simboliza a presa, analogia que ganha maior sentido ao dizer-se que a equipa está a ‘atacar’ e que a bola é ‘disparada’ na direção da baliza. Para William Morgan (2000), a principal razão para o desporto ter um impacto tão significativo nas sociedades é por ser um retrato da eterna luta do ser humano pela dominância e realização.

O futebol funciona também como um elemento identitário, tendo uma função celebratória, conseguindo congrega sentimentos de pertença, sobretudo no caso das seleções nacionais. Em jogos da seleção portuguesa de futebol, elementos básicos identificativos de uma nação, como a bandeira ou o hino nacional, tornam-se símbolos de orgulho para atletas e adeptos que exaltam tais símbolos, em momentos de união patriótica. Em parte, tal deve-se à forma como o futebol está organizado atualmente – através de ligas, federações e campeonatos (nas diversas dimensões geográficas) – o que “fornece um fórum para a expressão das

identidades coletivas e antagonismos locais e regionais” (Coelho, 2001: 38). O símbolo surge nas camisolas dos jogadores com um significado acrescido, pois aparece incorporado no equipamento, localizado no lado esquerdo do peito, sobre o coração. Não são raras as vezes em que os jogadores após marcarem um golo beijam esse mesmo símbolo, numa demonstração de ligação emocional e dedicação ao clube que representam. Nos clubes, os emblemas assumem a função de intensificar as emoções, servindo de reforço da lealdade clubística ao constituir um rótulo de identidade.

O futebol é um desporto visto por milhões um pouco por todo o mundo e é atualmente um espetáculo mediático, tendo-se transformado num negócio que envolve muito dinheiro e emprega muitas pessoas. Curiosamente, é muito pequena a porção de pessoas que veem futebol ao vivo nos estádios. Assim, a relação que os adeptos mantêm com a modalidade é feita, maioritariamente, através dos diferentes media, provando, mais uma vez, a relação umbilical de desporto e media, particularmente com a televisão. A transmissão de desportos revela-se, assim, um grande negócio, mas as fontes tradicionais de receitas, os espectadores e patrocínios, têm perdido importância (Maguire, 2004). São incontáveis as empresas que estão dispostas a pagar avultadas somas de dinheiro de modo a ter um espaço publicitário na internet, televisão, rádio ou imprensa escrita. Justamente neste último meio, é possível verificar que os jornais desportivos têm desenvolvido edições cada vez mais focadas nas próprias figuras dos jornais, transformando-os em novos heróis (Flores, 2004). “Os eventos desportivos são, atualmente, um dos movimentos sociais mais mediatizados, seja por uma lógica de mercado ou por questões simbólicas, pois o desporto tem um papel fundamental na construção das identidades e subjetividades” (Novais *et al.*, 2010: 66). Neste sentido, Francisco Pinheiro (2011: 436) afirma ainda que o crescimento do desporto português “esteve umbilicalmente dependente do apoio da imprensa desportiva – os media moldaram, em grande medida, o caminho que o desporto tomou na sociedade portuguesa”. Raymond Boyle e Richard Hayes (2004: 7) tiveram como foco de análise o futebol nos media britânicos e subsumiram que, atualmente, é difícil imaginar o futebol sem televisão ou uma programação televisiva que exclua o conteúdo futebolístico. Já Pierre Bourdieu (1999) considerava que a televisão seria o Cavalo de Troia do capitalismo no desporto. Os jogos de futebol transmitidos em direto quebram a rotina da habitual programação televisiva e incrementam a atenção na competição, pois mantém-se o suspense e o inesperado, já que o final é desconhecido. Não obstante, tal ideia não se limita apenas ao âmbito televisivo, mas aos media em geral. Tanto que David Rowe (2009) considera que os géneros mediáticos

tornaram-se literalmente desportizados. Para Arthur Raney (2006), os elementos media, desporto e sociedade deveriam ser vistos como um triângulo em que se interconectam uns com os outros. Contudo, talvez seja pertinente adicionar um quarto vetor, completando assim um retângulo: a adição seria através dos fatores económicos e interesses de mercado (Altvater, 2012). Para Joseph Maguire (2004), o complexo desporto-media está assente em três grupos-chave: as organizações desportivas, as organizações de marketing e media e as empresas transnacionais ou multinacionais. Os principais pontos atrativos a que os media recorrem para vender o seu produto desportivo à audiência assentam no entretenimento e na emoção. “Os jogos de futebol concentram muitas das suas características que modelam as sociedades modernas: a importância da sorte, a competição e a divisão de tarefas, a suposta meritocracia, o facto de a felicidade de uns corresponder a infelicidade dos outros” (Coelho, 2001: 36-37).

Em Portugal, a importância do futebol aumentou na década de 1990, num processo que se deve, em parte, ao surgimento das televisões privadas (Neves, 2006). Atualmente, o futebol tem grande relevância social no país, mas apenas passou a ser reconhecido como “país de futebol” após o Campeonato Europeu de Futebol de 2004 (Coelho & Tiesler, 2006), quando Portugal foi anfitrião de uma das competições mais importantes do desporto a nível mundial, tendo chegado à final do campeonato. Nesta altura, as notícias de teor desportivo ganharam supremacia na agenda noticiosa portuguesa, em detrimento da reportagem política (Boyle & Monteiro, 2005). Segundo Boyle & Monteiro (2005), o desporto é transversal a todo o mercado media português, incluindo a imprensa financeira, que dedica algum espaço a examinar o negócio desportivo. Portugal é um país com reduzidos índices de leitura, no qual os três diários desportivos vendem, no seu conjunto, valores entre os 200 000 e os 300 000 exemplares por dia, estando, qualquer um dos títulos, no top 5 dos jornais mais vendidos (Coelho & Tiesler, 2006). O futebol é o principal foco noticioso para os jornais desportivos, ocupando grande parte das páginas, com destaque assinalável para os três clubes principais clubes de futebol em Portugal, denominados como os “grandes”: SL Benfica, Sporting CP e FC Porto. Rui Flores (2004) refere que se tem instalado no senso comum dos leitores que cada jornal está associado a um dos três grandes (*A Bola* ao S. L. Benfica, *Record* ao Sporting C.P. e *O Jogo* ao F.C. Porto), o que, para o autor, limita a vontade dos leitores imparciais optarem por um ou outro diário.

2.6. História do jornalismo desportivo

O jornalismo desportivo foi implementado de forma algo irregular e tardia um pouco por todo o mundo, justificado pelo facto de o futebol só ter começado a ganhar verdadeira

importância no final do século XIX. As primeiras notícias desportivas surgiram em publicações generalistas e depois em suplementos desportivos das mesmas. Com o tempo, foram surgindo títulos especializados, em países como França (jornal *Le Sport*, em 1854), Espanha (revista *El Cazador*, em 1856) e Inglaterra (diário desportivo *Sportsman*, também em 1856) (Martins, 2008).

As primeiras publicações desportivas em Portugal, tal como na Europa, eram dedicados apenas a uma modalidade, ora destacando-se a Velocipedia, a Caça ou a Ginástica (Pinheiro, 2011). Francisco Pinheiro (2011) chegou à conclusão de que existiriam em Portugal 940 jornais com forte pendore desportivo até ao ano de 2000, sendo que o primeiro surgiu em janeiro de 1875, com o título *Jornal dos Caçadores*.

O mesmo autor (2011) considera que houve três importantes fases na história da imprensa desportiva portuguesa: a primeira relativa a um jornalismo generalista (décadas de 1920 e 1930), a segunda arrolada com a informação clubista e institucional (década de 1950) e a terceira com enfoque nas publicações especializadas (décadas de 1980 e 1990). Segundo o autor (2011: 432), o jornalismo desportivo português tem a sua génese no último quartel do século XIX, tendo como base a “imprensa especializada, de cariz tradicional (tauromaquia, caça, tiro) e educativa (ginástica), alargando-se pouco depois às modalidades elitistas do ciclismo e automobilismo”.

A imprensa desportiva ganhou verdadeira dimensão nacional após a proliferação de uma imprensa regional, a partir do final da década de 1910, “assente num modelo individualizado de proprietário, diretor e editor, habitualmente ligado ao mundo tipográfico” (Pinheiro, 2011: 434). Na consideração de Lemos e Vargues (2006), foi entre 1910 e 1926 que nasceu verdadeiramente o jornalismo desportivo em Portugal através de Álvaro Pinheiro Chagas, que, na publicação *Jornal da Noite* (1903-1908), criou uma secção dedicada ao desporto. Nesta altura, o jornalista desportivo tem um duplo papel: repórter e doutrinário, “numa visão identitária que marcaria a sua ação discursiva ao longo do século XX” (Pinheiro, 2011: 434). Para a consolidação junto dos leitores portugueses dos jornais desportivos, contribuíram “a sua adaptabilidade gráfica, emotividade discursiva ou capacidade organizativa”, “criando um espaço aberto a interpretações reais e imaginárias” (Pinheiro, 2011: 437). Foi também nesta fase que surgiu o primeiro diário desportivo em Portugal, o *Diário de Sport*, que publicou-se pela primeira vez a 22 de maio de 1924 e durou pouco mais de dois meses. Como explicam Lemos & Vargues

(2006: 112), “aparentemente ainda não havia público para sustentar um jornal diário” desportivo.

Francisco Pinheiro (2005) refere também outro período importante (1926-1945), entre a ditadura militar e o final da Guerra Mundial. Neste período, destaca-se *O Norte Desportivo*, que nasceu na década de 1930 e se tornou uma referência na imprensa desportiva portuguesa, tendo terminado em 1983. Segundo Lemos & Vargues (2006), o jornalismo desportivo teve o seu grande momento impulsionador aquando do regime político do Estado Novo, talvez por não estar tão sujeito à censura, sabendo dinamizar a sua ação, tornando-se gradualmente mais interveniente e agressivo nas entrevistas e nos comentários do que poderia ser no jornalismo generalista.

Durante o século XX, apenas existiram em Portugal quatro jornais desportivos diários: *O Norte Desportivo*, *A Bola*, *Record* e *O Jogo*. Os três últimos permanecem até aos dias de hoje e são um grande sucesso nas bancas portuguesas. Contudo, tanto *A Bola* como o *Record* não nasceram como diários. Segundo Helena Lima (2008), *A Bola* começou a sua publicação diária (em 1995) com valores acima dos 160 000 exemplares, sendo que estes números desceriam no ano seguinte, quando *O Jogo* voltou a ser diário, registando valores acima dos 50 000 exemplares. Em 1997, foi a vez de o *Record* passar a ter uma periodicidade diária. Após o primeiro ano de existência como diários, este trio de jornais “vendia, no seu conjunto, quase tantos exemplares como os quatro principais jornais de informação geral” (Pinheiro, 2011: 418).

Segundo Francisco Pinheiro (2011: 437-438), o papel do jornalista desportivo albergou três fases evolutivas: 1) entre o final do século XIX e a década de 1910, teve “a tripla função de participante no ato desportivo, fazedor de notícias e patrocinador do periódico, adotando a dualidade de jornalista e doutrinário, promovendo a causa em prol do benefício social”; 2) no início dos anos 1920, o jornalista dispunha de um maior volume noticioso, devido à “proliferação dos jornais generalistas, reflexo da popularização da ideia de desporto (em especial do futebol) um pouco por todo o País”; 3) no início da década de 1940, “essa linha geradora de novos periódicos termina definitivamente, mantendo-se, no entanto, o espírito de missão pela causa desportiva, que só viria a ser abandonado para segunda metade da década de 1970, quando as sociedades comerciais (vacionadas para um princípio de lucro) começaram a dominar a propriedade dessas publicações”.

2.6.1. A Bola

O diário desportivo *A Bola* é o mais antigo, em Portugal, a dedicar-se exclusivamente a temas de desporto. Não obstante, surgiram outras publicações desportivas anteriormente, mas que não sobreviveram até aos tempos atuais. A sua fundação remonta a 29 de janeiro de 1945, tendo como fundadores Cândido de Oliveira, Ribeiro dos Reis e Vicente de Melo. A sua edição inaugural, que custava um escudo, esgotou e tinha como principais baluartes enunciados no periódico o seguinte: “*A Bola* aparece como jornal livre, sério e honesto: nas intenções e nos processos, a dizer do bem e a dizer do mal, na crítica, na doutrina, na propaganda desportivas” (Pinheiro, 2011: 268).

Não era diário na sua génese, passando a ser publicado com esta periodicidade 50 anos depois de ter sido lançado. Numa primeira fase, era bissemanário, sendo publicado às segundas e sextas-feiras, o que viria a ser alterado a 10 de julho de 1950, quando passou a trissemanário. Devido à crescente popularidade da publicação, *A Bola* começou a ser vendido quatro vezes por semana, a partir de março de 1989, tendo demorado pouco tempo para que passasse a diário. Foi em 1995 que a sua periodicidade passou a ser diária e adotou o formato tabloide (28x40), para agradar aos leitores que não gostavam do formato *broadsheet* (além dos inerentes custos de produção muito elevados).

A Bola é também o diário desportivo português que mais vendeu nas últimas cinco décadas, sendo, ainda hoje, um dos que mais bem-sucedidos nas bancas. O jornal teve sucesso incontestável durante os primeiros 30 anos da sua existência, apesar de o concorrente *Record* ter surgido ainda em 1949. Seria apenas na década de 1980 que este cenário mudaria, o que não obsta a que *A Bola* continuasse a ser o mais vendido, como explica Daniel Murta (1997: 19): “a quota de mercado, em 1980 e em media, era de 77%, mais do triplo de *Record*”, mas, “em 1990, situava-se nos 41%, sendo a quota de *Record* inferior em apenas 10%, tendo a diferença diminuído, nos dois anos seguintes”. É também bastante reconhecido pelas várias comunidades portuguesas no estrangeiro, sendo vendido em país como França, Luxemburgo, Brasil, Angola ou Estados Unidos (Martins, 2008).

João Nuno Coelho (2004) considera que, desde a sua fundação, *A Bola* tem insistido na exaltação da representação nacional, considerando os outros interesses e dimensões do futebol nacional como menos importantes. Para o autor, tal atitude – de “vestir a camisola” da seleção nacional – faz com que os jornalistas estejam “a ‘ondular’ constantemente a bandeira nacional, embora ao mesmo tempo produzam com regularidade discursos que insistem na recusa liminar

de qualquer tipo de ‘contaminação’ ideológica do desporto e do futebol em particular” (Coelho, 2004).

O jornal *A Bola* não é auditado pela Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), pelo que não é possível saber ao certo os valores da circulação. A direção do diário desportivo é assumida atualmente por Vítor Serpa.

2.6.2. Record

Os primeiros 15 mil exemplares do *Record* foram lançados a um Sábado, a 26 de novembro de 1949, pelas mãos de Fernando Ferreira, Monteiro Poças e Manuel Dias. Segundo Francisco Pinheiro (2011: 277), foi no café “O Restauração” que nasceu a ideia do então semanário, no mesmo local onde havia sido criado, quatro anos antes, *A Bola*. Na sua primeira edição, foram publicadas oito páginas (formato 29x42), sendo que o custo era de um escudo e o tema principal era o futebol (Pinheiro, 2011: 278).

Segundo Francisco Pinheiro (2011: 278), o *Record* rapidamente ganhou o apreço do público e dos outros colegas da imprensa. Todavia, não foi o suficiente para conseguir fazer verdadeira concorrência ao jornal *A Bola*, líder indiscutível no segmento até à década de 1980. Para inverter esta tendência, o *Record* pleiteou alternativas e apostou na edição de Sábado, algo que os outros jornais não faziam. Assim, o título fazia a antecipação da jornada que iria acontecer no Domingo, aliciando os leitores que não tinham notícias de âmbito desportivo nesse dia da semana. A aposta foi certa, já que, ao fim de seis meses, o *Record* conseguiu duplicar o número de páginas.

Na década de 1980, registou-se um crescimento no *Record* que “ter-se-á ficado a dever, sobretudo, a um conjunto de alterações exteriores ao seu comportamento, ligadas à conjuntura económica, à imprensa generalista e à desportiva, bem como ao próprio desporto” (Murta, 1997: 20). Além disso, o jornal passou a ter também um proprietário privado, que procedeu a uma remodelação interna, tanto a nível de profissionais como de equipamento. A sua passagem a diário viria a acontecer quase ao mesmo tempo que *A Bola*, a 1 de março de 1995.

Já em 1991, o título foi adquirido por um grande grupo económico – uma tendência habitual nas publicações da época –, a Edisport, que faz parte do grupo Cofina, atualmente detentora dos direitos do *Record*. Em 2013, o *Record* vendeu em média 50 mil exemplares por dia, registando-se um pico no 4.º bimestre (julho/agosto), sendo que o seu diretor é João Querido Manha.

2.6.3. O Jogo

Ao contrário de *A Bola* e *Record*, *O Jogo* começou a sua publicação enquanto diário, sendo pioneiro neste aspeto. Dos três, é também o único oriundo da cidade do Porto, enquanto os outros nasceram em Lisboa, rompendo assim com a centralidade jornalística da capital do país. Sob a propriedade da Empresa do Jornal de Notícias e com a direção de Serafim Ferreira, *O Jogo* surgiu, assim, a 22 de fevereiro de 1985. O seu primeiro número continha 16 páginas (onde o destaque primordial era o futebol), num formato de 41x58. Segundo Daniel Murta (1997: 22), dois fatores contribuíram para que o jornal fosse sediado no Norte: “a) o maior clube do Norte, o F.C. Porto, conhecia naquela época os seus maiores sucessos desportivos de sempre, o que mobilizava interesse e apoio; b) o desaparecimento do «Norte Desportivo» deixou esse mesmo Norte (...) sem um jornal desportivo”.

Todavia, não foi fácil a entrada no mercado da imprensa para *O Jogo*, pois este já estava cimentado com dois títulos desportivos, que tinham os seus leitores fiéis. Assim, o jornal foi obrigado a “fazer uma série de reajustes editoriais em finais de 1986” (Pinheiro, 2011: 395), deixando de sair aos domingos a 4 de outubro desse ano. Voltaria a inovar a 1 de novembro, quando adotou o formato tabloide, sendo o primeiro dos três jornais a fazê-lo. Todavia, as dificuldades perduraram e os elevados prejuízos fizeram com que o seu proprietário reduzisse a periodicidade para trissemanário (Segundas, Quintas e Sábados), numa mudança que se verificou a partir de 30 de junho de 1992 e que, por desagradar à direção e aos jornalistas, levaria à posterior saída do diretor, sendo substituído por Alfredo Barbosa. Não duraria mais do que dois anos no cargo, acabando por ser Rogério Gomes a ocupar o lugar em fevereiro de 1994. Em abril desse ano, “*O Jogo* enveredou por um novo caminho editorial, mudando, num só mês, de proprietário, sede, projeto e dias de publicação. A Empresa Jornal de Notícias decidiu vendê-lo à empresa Jornalinveste Comunicação” (Pinheiro, 2011: 411). Tal viria a ser profícuo para o futuro bem-sucedido da publicação, já que o proprietário trabalhou “num projeto que pretendia essencialmente redimensionar o jornal a nível nacional, tentando apagar o cunho regionalista que lhe era atribuído, fazendo de *O Jogo* um jornal nacional, sediado no Porto” (*Ibidem*: 411). O diretor nomeado foi o jornalista Manuel Tavares, renascendo *O Jogo* a 27 de abril de 1994, “com um novo logótipo e linha gráfica” (Pinheiro, 2011: 412).

Quanto à circulação, *O Jogo* é o jornal desportivo que menos vende, sendo que a maior percentagem dos seus leitores está concentrada na zona norte de Portugal, apesar de tentar, paulatinamente, conquistar a zona sul, sobretudo a grande Lisboa. Para isso, são lançadas duas

edições diárias, uma a norte e outra a sul. Atualmente, *O Jogo* pertence à Controlinveste e tem como diretor José Manuel Ribeiro. Em 2013, o diário desportivo vendeu em média 20 mil exemplares por dia, num número bastante inferior ao do jornal *Record*.

2.6.4. Projeto de investigação “Surgimento e desaparecimento de títulos da imprensa escrita no Portugal contemporâneo”

No âmbito do projeto de investigação “Surgimento e desaparecimento de títulos da imprensa escrita no Portugal contemporâneo” (PTDC/CCI-COM/1222387/2010), financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), o segmento dos jornais desportivos/veículos foi um dos alvos de análise. Um dos objetivos do projeto é dissecar os motivos que contribuíram para a entrada, subsistência e encerramento de publicações impressas no Portugal contemporâneo. Pretende-se, assim, analisar a trajetória da Imprensa, tendo em conta três períodos distintos: o pós-ditadura; a privatização e comercialização da imprensa, dos anos 1980 até à década de 90; e o impacto da digitalização desde o início do século XXI caracterizado sobretudo pela crise do mercado atual e pela emergência das novas tecnologias.

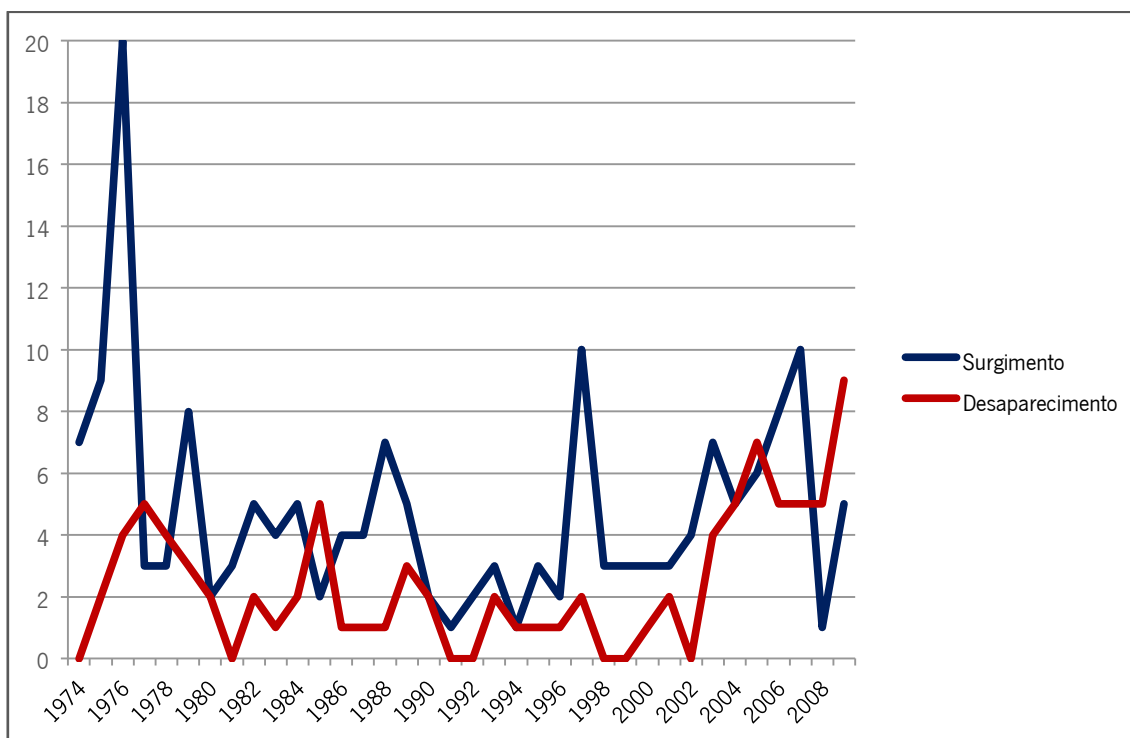


Gráfico 1: Gráfico ilustrativo das datas de surgimento e desaparecimento de todos os títulos analisados no projeto.

O *corpus* de análise totaliza 174 publicações, diárias ou semanais, entre 1974 e 2009. Mais concretamente no segmento dos jornais desportivos/veículos foram analisados 14

publicações, 8 jornais e 6 revistas. Fazem parte da análise os jornais *Diário Desportivo* (2007), *Duas Rodas* (1986-1994), *Gazeta dos Desportos* (1981-1995), *O Jogo* (1985-), *Motojornal* (1983-), *Ripa Desporto* (2007) e *Ripa na Rapaqueca* (2005-2006). Quanto às revistas, ingressaram no corpus a *Auto Foco* (2000-), *Auto Hoje* (1989-), *Auto Mais* (1992), *Auto Ofertas* (2008), *Auto Sport* (1977-), *Doze Magazine* (2003-2004) e *Semanauto* (2007-). Assim, das 14 publicações analisadas, metade foram já encerradas.

Relativamente à periodicidade, *O Jogo* e o *Diário Desportivo* eram diários e a *Gazeta dos Desportos* publicava-se três vezes por semana. Todas as outras publicações tinham edição semanal. As publicações analisadas eram de acesso pago, à exceção de *Diário Desportivo*, *Ripa Desporto*, *Auto Ofertas* e *Ripa na Rapaqueca*.

Um dos ramos de análise do projeto prende-se com a análise dos editoriais, estatutos editoriais e notas de abertura dos primeiros e últimos números das publicações analisadas. O propósito desta análise é conhecer o que foi divulgado nos primeiros e nos últimos números das publicações do *corpus*, dissecando, assim, as motivações que levaram ao aparecimento e ao desaparecimento dos títulos no mercado da imprensa escrita em Portugal. Num total de 227 editoriais recolhidos e analisados, 176 são relativos ao lançamento da publicação e 51 ao seu encerramento. Já no segmento dos jornais desportivos/veículos, registaram-se 15 editoriais de surgimento e 2 de desaparecimento. A recolha dos editoriais foi efetuada em três bibliotecas: Biblioteca Pública de Braga, Biblioteca Pública Municipal do Porto e Biblioteca Nacional de Portugal.

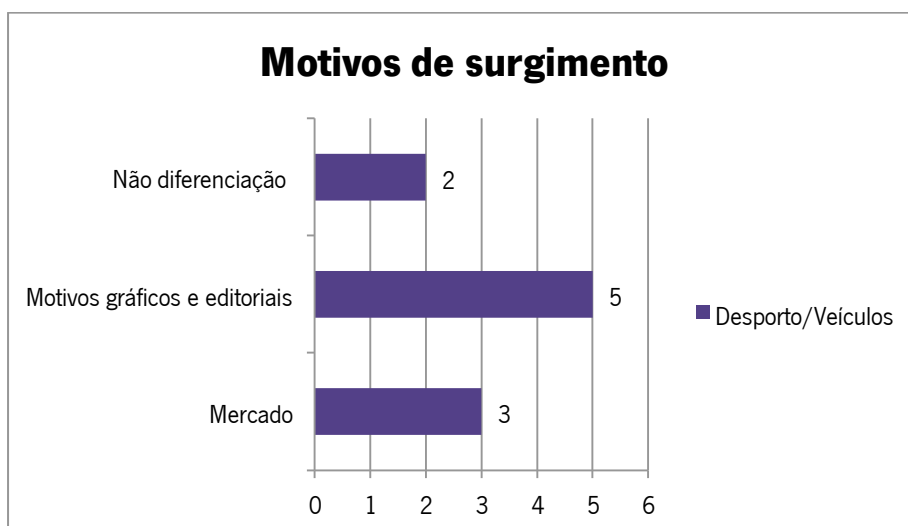


Gráfico 2: Motivos de surgimento aludidos pelos primeiros editoriais das publicações do segmento Desportivo/Veículos.

Segundo o Gráfico 2, os principais motivos aludidos nos primeiros editoriais são os gráficos e editoriais, acontecendo em cinco dos editoriais (33,3%), seguindo-se as questões de mercado (20%) e os fatores de não diferenciação (13,3%). Entende-se por não diferenciação quando os textos não abordam qualquer aspeto diferenciador no mercado, revelando que não querem competir com os outros meios, ou seja, um sistema de concorrência pela concorrência. As publicações que o fazem são o jornal *Diário Desportivo* e a revista *Auto Hoje*.

Numa análise mais detalhada, é possível verificar que, nos motivos gráficos/editoriais, são mais referenciadas as questões relacionadas com secções, temas e conteúdos, no qual são revelados aos públicos as principais temáticas que a publicação tratará. São quatro as publicações que o referem: *Auto Mais*, *Duas Rodas*, *O Jogo* e *Diário Desportivo*. O formato é outro assunto editorial abordado, como no jornal *Ripa na Rapaqueca*. Temas como periodicidade ou aposta nas tecnologias digitais não ocupam espaço nos primeiros editoriais das publicações analisadas neste segmento.

Relativamente aos fatores de mercado, o mais abordado é, inequivocamente, o segmento especializado, mostrando, desta forma, a preocupação das publicações em revelarem o seu enquadramento num nicho de mercado e as suas características específicas. Oito dos editoriais (53,3%) abordam esta questão, sendo que, ainda quanto ao mercado, a referência relativamente ao modelo de negócio que irá ser adotado pela publicação é mencionado em três títulos (20%): *Auto Hoje*, *Auto Mais* e *Diário Desportivo*. A sustentabilidade económica é essencial para a manutenção das publicações. Assim, três delas (20%) mencionam este fator: *Auto Foco*, *Motojornal* e *Diário Desportivo*.

Quanto aos motivos de encerramento, os editoriais dos últimos números do segmento Desporto/Veículos são parcursos em explicações, sendo que o único que aborda a questão é o *Ripa na Rapaqueca*. O texto do último editorial menciona motivos gráficos e editoriais para o encerramento do título, revelando a necessidade de se reinventar e readaptar ao mercado, já que a publicação viria dar a origem ao *Ripa Desporto*, que surgiu com diferentes moldes editoriais.

Questões metodológicas

A metodologia tem como base uma análise de conteúdo, cujo período de análise é de um ano (de janeiro a dezembro de 2013), tendo como objetos de estudo os três diários desportivos em Portugal (*A Bola*, *Record* e *O Jogo* – edição Norte). O recorte temporal de um ano é escolhido para também poder fazer uma análise comparativa dos diferentes momentos sazonais durante o ano. Por exemplo, as “janelas de transferências” (podem ser realizados acordos de transferências noutros períodos do ano, mas é nestas “janelas” que as mesmas se efetivam) ocorrem de 1 a 31 de janeiro (mercado de inverno) e de 1 de julho a 31 de agosto (mercado de verão).

A análise tem como alvo todas as notícias presentes na capa, verificando-se se as mesmas se revelam verdadeiras ou não. Caso se confirme que se trata de uma manchete especulativa, passar-se-á à análise dos temas e das fontes do texto correspondente. Para a confirmação da fiabilidade das notícias recorre-se aos dados da Comissão de Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), que publica, entre outros documentos, as contratações e transferências das diferentes entidades desportivas, bem como os valores envolvidos nos vários acordos contratuais; o site da Liga Portuguesa de Futebol Profissional (<http://www.ligaportugal.pt>), que revela as fichas de jogo dos encontros futebolísticos; e, ainda, outra notícia do diário *Público* (discriminada na Bibliografia).

Foram elaboradas duas grelhas: uma para analisar apenas as manchetes e outra para analisar as fontes. No primeiro caso, foram avaliados os seguintes parâmetros:

- Jornal: o meio em que foi publicada a manchete (*A Bola*, *O Jogo* ou *Record*);
- Clube: o clube que é noticiado ou as seleções nacionais. Entre os clubes que foram manchete no *corpus* de análise, registaram-se Sport Lisboa e Benfica (SLB), Sporting Clube de Portugal (SCP), Futebol Clube do Porto (FCP), Sporting Clube de Braga (SCB), Futebol Clube de Paços de Ferreira (FCPF). Foram também referenciados na análise as notícias referentes à Liga dos Campeões, Liga Europa, Liga Espanhola e Liga Portuguesa, quando as manchetes abordam essas competições, sem referir um clube em concreto, mas um ou mais. Quando se noticia clubes estrangeiros, fora do contexto dos anteriormente mencionados, a designação é “Internacional”.
- Modalidade: a modalidade que é noticiada na manchete. As modalidades incorporadas na análise foram Futebol, Ciclismo, Ténis e Futsal. O elemento “Outros” refere-se quando a manchete alude a um tema diferente de todos os supracitados, como o caso

das eleições para Presidente do Sporting Clube de Portugal, cargo que abrange todas as modalidades praticadas na referida instituição desportiva;

- Veracidade: aferindo se a manchete é ou não verdadeira;
- Tema das notícias: para determinar se a manchete é relativa a antevisão ou realização de jogos, votações elaboradas pelos próprios jornais, estatísticas criadas sobre jogadores ou a história dos clubes, casos de arbitragem, questões administrativas das instituições desportivas, transferências, permanências ou renovações dos jogadores ou treinadores e entrevistas sobre nenhum dos assuntos anteriormente referidos. “Outros” alude a temas que não se enquadram em nenhum dos que estão em análise.

De destacar que cada notícia não verdadeira era também classificada segundo os seguintes parâmetros: jornal, clube, modalidade e tema das notícias.

A partir da criação de uma base de dados – recorrendo, para tal, ao programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) –, foi elaborada a seguinte grelha classificativa para a análise das fontes:

- Geografia da fonte: Internacional (fonte pertencente a uma realidade internacional ou quando é designada num agrupamento de vários países, em diversos continentes), África (fonte pertencente ao continente africano), América do Norte (fonte pertencente ao continente da América do Norte), América do Sul (fonte pertencente ao continente da América do Sul), Ásia (fonte pertencente ao continente asiático), Europa (fonte pertencente ao continente europeu), Oceânia (fonte pertencente ao continente da Oceânia), Nacional (fonte pertencente a uma realidade nacional ou quando é designada num agrupamento de diferentes localidades do país), Norte (fonte pertencente a um destes distritos: Braga, Bragança, Viana do Castelo e Vila Real), Centro (fonte pertencente a um destes distritos: Aveiro, Castelo Branco, Coimbra, Guarda, Leiria e Viseu), Lisboa (fonte pertencente ao distrito de Lisboa), Porto (fonte pertencente ao distrito do Porto), Alentejo (fonte pertencente a um destes distritos: Beja, Évora e Portalegre), Algarve (fonte pertencente ao distrito de Faro), Madeira (fonte pertencente à ilha da Madeira) e Açores (fonte pertencente à ilha dos Açores); Sem informações (quando não há informações suficientes no texto para apurar o contexto geográfico da fonte);
- Género da fonte: Feminino, Masculino ou não se aplica;

- A atribuição da fonte é determinada segundo a metodologia de Melvin Mencher (1991), já referida anteriormente. Desta forma, a fonte pode ser anónima, ter uma atribuição *on the record*, *on background/not for attribution*, como “fonte próxima do jogador” ou “de acordo com informações recolhidas por *Record* junto de fonte próxima do processo”; e, ainda, *on deep background*, exemplificado nos textos como “sabe *O Jogo*” e “*A Bola* apurou”.
- Quanto ao Estatuto: Oficiais (Secretaria de Estado do Desporto; Instituto Nacional do Desporto; Comité Olímpico de Portugal; Federações; Ligas; Associações; Sindicatos; Clubes; Documentos); Especializadas Institucionais (jogadores de determinado clube; treinadores de determinado clube; presidentes de determinado clube; diretores de setores organizacionais de determinada instituição desportiva; Advogados de determinada figura ou instituição desportiva); Especializadas Não-institucionais (jogadores sem ligação contratual a qualquer clube; treinadores sem ligação contratual a qualquer clube; empresários; médicos; árbitros; presidentes; diretores de setores organizacionais de uma instituição desportiva; advogados de uma figura ou instituição desportiva); Media; Sites/Blogues; Redes Sociais; Sociedade.

As fontes oficiais são as que estão associadas a cargos públicos (eleitos ou designados) que representam uma instituição ou empresa pública. Por vezes, o acesso a estas fontes é feito de forma indireta, a partir dos assessores ou porta-vozes das mesmas. Incluem-se nas fontes oficiais os documentos, como leis, comunicados ou despachos.

As fontes especializadas foram divididas em institucionais e não institucionais. No primeiro caso, trata-se de fontes que falam com conhecimento de causa, sendo especialistas de determinado assunto. São também institucionais porque ocupam determinado cargo na instituição que representam, falando em nome da mesma. Já as fontes especializadas não-institucionais referem-se às fontes que falam com conhecimento de causa, sendo especialistas de determinado assunto mas não são institucionais, falando a título individual.

Por vezes, o jornalista recorre a notícias de outros meios de comunicação social para sustentar o seu texto, daí que uma das fontes sejam, justamente, os media. O repórter pode, igualmente, recorrer a um site/blogue com o mesmo propósito, justificando-se, assim, a presença deste elemento na grelha. Com a proliferação das redes sociais, como o Facebook ou o Twitter, são recorrentes as vezes que os jornalistas usam os depoimentos de figuras desportivas nesses meios, citando os mesmos nos seus textos jornalísticos. Por fim, a sociedade,

referente a fontes que não são especializadas e nem representam qualquer instituição, falando, portanto, a título individual.

De realçar que além da análise propriamente dita das fontes, foram tidos em conta outros aspetos em cada notícia considerada especulativa. Assim, foram referenciados o título da notícia, o jornal em que foi publicada, a data da mesma, o clube e a modalidade noticiados, a presença de fontes e o número das mesmas.

Todas estas considerações metodológicas têm como propósito responder à seguinte questão de investigação: **O jornalismo desportivo em Portugal é notícia ou especulação? Em caso de notícias especulativas, quais são os temas e as fontes predominantes?**

Análise empírica

1.1. Análise das manchetes – resultados gerais

O *corpus* de análise resulta num total de 1092 capas (364 de *A Bola*, 363 de *O Jogo* e 365 de *Record*). Foram três as vezes que dois dos jornais analisados não se publicaram: *A Bola* a 1 de janeiro e 25 de dezembro e *O Jogo* também no dia 25 de dezembro.

A análise irá dividir-se em duas grandes partes: a análise das manchetes (com a apresentação dos resultados gerais e ainda uma análise diferenciada para quando as manchetes não são verdadeiras) e das notícias especulativas, relativas à totalização dos artigos jornalísticos com presença na capa que não se revelaram verdadeiros.

Temas das manchetes

Temas	Frequência	%
Votações	5	0,5
Arbitragem	7	0,6
Permanência	32	2,9
Renovações	34	3,1
Estatísticas	35	3,2
Questões administrativas	46	4,2
Outros	55	5,0
Transferência	152	13,9
Entrevista	179	16,4
Antevisão	198	18,1
Jogo	349	32,0
Total	1092	100,0

Tabela 1: Temas abordados nas manchetes.

Tal como demonstra a Tabela 1, o principal tema das manchetes no *corpus* de análise foi relativo aos jogos (32%), o que mostra que os jornais noticiaram em larga dimensão os resultados dos jogos de diferentes competições. O conjunto das manchetes relacionadas com transferências, permanências e renovações de jogadores e/ou treinadores totaliza o número de 218 manchetes, numa percentagem de 19,9%, superando, assim, a antevisão dos encontros desportivos que, por sua vez, rende também várias manchetes, num total de 198 (18,1%).

Juntando as manchetes relativas a jogos (resultados) e a antevisão dos mesmos, o total é de 547 manchetes, resultando em 50,1%, revelando a grande importância atribuída pelos jornais desportivos aos dados envolventes dos eventos desportivos. Assim, em última análise, este é o grande tema abordado pelos três diários desportivos em análise.

As entrevistas realizadas a presidentes, jogadores ou treinadores das instituições desportivas foram manchete em 179 dos casos (16,4%), enquanto as questões administrativas (maioritariamente relacionadas com as eleições do SCP) foram tema de capa 46 vezes (4,2%).

É comum os jornais desportivos debruçarem-se sobre dados estatísticos, tanto sobre o rendimento dos jogadores, como acerca da história de clubes ou de encontros desportivos. Nesta amostra, este tema foi capa 35 vezes, num total de 3,2%. Os casos de arbitragem, que geram, por vezes, bastante controvérsia, foram manchete apenas em 7 das capas analisadas (0,6%). As votações, realizadas pelos próprios jornais aos seus leitores inquirindo os mesmos sobre diferentes assuntos, têm uma presença residual enquanto manchete, tornando-se capa apenas 5 vezes (0,5%).

Futebol, o verdadeiro desporto-rei

Modalidade	Frequência	%
Ténis	1	0,1
Futsal	1	0,1
Ciclismo	4	0,4
Outros	30	2,7
Futebol	1056	96,7
Total	1092	100

Tabela 2: Modalidades noticiadas nas manchetes.

O futebol é, iniludivelmente, o desporto protagonista das manchetes analisadas, tal como demonstra a Tabela 2. Foram 1056 (96,7%) as manchetes dedicadas a esta modalidade, numa supremacia evidente em relação ao Ciclismo (4 manchetes, 0,4%), ao Ténis e ao Futsal (cada com uma manchete, numa percentagem de 0,1%). O Ciclismo ganhou relevo a 30 de setembro de 2013, quando o ciclista português Rui Costa se sagrou campeão do mundo e campeão das manchetes dos diários desportivos portugueses, tendo sido o protagonista da capa n' *A Bola* (Ilustração 1), n' *O Jogo* (Ilustração 2) e no *Record* (Ilustração 3), num caso único em todo o *corpus* de análise.



Ilustração 1: Capa de *A Bola* a 30 de setembro de 2013. Retirada de: <http://noticias.sapo.pt/banca/desporto>.



Ilustração 2: Capa de *O Jogo* a 30 de setembro de 2013. Retirada de: <http://noticias.sapo.pt/banca/desporto>.



Ilustração 3: Capa de *Record* a 30 de setembro de 2013. Retirada de: <http://noticias.sapo.pt/banca/desporto>.

Outra exceção na predominância das manchetes acerca do futebol é o caso da capa d'*A Bola* de 27 de junho de 2013, que teve na manchete a tenista Michelle Brito (Ilustração 4), sendo mesmo a única vez em que uma mulher foi manchete entre as 1092 capas analisadas.



Ilustração 4: Capa de *A Bola*, de 27 de junho de 2013. Retirada de: <http://noticias.sapo.pt/banca/desporto>.

Protagonistas das manchetes

Nome do Clube, Seleção ou Liga	Frequência	%
Futebol Clube de Paços de Ferreira	1	0,1
Liga dos Campeões	1	0,1
Liga Espanhola	2	0,2
Sporting Clube de Braga	5	0,5
Não se aplica	8	0,7
Seleção Portuguesa	41	3,8

Liga Portuguesa de Futebol	75	6,9
Sporting Clube de Portugal	240	22
Futebol Clube do Porto	283	25,9
Sport Lisboa e Benfica	436	39,9
Total	1092	100

Tabela 3: Clubes/Seleção/Ligas nas manchetes.

Tal como revela a Tabela 3, o clube SLB foi o que mais prendeu a atenção dos diários desportivos, tendo sido manchete 436 vezes (39,9% do total das manchetes analisadas). Tal pode dever-se ao facto de a equipa de futebol ter estado envolvida em diferentes competições, como a Liga Portuguesa, a Taça da Liga e a Liga Europa (em que chegou à final), criando, desta forma, mais notícias.

Segue-se o FCP, protagonista das capas em 283 ocasiões, num total de 25,9%. Com pouca diferença, o outro clube português considerado como “grande”, o SCP, foi escolhido para ser manchete em 240 capas da amostra, num total de 22%. A Liga Portuguesa reúne o número de 75 manchetes (6,9%), sendo esta a principal competição de futebol em Portugal.

A Seleção Portuguesa de Futebol foi tema de manchete 41 vezes (3,8%), sobretudo devido aos jogos de apuramento para o Campeonato Mundial de Futebol de 2014, realizado no Brasil. O SCB tem uma presença minoritária nos resultados, mas, ainda assim, tornou-se capa 5 vezes (0,5%).

Os clubes tornados manchete em cada jornal

Clube/Seleção	A Bola	Record	O Jogo	Total
FCPF	0	0	1	1
Liga dos Campeões	0	0	1	1
Liga Espanhola	2	0	0	2
SCB	1	1	3	5
Não se aplica	6	1	1	8
Seleção Portuguesa	19	8	14	41
Liga Portuguesa de Futebol	31	25	19	75
SCP	86	132	22	240
FCP	17	9	257	283

SLB	202	187	47	436
Total	364	363	365	1092

Tabela 4: Cruzamento das variáveis “Clube/Seleção na manchete” e “Nome do jornal”.

Rui Flores (2004) considera que há uma ideia comum nos leitores de que cada jornal possa estar associado a um dos três “grandes” (*A Bola* ao SLB, *Record* ao SCP e *O Jogo* ao FCP). Ora, na Tabela 4, é, de facto, notório que *A Bola* dedica mais vezes a sua manchete ao SLB (202 manchetes, 55,5%), *O Jogo* atribui o protagonismo da sua capa maioritariamente ao FCP (257 manchetes, 70%) e o *Record* transforma o SCP em manchete mais vezes do que qualquer outro clube (132 manchetes, 36,3%).

1.2. Análise das manchetes especulativas

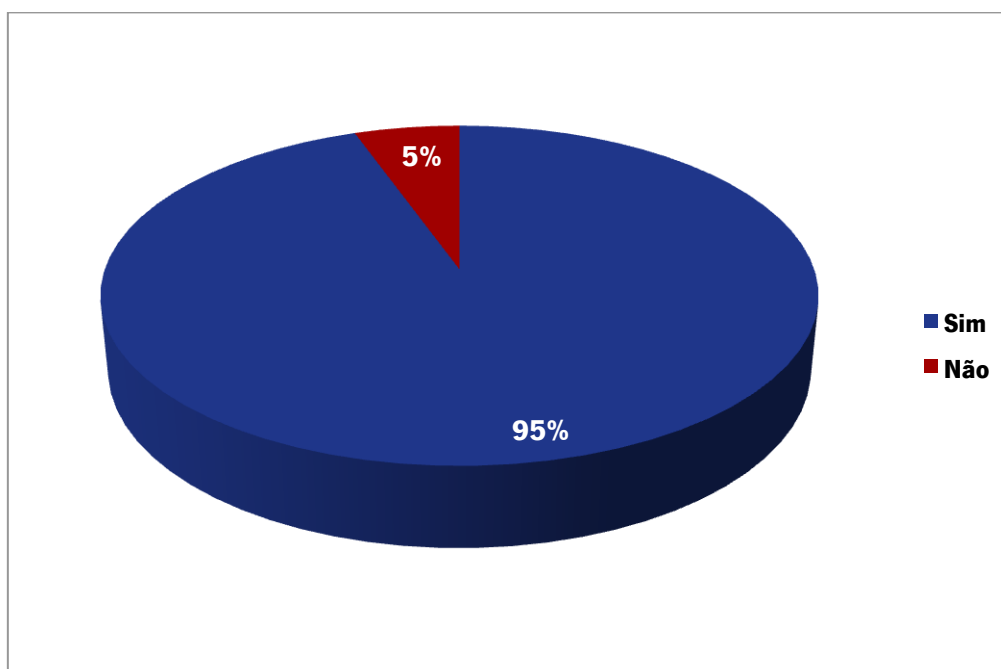


Gráfico 3: Número de manchetes especulativas.

Como é possível verificar no Gráfico 3, a esmagadora maioria das manchetes analisadas (1032, num total de 94,5%) revelou-se verdadeira. No lado oposto, 60 das manchetes escrutinadas (num total de 5,5%) tiveram algum aspeto falacioso, tornando-se, assim, especulativas.

Jornais com mais manchetes especulativas

Jornal	Frequência	%
O Jogo	8	13
A Bola	24	40
Record	28	47
Total	60	100

Tabela 5: Percentagem de manchetes especulativas por jornal.

De acordo com a Tabela 5, o jornal com mais manchetes que não se revelaram verdadeiras é o *Record*, com um total de 47%, o que equivale a 28 manchetes. Segue-se *A Bola*, que regista 24 manchetes (40%) e, por fim, *O Jogo*, com 8 manchetes especulativas, numa percentagem de 13%. Desta forma, este é o diário desportivo com o menor número de manchetes que não se revelaram verdadeiras, com uma disparidade significativa em relação aos outros diários em análise.

Manchetes especulativas – principais temas

Temas	Frequência	%
Renovações	1	1,7
Questões administrativas	1	1,7
Antevisão	6	10
Transferência	52	86,7
Total	60	100

Tabela 6: Principais temas nas manchetes especulativas.

A Tabela 6 não deixa dúvidas em relação ao facto de as transferências serem o assunto mais abordado nas manchetes especulativas, num total de 52 capas (86,7%). As antevisões dos jogos carregam, por vezes, algumas afirmações que, posteriormente, não se confirmam, como em casos em que os jornais noticiam que determinado jogador vai participar no onze da sua equipa em certo jogo, o que, depois, não sucede. São 6 as manchetes sobre este tema que não se revelaram verdadeiras, numa percentagem de 10%. As questões administrativas e as renovações tiveram uma manchete cada que não se revelou verdadeira (1,7%). No primeiro caso, trata-se da capa de *A Bola* de 8 de fevereiro de 2013 (Ilustração 5), relativa à alegada exclusão do FCP da Taça da Liga. Já o segundo caso é referente a outra

manchete do jornal *A Bola*, publicada no dia 28 de maio de 2013, que noticiava a saída de Jorge Jesus do comando da equipa de futebol do SLB (Ilustração 6).



Ilustração 5: Capa d' *A Bola* de 8 de fevereiro de 2013. Retirada de: <http://noticias.sapo.pt/banca/desporto>.



Ilustração 6: Capa d' *A Bola* de 28 de maio de 2013. Retirada de: <http://noticias.sapo.pt/banca/desporto>.

Manchetes especulativas – Protagonistas na manchete

Clube ou Liga	Frequência	%
Liga Portuguesa de Futebol	1	1,17
FCP	10	16,7
SCP	23	38,3
SLB	26	43,3
Total	60	100

Tabela 7: Os clubes/competições que figuram nas manchetes especulativas.

De acordo com a Tabela 7, o clube que mais vezes se vê envolvido em manchetes especulativas é o SLB, num total de 26 manchetes (43,3%), seguindo-se o SCP, com 23 manchetes (38,3%) e, ainda, o FCP, já com um número bastante inferior, num total de 10 manchetes (16,7%). A Liga Portuguesa de Futebol foi apenas uma vez manchete especulativa.

1.2.1.As fontes nas manchetes especulativas

Presença de fontes

Presença de fontes	Frequência	%
Sim	51	85
Não	9	15
Total	60	100

Tabela 8: Presença de fontes nas manchetes especulativas.

Tal como mostra a Tabela 8, 85% dos textos correspondentes às manchetes especulativas têm a presença de, pelo menos, uma fonte, sendo que apenas 15%, ou seja, 9 dos artigos jornalísticos, não apresentaram qualquer fonte de informação no seu conteúdo.

Número de fontes

Número de fontes	Frequência	%
Uma	15	25,0
Duas	20	33,3
Três	14	23,3
Quatro	1	1,7
Cinco ou mais	1	1,7
Não se aplica	9	15,0
Total	60	100

Tabela 9: Número de fontes nas manchetes especulativas.

De acordo com a Tabela 9, o total de fontes dos textos correspondentes às manchetes especulativas é de 115. 14 dos artigos jornalísticos registam a presença de 14 fontes (23,3%), 20 contêm 2 fontes (33,3%) e 15 dos textos têm apenas uma fonte no seu conteúdo (25%). Apenas 2 textos mostram o recurso a mais do que uma fonte (1,7% cada, 3,4% no total).

Não obstante, 9 dos textos, ou seja, 15% do total das manchetes, não registam a presença de qualquer fonte. Estes dados mostram o empobrecimento na procura de fontes para a construção dos textos jornalísticos, com o recurso a poucas ou, até mesmo, nenhuma fontes.

Género nas manchetes especulativas

Género	Frequência	%
Masculino	37	32
Não se aplica	78	68
Feminino	0	0
Total	115	100

Tabela 10: Género nas manchetes especulativas.

Como é possível constatar na Tabela 10, é predominante a presença das fontes do género masculino, tendo sido registadas 37 destas fontes (32% do total). De realçar que não foi encontrada nenhuma fonte do género feminino nos textos correspondentes às manchetes especulativas.

Contexto geográfico das fontes nas manchetes especulativas

Geografia	Frequência	%
África	1	0,8
Nacional	6	5,2
América do Sul	13	11,3
Europa	20	17,3
Sem informações	23	20
Não se aplica	52	45,2
Total	115	100

Tabela 11: Contexto geográfico das fontes nas manchetes especulativas.

Segundo a Tabela 11, a maior parte das fontes não apresenta informação suficiente para descortinar a sua origem geográfica (23 fontes, 20%). Entre as fontes identificáveis a nível geográfico são as provenientes da Europa que se destacam, com 20 fontes, perfazendo 17,3%. A América do Sul é o segundo continente que regista um maior número de fontes, num total de 13 (11,3%). As fontes provenientes do contexto nacional têm uma presença reduzida (6 fontes, 5,2%) e, ainda mais, as fontes pertencentes ao continente africano (apenas uma fonte, 0,8%).

Atribuição de informação

Atribuição de informação	Frequência	Percentagem
<i>On the record</i>	63	54,7
<i>On background / Not for attribution</i>	4	3,4

<i>On deep background</i>	39	33,9
Não se aplica (sem fontes)	9	7,8
Total	115	100

Tabela 12: Atribuição de informação nas manchetes especulativas.

De acordo com a Tabela 12, a maioria das fontes dos artigos correspondentes às manchetes especulativas tem uma atribuição *on the record* (63 fontes, 54,7%), portanto, com atribuição direta.

Os jornalistas recorrem a fontes com atribuição com reserva num total de 43 fontes (37,3%), dividindo-se em atribuição *on background/not for attribution* (com reserva) em 4 das fontes (3,4%) e *on deep background* (atribuição com reserva total) em 39 das fontes analisadas (33,9%). Desta forma, a partir do recurso a este tipo de fontes, fica dificultada a possibilidade de o leitor perceber como o jornalista construiu a notícia, pois não há qualquer proximidade identificativa das fontes.

Estatuto das fontes de informação nas manchetes especulativas

Estatuto	Frequência	%
Especializadas institucionais - Jogadores	3	3
Especializadas institucionais - Treinadores	5	4
Especializadas institucionais - Presidentes	7	6
Especializadas institucionais - Diretores	2	2
Especializadas não-institucionais - Jogadores	9	8
Especializadas não-institucionais - Empresários	6	5
Especializadas não-institucionais - Advogados	1	1
Oficiais - Documentos	1	1
Media	24	21
Sociedade	4	3
Redes sociais	1	1
Não se aplica	52	45
Total	115	100

Tabela 13: Estatuto das fontes nas manchetes especulativas.

Como mostra a Tabela 13, regista-se um maior número de fontes com estatuto “Media” (24 fontes, 21%), mostrando que os jornalistas recorrem de forma significativa a informações de outros meios de comunicação social. As “Redes Sociais” registam apenas uma fonte, bem como as fontes oficiais (neste caso, documentos).

Na pesquisa jornalística por fontes primárias, ou seja, as fontes contactadas diretamente pelos jornalistas, deriva o número total de 38 fontes (33%). Destas, são os jogadores, na qualidade de fontes especializadas não-institucionais, que se destacam (9 fontes, 8%), seguindo-se os presidentes das organizações desportivas, enquanto fontes especializadas institucionais (7 fontes, 6%) e, ainda, os empresários, falando enquanto fontes especializadas não-institucionais (6 fontes, 5%).

A origem geográfica das fontes com estatuto “Media”

Contexto geográfico	“Media”
América do Sul	3
Europa	16
Nacional	4
Sem informações	1
Não se aplica	0
Total	24

Tabela 14: Cruzamento das variáveis “contexto geográfico” e “estatuto da fonte de informação” – Media.

Como há um número significativo de fontes com estatuto “Media”, efetuou-se a contagem dos contextos geográficos desse tipo de fontes. Assim, de acordo com a Tabela 14, as fontes com estatuto “Media” têm, na sua maioria, proveniência de contextos internacionais, mais precisamente da Europa (16 fontes, 67%) e da América do Sul (3 fontes, 12,5%). Quanto aos meios de comunicação social portugueses, registaram-se 4 fontes, o que perfaz 17%. Denota-se, assim, uma maior necessidade de os jornalistas procurarem informações em media internacionais para construírem os seus textos jornalísticos, talvez por falta de dados novos nos outros meios de comunicação social portugueses.

Presença de fontes nos textos por jornal

Presença de fontes			
Jornal	Sim	Não	Total
A Bola	19	5	24
Record	24	4	28
O Jogo	8	0	8
Total	51	9	60

Tabela 15: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “presença de fontes”.

Como mostra a Tabela 15, apenas todas as notícias d' *O Jogo* mostram a presença de, pelo menos, uma fonte. Vinte e quatro dos textos do jornal *Record* apresentam também, no mínimo, uma fonte, sendo que são 4 os textos que não revelam a presença de qualquer fonte. Este título é também o que regista mais manchetes especulativas, pelo que poderá justificar-se, desta forma, o maior número de fontes, já que alberga um maior conjunto de notícias analisadas.

Quanto ao jornal *A Bola*, são 5 os artigos jornalísticos relativos às manchetes especulativas que não apresentam nenhuma fonte, sendo este o número mais elevado entre os jornais concernentes à análise.

Total de fontes por jornal

Jornal	Frequência	%	Média
O Jogo	22	21	2,8
A Bola	41	39	1,7
Record	43	41	1,5
Total	106	100	-

Tabela 16: Número total de fontes por jornal (manchetes especulativas).

O jornal *Record* é o que mais recorre ao uso de fontes, registando-se 43 fontes (41%) no total dos textos correspondentes às manchetes não especulativas, como se verifica na Tabela 16. Com pouca diferença, segue-se *A Bola*, com 41 fontes (39%) e *O Jogo*, já com uma distância significativa (22 fontes, 21%). Não obstante, é necessário referir que esta é também a ordem dos jornais com mais manchetes especulativas, o que poderá influenciar estes resultados.

É, justamente, por esse motivo que se junta à análise a média de fontes por jornal. Desta forma, é possível confirmar que o jornal *O Jogo* é aquele que utiliza um maior número de

fontes por manchete especulativa (média de 2,8 fontes por notícia), seguindo-se *A Bola* (1,7) e *Record* (1,5). Assim, *O Jogo* é o único dos três diários que alcança uma média de fontes por jornal na ordem das 3, mostrando a preocupação com o contraditório, ao contrário dos outros jornais em análise, que revelam uma notória média inferior de fontes por notícia.

Assim, além d'*O Jogo* ser o jornal que regista um menor número de manchetes especulativas é também o que revela um maior número de fontes. Na situação oposta está o *Record*, já que é o jornal com mais manchetes especulativas e o que também apresenta o menor número de fontes por notícia.

De realçar ainda que a média de fontes por manchete especulativa, numa análise geral, é de 1,9, número inferior ao mínimo e desejável contraditório.

Número de fontes por jornal

Número de fontes							
Nome do jornal	Uma	Duas	Três	Quatro	Cinco ou mais	Não se aplica	Total
A Bola	5	8	5	0	1	5	24
Record	10	10	3	1	0	4	28
O Jogo	0	2	6	0	0	0	8
Total	15	20	14	1	1	9	60

Tabela 17: Cruzamento das variáveis “nome do jornal”/ “número de fontes”.

A partir da Tabela 17, é possível pormenorizar o número de fontes utilizado por cada jornal. Desta forma, o jornal *Record* regista mais textos que têm apenas uma ou duas fontes (ao todo, são 20 notícias nestes moldes, 10 notícias com 1 fonte e outras 10 com 2 fontes), mostrando, assim, alguma limitação no uso das fontes de informação.

Tal tendência é também verificada de forma semelhante no jornal *A Bola*, que regista 13 notícias com 1 ou 2 fontes (5 textos com 1 fonte e 8 artigos com a presença de 2 fontes).

Por sua vez, *O Jogo* não tem nenhuma notícia que tenha apenas uma fonte, mas 2 textos com 2 fontes e 6 textos que revelam a presença de 3 fontes.

Fontes identificadas por jornal

Nome do jornal	<i>On the record</i>	<i>On background / Not for attribution</i>	<i>On deep background</i>	Total
A Bola	15	1	25	41

Record	30	2	11	43
O Jogo	18	1	3	22
Total	63	4	39	106

Tabela 18: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “atribuição de informação”.

O jornal *Record* é o que regista o maior número de fontes com atribuição *on the record* (30 fontes, 47,6%), seguindo-se *O Jogo* (18 fontes, 28,5%) e *A Bola* (15 fontes, 23,8%).

Não obstante, tal como se verifica na Tabela 18, são muitas as fontes que revelam atribuição com reserva total e é o jornal *A Bola* que mais recorre a este tipo de fontes (total de 25 fontes, 64,1%). O *Record* é o 2º jornal que mais aduz fontes com esta atribuição (11 fontes, 28,2%). Por fim, *O Jogo* apresenta apenas 3 fontes *on deep background*, perfazendo um total de 7,7%. Assim, este diário desportivo opta pelo maior uso de fontes identificadas.

Relativamente às fontes de atribuição *on background/not for attribution*, é o jornal *Record* que apresenta um maior uso das mesmas, apesar de ter uma presença minoritária no cômputo geral. Assim, o *Record* regista duas fontes deste tipo, enquanto *A Bola* e *O Jogo* apenas uma cada.

Estatuto das fontes de informação por jornal

Estatuto	Nome do jornal			Total
	A Bola	Record	O Jogo	
Oficiais - Documentos	1	0	0	1
Especializadas institucionais - Jogadores	0	1	2	3
Especializadas institucionais - Treinadores	2	2	1	5
Especializadas institucionais - Presidentes	1	3	3	7
Especializadas institucionais - Diretores	0	1	1	2
Especializadas não-institucionais - Jogadores	2	6	1	9
Especializadas não-institucionais - Empresários	0	4	2	6
Especializadas não-institucionais - Advogados	0	0	1	1
Media	9	10	5	24
Sociedade	0	2	2	4
Redes sociais	0	1	0	1
Total	15	30	18	63

Tabela 19: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “Estatuto”.

Como é possível verificar na Tabela 19, as fontes de estatuto “Media” são as mais presentes nos textos correspondentes às manchetes especulativas, independentemente do jornal em questão. Todavia, é o jornal *Record* que apresenta mais fontes relativas a meios de

comunicação social (10 no total), seguindo-se, apenas com uma fonte de diferença, o jornal *A Bola. O Jogo* usou 4 fontes “Media” nos textos jornalísticos em análise.

De seguida, são os jogadores, na qualidade de fontes especializadas não-institucionais, as fontes mais utilizadas pelos três jornais, sobretudo pelo *Record* (com o número total de 6 fontes). Os presidentes dos clubes, enquanto fontes especializadas institucionais, são também ouvidos pelos jornais, resultando em 3 fontes, tanto pelo *Record* como pel’ *O Jogo* e apenas uma pelo jornal *A Bola*. Nota ainda para as “Redes Sociais”, que se traduz em apenas uma fonte, usada pelo jornal *Record*.

2. Análise das notícias especulativas

Jornais com mais notícias especulativas

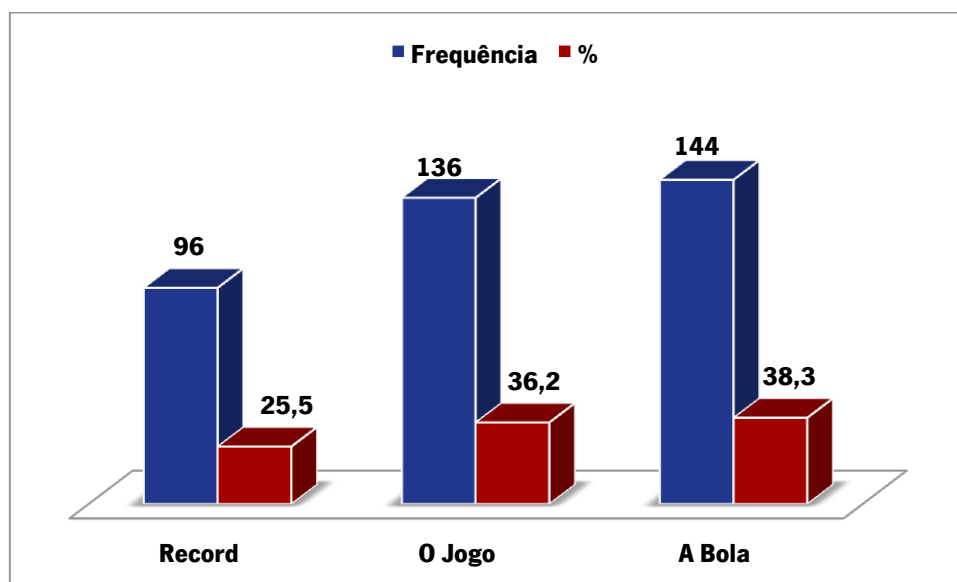


Gráfico 4: jornais que apresentaram notícias especulativas.

No *corpus* da análise, registou-se um total de 376 notícias especulativas (excluindo os textos jornalísticos relativos às manchetes). Como mostra o Gráfico 4, o jornal que apresenta um maior número de notícias especulativas é *A Bola*, com 144 notícias (38,3%). Segue-se *O Jogo*, que regista 36,2%, num total de 136 notícias e, por fim, o jornal *Record*, com 96 notícias (25,5%).

Desta forma, denota-se uma manifesta diferença nos resultados obtidos quanto às manchetes especulativas, em que era o jornal *Record* que registava um maior número de notícias não verdadeiras.

Temas das notícias

Temas	Frequência	%
Renovação	1	0,3
Permanência	4	1,1
Outros	5	1,3
Antevisão	38	10,1
Transferência	328	87,2
Total	376	100,0

Tabela 20: Temas das notícias especulativas.

O principal tema registrado nas notícias especulativas foi, inequivocamente, relativo às transferências, num total de 328 artigos (87,2%), como é possível verificar na Tabela 20. Seguem-se, já com uma notória diferença, as notícias referentes às antevisões de jogos, registrando-se 38 textos nestes moldes, num total de 10,1%. Já temas como permanências (4 notícias, 1,1%) e renovações (1 notícia, 0,3%) têm uma presença minoritária na amostra.

O futebol reafirma o seu posto no protagonismo das modalidades noticiadas

Modalidade	Frequência	%
Rali	1	0,3
Futebol	375	99,7
Total	376	100,0

Tabela 21: Modalidades presentes nas notícias especulativas.

Perante a Tabela 21, escasseiam-se as dúvidas quanto à predominância do futebol nas notícias especulativas. A modalidade foi notícia 375 vezes (99,7%), enquanto a outra modalidade também incorporada nas notícias especulativas é o Rali, registrada em apenas uma notícia (0,3%). Tais resultados foram encontrados de forma semelhante na análise das manchetes, sendo o futebol a modalidade com mais destaque.

Protagonistas das notícias especulativas

Clube na capa	Frequência	%
Não se aplica	1	0,3

Internacional	8	2,1
SCB	25	6,6
Liga portuguesa	25	6,6
FCP	90	23,9
SCP	110	29,3
SLB	117	31,1
Total	376	100

Tabela 13: clubes protagonistas das notícias especulativas.

Tal como se tinha verificado nas manchetes especulativas, também nas notícias especulativas é o SLB que mais figura, num total de 117 notícias (31,1%), como se atesta na Tabela 13. Segue-se o SCP, sendo o protagonista em 110 notícias (29,3%) e o FCP, que foi noticiado 90 vezes de forma não verdadeira (23,9%). Já com uma grande diferença, apresenta-se o SCB, clube que foi notícia 25 vezes (6,6%), no mesmo número registado por notícias relacionadas com a Liga Portuguesa. Os textos jornalísticos dedicados à realidade desportiva internacional traduziram-se em 8 notícias falaciosas (2,1%).

Os temas das notícias especulativas por jornal

Tema de notícia	Nome do título			Total
	A Bola	Record	O Jogo	
Transferência	124	80	124	328
Antevisão	16	13	9	38
Renovação	0	1	0	1
Permanência	2	1	1	4
Outros	2	1	2	5
Total	144	96	136	376

Tabela 22: Cruzamento das variáveis “tema de notícia” e “nome do título”.

Os jornais *A Bola* e *O Jogo* apresentam o mesmo número de notícias especulativas referentes a transferências (124 cada), como é verificável na Tabela 22. Já com uma diferença assinalável, demarca-se o *Record*, com 80 notícias.

O tema sobre antevisão de jogos é o que reúne, de seguida, um maior número de notícias especulativas, sobretudo a partir d'*A Bola* (16 notícias), seguindo-se o *Record* (13 notícias) e, por fim, *O Jogo* (9 notícias).

O tema Renovação é apenas noticiado de forma especulativa uma vez, pelo jornal *Record*. A permanência de jogadores e/ou treinadores foi notícia 4 vezes (2 por *A Bola* e 1 por *O Jogo* e *Record*).

2.1. As fontes nas manchetes especulativas

Presença de fontes

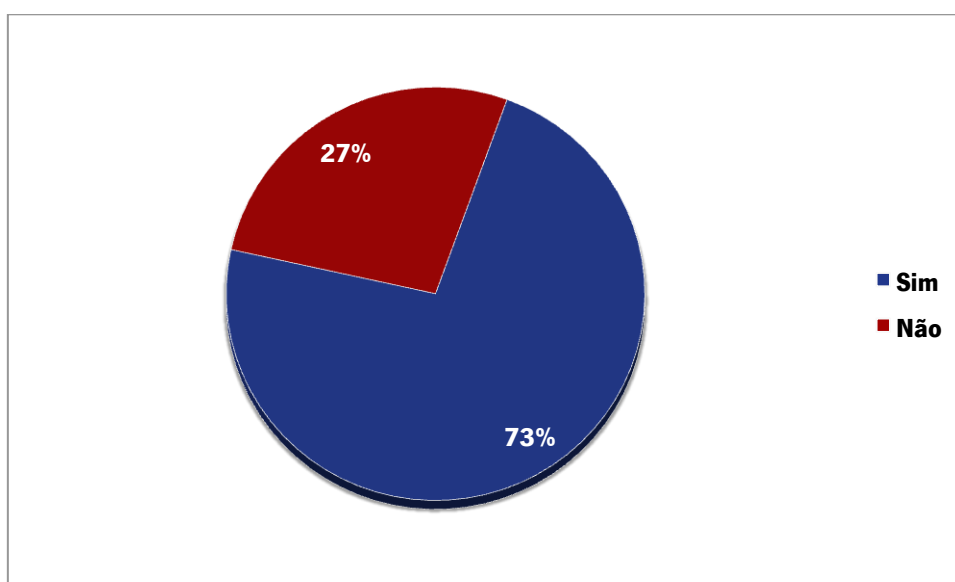


Gráfico 5: Presença de fontes nas notícias especulativas.

Entre as 376 notícias especulativas que fazem parte do *corpus* de análise, 102 não registam a presença de qualquer fonte, numa percentagem de 27%. Não obstante, o Gráfico 5 mostra, igualmente, que 73% dos textos analisados contêm a presença de, pelo menos, uma fonte de informação.

Número de fontes nas notícias especulativas

Número de fontes	Frequência	%
Uma	135	35,9
Duas	97	25,8

Três	26	6,9
Quatro	5	1,3
Cinco ou mais	11	2,9
Não se aplica	102	27,1
Total	376	100,0

Tabela 23: Número de fontes nas notícias especulativas.

Segundo a Tabela 23, há um grande número de notícias que têm apenas uma fonte de informação (135 notícias, numa percentagem de 35,9%), além de que 102 notícias (27,1%) não têm qualquer fonte. Registaram-se 97 notícias com duas fontes (25,8%), 26 artigos com a presença de três fontes (6,9%), 5 notícias com quatro fontes (1,3%) e, por fim, 11 notícias com cinco ou mais fontes (2,9%). De realçar ainda que, no total, estes valores traduzem-se em 584 fontes.

Denota-se, desta forma, um empobrecimento no recurso às fontes, já que nem sempre o jornalista realiza o desejável contraditório, ou seja, ouvir, pelo menos, duas fontes. Além disso, é em número reduzido que se registam notícias com mais de três fontes, o que enriqueceria a construção da notícia se tal valor fosse fomentado.

Género das fontes nas notícias especulativas

Género	Frequência	%
Masculino	135	23
Feminino	0	0
Não se aplica	449	77
Total	584	100

Tabela 24: Género das fontes de informação nas notícias especulativas.

Tal como verificado nos textos correspondentes às manchetes especulativas, também nas notícias o único género presente nos artigos jornalísticos é o masculino, registando-se 135 fontes (23%), como se constata na Tabela 24. Mais uma vez, os textos dos jornais desportivos mostram a ausência no recurso a fontes do género feminino.

Contexto geográfico das fontes de informação nas notícias especulativas

Geografia	Frequência	%
África	3	0,5
Ásia	1	0,1
América do Sul	52	8,9
Europa	120	20,5
Nacional	18	3
Norte	1	0,1
Açores	1	0,1
Sem informações	85	14,5
Não se aplica	303	51,8
Total	584	100

Tabela 25: Contexto geográfico das fontes presentes nas notícias especulativas.

De acordo com a Tabela 25, 20,5% das fontes são provenientes da Europa (num total de 120), sucedendo-se as fontes pertencentes à América do Sul (52 fontes, 8,9%). As fontes de informação oriundas do contexto nacional contabilizam o total de 3% (18 no total) e as do continente africano têm uma presença bem menor, perfazendo 0,5% (3 fontes). Apenas com uma fonte, registaram-se as fontes provenientes da Ásia, Norte e Açores (cada com 0,1%).

São também muitas as fontes que não apresentam informações suficientes para determinar o seu contexto geográfico, o que acontece com 85 dos casos (14,5%).

Atribuição de informação das fontes nas notícias especulativas

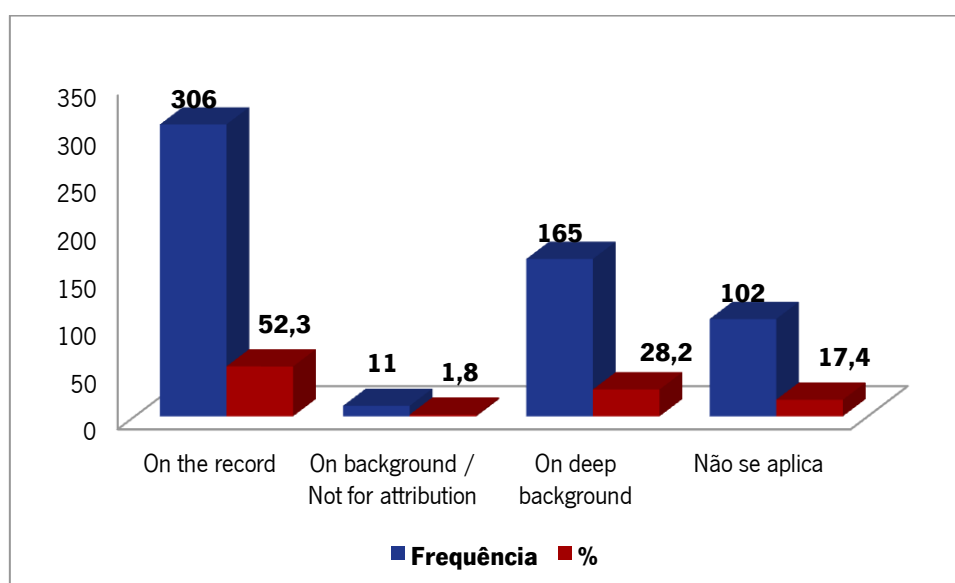


Gráfico 6: Atribuição de informação nas fontes presentes nas notícias especulativas.

Segundo os dados do Gráfico 6, mais de metade das fontes registadas nas notícias especulativas têm atribuição total, ou seja, *on the record*. Tal acontece com 306 das fontes (52,3%). Não obstante, 169 dessas fontes (28,9%) têm estatuto “Media”, “Sites/Blogues” e “Redes Sociais”, pelo que não foram fontes procuradas e contactadas diretamente pelos jornalistas que realizaram as notícias em análise.

Há ainda a registar um grande número de fontes *on deep background*, num total de 165 fontes (28,2%), tal como na análise das manchetes especulativas. O recurso a este tipo de fontes poderá ser uma forma de publicar notícias em primeira mão e em exclusivo, como refere Vasco Ribeiro (2006). Todavia, nenhuma destas notícias se revelou verdadeira, pelo que estas fontes podem ser também um meio de determinados assuntos serem divulgados, sendo escamoteada a sua origem.

Referência ainda para as fontes com estatuto *on background/ not for attribution*, que têm atribuição com reserva, tendo sido registadas 11 fontes nestes moldes, numa percentagem reduzida de 1,8%.

Estatuto das fontes de informação nas notícias especulativas

Estatuto da fonte de informação	Frequência	%
Oficiais - Documentos	2	0,3
Oficiais - Clubes	1	0,2
Especializadas institucionais - Jogadores	14	2,4
Especializadas institucionais - Treinadores	19	3,3
Especializadas institucionais - Presidentes	13	2,2
Especializadas institucionais - Diretores	13	2,2
Especializadas não-institucionais - Jogadores	25	4,3
Especializadas não-institucionais - Treinadores	11	1,9
Especializadas não-institucionais - Empresários	41	7
Media	147	25,2
Sites/Blogues	12	2
Redes sociais	10	1,7
Não se aplica	277	47,4
Total	584	100

Tabela 26: Estatuto das fontes de informação nas notícias especulativas.

Como revela a Tabela 26, são as fontes com estatuto “Media” que estão em maior número (147 fontes, 25,2%), provando, mais uma vez, o recurso assinalável dos jornalistas às informações que obtêm noutros meios de comunicação social.

De realçar que o total do número de fontes primárias é apenas de 23,8% (139 fontes), acabando, aliás, por ser um número inferior ao que é registado pelas fontes com estatuto “Media”. O total de fontes primárias é ainda menor do que o verificado nos textos correspondentes às manchetes especulativas (33%). Entre as fontes primárias, são os empresários, na qualidade de fontes especializadas não-institucionais, que têm mais presença nas notícias (num total de 41 fontes, 7%), seguindo-se os jogadores (também enquanto fontes especializadas não-institucionais), com 25 fontes (4,3%), e os treinadores (como fontes especializadas institucionais), que marcam presença 19 vezes nos textos em análise (3,3%). Os jogadores, agora na qualidade de fontes especializadas institucionais, voltam a ser mencionados (14 fontes, 2,4%), sucedendo-se os presidentes e diretores (ambos enquanto fontes especializadas institucionais), cada um com 13 fontes (2,2%). Por fim, os treinadores, como fontes especializadas não-institucionais, registam o número total de 11 fontes (1,9%) nas notícias especulativas.

Relativamente às fontes oficiais, estas são usadas 3 vezes: 2 enquanto Documentos (0,3%) e 1 na qualidade de Clubes (0,2%).

As novas tecnologias revelam-se, também aqui, importantes, com o registo de 22 fontes provenientes de “Sites/Blogues” e “Redes Sociais”, num total de 3,7%. As redes sociais têm, inclusive, um número quase semelhante ao registado pelos “Sites/Blogues”, demonstrando, desta forma, a relevância crescente que este tipo de meios tem junto dos jornalistas. Algumas das vezes, são os próprios jogadores ou empresários que comunicam aos seus “seguidores” o rumo das carreiras desportivas ou pormenores de negócios, acabando por constituir, assim, uma fonte fácil de aceder pelos jornalistas.

A origem geográfica das fontes com estatuto “Media” e “Sites/Blogues”

Geografia	“Media”	“Sites/blogues”
África	1	0
América do Sul	30	3
Europa	97	2
Nacional	13	1
Norte	0	0

Sem informações	6	4
Não se aplica	0	0
Total	147	10

Tabela 27: Cruzamento das variáveis “contexto geográfico” e “estatuto da fonte de informação” – “Media” e “Sites/Blogues”.

Uma vez mais, devido ao número significativo de fontes de estatuto “Media” e “Sites/Blogues”, procedeu-se à verificação da proveniência geográfica dessas mesmas fontes. Assim, segundo a Tabela 27, 97 fontes de estatuto “Media” são maioritariamente provenientes da Europa (66%). Depois, já com bastante diferença, seguem-se as fontes originárias da América do Sul (30 fontes, 20,4%) e as do contexto nacional (13 fontes, 8,8%). Destaque ainda para o facto de 6 das fontes (4%) não revelarem informação suficiente para descortinar o seu contexto geográfico. Foi também registada uma fonte oriunda do continente africano (0,7%).

Já quanto às fontes de estatuto “Sites/Blogues”, a maior parte não apresenta informações suficientes para determinar a sua origem geográfica (4 fontes, 40%), seguindo-se as fontes provenientes da América do Sul (3 fontes, 30%), Europa (2 fontes, 20%) e 1 do contexto nacional (1 fonte, 10 %).

Presença de fontes por jornal

Presença de fontes			
Nome do jornal	Sim	Não	Total
A Bola	92	52	144
Record	72	24	96
O Jogo	110	26	136
Total	274	102	376

Tabela 28: Cruzamento das variáveis “nome do jornal”/ “presença de fontes”.

Segundo a Tabela 28, o jornal que mais demonstra o uso de fontes é, sem dúvida, *O Jogo*, cujas 110 notícias (40,1%) têm a presença de, pelo menos, uma fonte de informação. Segue-se *A Bola*, com 92 textos jornalísticos (33,5%), que revelam recurso a fontes e, depois, o jornal *Record*, que apresenta o menor número de artigos jornalísticos com fontes (72 no total, 26,2%).

Total de fontes por jornal – notícias especulativas

Nome do jornal	Número de fontes	%	Média
Record	104	22	1
A Bola	161	33	1,1
O Jogo	217	45	1,6
Total	482	100	-

Tabela 29: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “número de fontes”.

De forma mais pormenorizada, é possível verificar na Tabela 29, o número total de fontes que cada jornal regista. Assim, *O Jogo* arrola o total de 217 fontes (45%), sucedendo-se, já com alguma disparidade, o jornal *A Bola*, com 161 fontes (33%) e, por fim, o *Record*, com 104 fontes (22%).

De modo a aferir com mais rigor o número de fontes usado por cada jornal, foi calculada a média de fontes por notícia. Assim, tal como já se tinha verificado na análise dos textos correspondentes às manchetes especulativas, também aqui é o jornal *O Jogo* que revela um média superior de fontes por notícia (1,6), sendo, não obstante, em número inferior do que o registado nas manchetes especulativas. Segue-se, depois, o jornal *A Bola* (1,1 fonte por notícia), também em linha com os resultados encontrados na outra secção da análise. O jornal *Record* volta a ser o que regista uma menor média de fontes por notícia (apenas 1).

De uma forma geral, a média de fontes por peça é de 1,5, num valor ainda mais reduzido do que o registado na análise das manchetes especulativas.

Número de fontes por jornal

Nome do jornal	Número de fontes						Total
	Uma	Duas	Três	Quatro	Cinco ou mais	Não se aplica	
A Bola	51	25	9	2	5	52	144
Record	45	23	3	1	0	24	96
O Jogo	39	49	14	2	6	26	136
Total	135	97	26	5	11	102	376

Tabela 30: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “número de fontes”.

Na Tabela 30, verifica-se que *A Bola* é o jornal que manifesta o maior número de notícias com a presença de apenas uma fonte (51 textos). Com uma ligeira diferença, segue-se o *Record*, com 45 notícias e, ainda, *O Jogo*, com 39 notícias.

O Jogo é o diário que apresenta mais textos com recurso a quatro e cinco fontes, reunindo um total de 8 notícias nestes moldes. Também o Jornal *A Bola* mostra 7 notícias que têm mais de 3 fontes, ao contrário de *Record*, que apenas tem uma notícia com 4 fontes.

O Jogo é, igualmente, o diário com maior número de textos que contêm duas fontes (49 no total), sucedendo-se *A Bola* (25) e *Record* (23). Com 3 fontes, é novamente *O Jogo* que se destaca (14 no total), seguindo-se *A Bola* (9) e *Record* (3).

Denota-se, assim, que o jornal *O Jogo* apresenta mais preocupação pelo maior uso de fontes em cada texto, o que enriquece a qualidade noticiosa dos seus artigos, incrementando uma das regras *sine qua non* do jornalismo: o contraditório. Além disso, este diário foi o que registou o segundo maior número de notícias especulativas, o que faz com que *A Bola* tenha um conjunto superior de notícias analisadas. Todavia, tal não se reflete no número de fontes usado por este jornal.

Fontes identificadas por jornal

Nome do jornal	<i>On the record</i>	<i>On background / Not for attribution</i>	<i>On deep background</i>
A Bola	111	6	44
Record	76	4	24
O Jogo	119	1	97
Total	306	11	165

Tabela 31: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “Atribuição de informação”.

Comparando os graus de atribuição de informação entre os diferentes jornais analisados, é *O Jogo* que apresenta o maior número de fontes *on the record*, como revela a Tabela 31. São 119 as fontes deste tipo (38,8%), enquanto *A Bola* apresenta 111 fontes (36,2%) e o *Record* um número significativamente menor (76 fontes, 24,8%).

Tal como o sucedido nas fontes concernentes aos textos das manchetes especulativas, também neste caso há um grande número de fontes *on deep background*. Aqui é também *O Jogo* que lidera a tabela, com 97 fontes (58,7%) com esta atribuição. Já com bastante disparidade, é *A Bola* que se segue (44 fontes, 26,6%) e, depois, o jornal *Record* (24 fontes, 14,5%).

Relativamente às fontes *on background/ not for attribution*, o jornal *A Bola* é o diário que mais utiliza fontes com este tipo de atribuição, num total de 6 (54,5%). O *Record* apresenta 4 fontes (36,3%) e *O Jogo* apenas uma (9%).

Estatuto das fontes de informação por jornal

Estatuto	Nome do jornal			
	A Bola	Record	O Jogo	Total
Oficiais - Documentos	2	0	0	2
Oficiais - Clubes	0	0	1	1
Especializadas institucionais - Jogadores	2	8	4	14
Especializadas institucionais - Treinadores	8	5	6	19
Especializadas institucionais - Presidentes	6	3	4	13
Especializadas institucionais - Diretores	3	1	9	13
Especializadas não-institucionais - Jogadores	8	5	12	25
Especializadas não-institucionais - Treinadores	6	1	4	11
Especializadas não-institucionais - Empresários	5	13	23	41
Media	61	38	48	147
Sites/blogues	7	0	5	12
Redes sociais	4	2	4	10
Total	112	76	120	308

Tabela 32: Cruzamento das variáveis “nome do jornal” / “Estatuto”.

De acordo com a Tabela 32, as fontes de estatuto “Media” são usadas na maioria pelo jornal *A Bola* (41,4%), seguindo-se *O Jogo* (32,6%) e *Record* (25,8%). Os “Sites/Blogues” são também mais utilizados pelo *A Bola* (7 no total), sendo que o *Record* não mostra o recurso a este tipo de fontes. As “Redes Sociais” marcam também presença nas notícias especulativas, sendo que são os jornais *A Bola* e *O Jogo* que mais a eles recorrem (4 fontes cada), seguindo-se o *Record* (com 2 fontes com este estatuto).

Ora, relativamente ao uso de fontes contactadas diretamente pelos jornalistas, é o jornal *O Jogo* que fica na dianteira, com o registo de 62 fontes, seguindo-se *A Bola* (38 fontes) e o *Record* (36 fontes). Entre estas fontes, *O Jogo* apresenta os empresários, enquanto fontes especializadas não-institucionais (23 fontes no total), em número mais representativo, sucedendo-se os jogadores, na qualidade de fontes especializadas não institucionais (12 no total) e os Diretores, como fontes especializadas institucionais (9 fontes). Quanto ao jornal *A Bola*, destacam-se os treinadores, enquanto fontes especializadas institucionais, e os jogadores, na

qualidade de fontes especializadas não-institucionais (cada com 8 fontes). Já o *Record* também recorre mais aos empresários, na qualidade de fontes especializadas não-institucionais, tal como *O Jogo*, mas num número bastante inferior (13 no total). Seguem-se os jogadores, enquanto fontes especializadas institucionais, que marcaram presença nas notícias especulativas num total de 8 vezes no jornal *Record*, 4 n' *O Jogo* e 2 no jornal *A Bola*.

3. Análise sazonal

Nesta secção, serão analisados diferenciadamente os mercados de verão e de inverno, efetuando-se, ainda, uma análise comparativa com os restantes períodos do ano. Recorde-se que o mercado de verão decorre de 1 de julho a 31 de agosto e o mercado de inverno acontece de 1 a 31 de janeiro.

3.1. Análise das manchetes

Manchetes especulativas nos dois mercados e fora do período dos mesmos

Veracidade	Mercado de verão		Mercado de inverno		Fora dos mercados	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
Sim	166	89,2	84	91,3	783	96,1
Não	20	10,8	8	8,7	32	3,9
Total	186	100,0	92	100,0	815	100,0

Tabela 33: Manchetes especulativas registadas nos mercados de verão e de inverno.

Como mostra a Tabela 33, o maior número de manchetes especulativas ocorre no mercado de verão, num total de 20 (10,8%), seguindo-se o mercado de inverno (8 manchetes, 8,7%) e só depois o período fora dos mercados (3,9%).

Apesar de o período fora dos mercados abranger um espaço temporal mais alargado (9 meses no total), regista-se um número de manchetes especulativas muito inferior em relação ao que ocorre durante os períodos dos mercados em que as “janelas de transferências” estão abertas. Aliás, juntando os dois mercados, totalizam-se 28 manchetes especulativas (19,5%).

Temas nas manchetes – resultados gerais

Temas	Mercado de verão		Mercado de inverno		Fora dos mercados	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
Transferência	40	21,5	18	19,6	94	11,5
Jogo	52	28	37	40,2	260	31,9
Entrevista	40	21,5	7	7,6	132	16,2

Votações	0	0	2	2,2	3	0,4
Antevisão	16	8,6	13	14,1	169	20,8
Estatísticas	1	0,5	4	4,3	30	3,7
Permanência	18	9,7	0	0	14	1,7
Renovações	7	3,8	1	1,1	26	3,2
Questões administrativas	3	1,6	3	3,3	40	4,9
Arbitragem	1	0,5	0	0	6	0,7
Outros	8	4,3	7	7,6	40	4,9
Total	186	100	92	100	814	100

Tabela 34: Temas registrados nas manchetes em cada mercado.

Apesar de os mercados de verão e de inverno serem as épocas de ocorrência de transferências, não é este o tema predominante quando se trata de manchetes, tal como se pode verificar na Tabela 34. Ora, o principal tema acaba por recair nos jogos, ou seja, na divulgação dos resultados dos eventos desportivos. Aliás, é este o tema tornado mais vezes manchete, tanto nos períodos de mercado como fora deles. Assim, no mercado de verão regista-se o total de 52 manchetes (28%), no de inverno o número é de 37 (40,2%), enquanto no período fora dos mercados são 260 as manchetes (31,9%) dedicadas a este tema.

No período concernente ao mercado de verão, há dois temas que registam o mesmo número de manchetes, sendo eles as transferências e as entrevistas (cada com 40 manchetes, 21,5%). Já no mercado de inverno, são mesmo as transferências que reúnem a preferência dos jornais para serem capa, num total de 19,6% (18 manchetes). Quanto ao período fora dos mercados, a antevisão dos jogos tem direito a 169 manchetes (20,8%), seguindo-se entrevistas (132 manchetes, 16,2%) e ainda as transferências (94 manchetes, 11,5%).

Temas nas manchetes especulativas

Temas	Mercado verão		Mercado inverno		Fora dos mercados	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
Transferência	7	88	15	79	30	91
Antevisão	1	13	3	16	2	6
Permanência	0	0	1	5	0	0

Outros	0	0	0	0	1	3
Total	8	100	19	100	33	100

Tabela 35: Temas registados nas manchetes especulativas em cada mercado.

Quando se trata de manchetes especulativas, o tema preponderante é referente às transferências, tal como se pode subsumir através da Tabela 35. Desta forma, no mercado de verão, as transferências foram tema em 7 das manchetes (88%), enquanto no mercado de inverno o assunto foi capa em 15 das manchetes especulativas, totalizando 79%. Já no período fora dos mercados, foram 30 as manchetes dedicadas às transferências (91%).

Temas como antevisão e permanência também marcam presença em ambos os mercados, bem como no período fora dos mercados. A antevisão dos jogos é mais vezes manchete especulativa no mercado de inverno (3 no total), seguindo-se o período fora dos mercados (2) e o mercado de verão (apenas um texto). O tema permanência é apenas uma vez manchete especulativa, no mercado de inverno.

3.2. Análise das notícias especulativas

Distribuição do número de notícias especulativas por mercado

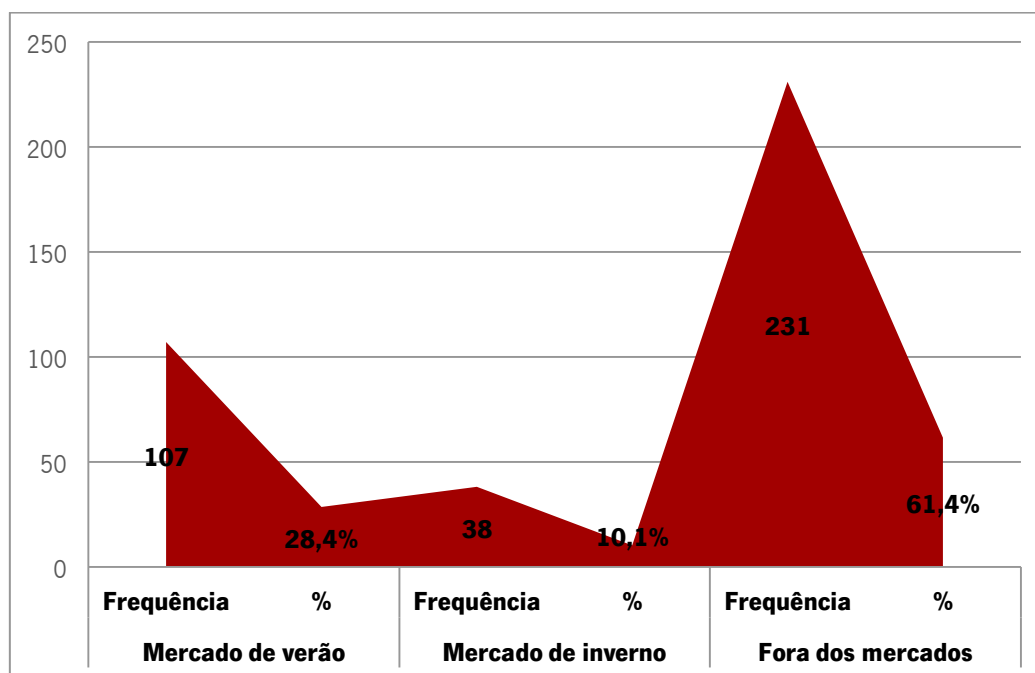


Gráfico 7: Número de notícias especulativas por mercado.

Ao contrário das manchetes, em que a maior parte das capas especulativas ocorria dentro do período dos mercados, nas notícias especulativas tal já não acontece. Assim, como revela o Gráfico 8, o maior número de notícias especulativas regista-se no período fora dos mercados (231 notícias, 61,4%), o que também pode justificar-se pelo longo espaço de tempo

que este período abrange (9 meses, ao contrário dos 2 meses do mercado de verão e do mês de janeiro, no caso do mercado de inverno). Comparando os dois mercados, é o de verão que reúne um maior número de notícias especulativas (107 notícias, 28,4%), ultrapassando o mercado de inverno, que apresenta 38 notícias especulativas, perfazendo um total de 10,1%.

Temas nas notícias especulativas

Temas	Mercado de verão		Mercado de inverno		Fora dos mercados	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
Transferência	102	94	35	92	191	83
Antevisão	4	4	3	8	31	13
Renovação	0	0	0	0	1	0
Permanência	1	1	0	0	3	1
Outros	1	1	0	0	4	2
Total	108	100	38	100	230	100

Tabela 36: Temas registrados nas notícias especulativas por mercado.

Segundo a Tabela 36, o tema preponderante entre os diferentes mercados, bem como no período fora dos mercados, é relativo às transferências, sobretudo no mercado de verão, em que 94% das notícias são dedicadas a este tema. O mercado de inverno também registra um número alto de notícias sobre transferências (92%), o que pode ser compreensível, já que se trata, justamente, do período por excelência em que se realizam as transferências das figuras desportivas nas diferentes instituições. Não obstante, o tema é também predominante no período fora dos mercados (83%), o que revela o quanto as transferências se revelam importantes para os jornais desportivos.

A antevisão dos jogos é também um tema relevante, sendo noticiado 4 vezes no mercado de verão (4%), 3 no mercado de inverno (8%) e 31 no período fora dos mercados (13%). Neste espaço temporal registam-se, igualmente, os temas renovação e permanência.

Considerações finais

Numa deambulação entre a emoção e o rigor jornalístico que se pretende, o jornalismo desportivo flutua entre as notícias verdadeiras e a especulação. Tal como Rui Novais afirma, esta editoria “oscila entre o imediatismo da oferta informativa ou cobertura noticiosa pura” (Rui Novais, 2010: 13), o que acaba por verificar-se, de alguma forma, nesta dissertação.

Ora, respondendo à questão de investigação (“O jornalismo desportivo em Portugal é notícia ou especulação? Em caso de notícias especulativas, quais são os temas e as fontes predominantes?”), os resultados apontam para que, relativamente às manchetes, o número de especulação seja muito reduzido. Assim, apenas 5% das manchetes não se revelaram verdadeiras. Não obstante, foi elevado o número registado de notícias especulativas, num total de 376 artigos jornalísticos, em que o tema predominante são as transferências. Logo, é sobretudo a partir deste tema que são divulgadas informações que nem sempre estão corretas, acabando por não se concretizar. Assim, de facto, “as transferências de jogadores constituem um campo de fértil especulação” (Sobral & Magalhães, 1999: 56). Quanto às fontes, a supremacia inclina-se para que tenham atribuição *on the record* e que tenham estatuto “Media”.

O principal tema das manchetes é, iniludivelmente, os jogos, seja tratando-se da antevisão dos mesmos ou dos resultados decorrentes. Aliás, este tema é o que se torna mais vezes manchete, tanto no período dos mercados de verão e de inverno, como fora deles. Tais resultados estão na mesma linha das considerações de Sugden & Tomlinson (2007), que referiam que o jornalismo desportivo é tido como uma mera exposição de resultados de jogos, sendo um espaço para debates sobre jogadores e equipas.

Mais preponderante ainda é o destaque atribuído ao futebol pelos jornais desportivos, tanto nas manchetes como nas notícias não verdadeiras. Os protagonistas das capas são o Sport Lisboa e Benfica, o Futebol Clube do Porto e o Sporting Clube de Portugal, ou seja, os três clubes considerados “grandes” em Portugal (tais resultados também se verificam na análise das notícias especulativas). Entre estes, o SLB é mais vezes manchete n’ *A Bola*, o SCP no jornal *Record* e o FCP no jornal *O Jogo*, numa associação já apontada por Rui Flores (2004). De realçar que só se regista o género masculino como fonte de informação tanto nas manchetes como nas notícias especulativas, não tendo sido encontrada uma única fonte do género feminino.

De forma global, nos textos correspondentes às manchetes especulativas, 85% dos mesmos têm, pelo menos, 1 fonte, sendo que 33% dos textos mostram o recurso a duas fontes. A maioria das fontes tem atribuição *on the record* (55%), mas as fontes com atribuição *on deep*

background registam valores significativos (34%). 21% destas fontes são de estatuto “Media”, que, por sua vez, têm, na sua maioria, proveniência do continente europeu. O total de fontes registadas nas manchetes especulativas é de 115.

O jornal *Record* foi o que registou o maior número de manchetes especulativas e o que apresentou o menor número de fontes por notícia. Pelo contrário, *O Jogo* foi o diário que apresentou o menor conjunto de manchetes especulativas e a média mais alta de fontes por notícia, mostrando, assim, a preocupação em construir os seus textos jornalísticos a partir do recurso a diferentes fontes, ao contrário do verificado no jornal *Record*.

Relativamente às notícias especulativas, mais de metade tem a presença de, pelo menos, uma fonte de informação, sendo que o total de fontes encontradas é de 584. Porém, apenas 36% destes textos mostram a presença de apenas uma fonte, além de que 26% contêm duas fontes, revelando, assim, valores baixos quanto à diversificação de fontes. Mais ainda, 27% dos artigos jornalísticos especulativos não têm a presença de uma única fonte. Mais de metade das fontes presentes nas notícias especulativas tem atribuição total, apesar de 29% das mesmas ter estatuto “Media”, “Sites/Blogues” e “Redes Sociais”, não tendo sido, portanto, contactadas diretamente pelos jornalistas. Realce também para o número significativo de fontes de atribuição com reserva total, em que os jornais referem que “sabem” aquela informação mas não explicam minimamente os caminhos que lhes levaram até à mesma.

Entre os três diários analisados, é o jornal *A Bola* que regista o maior número de artigos que não se revelaram verdadeiros. O jornal com mais notícias especulativas é *A Bola*, seguindo-se – com pouca diferença – de *O Jogo* e, por fim, o *Record*, com um número menor neste aspeto, ao contrário do que se constata nas manchetes especulativas. *A Bola* e *O Jogo* têm o mesmo número de notícias especulativas concernentes a transferências, sendo este o principal tema noticiado.

Numa análise sazonal, tendo em conta a comparação entre os diferentes períodos do ano, realçando as épocas concernentes aos mercados de verão e de inverno, subsume-se que o maior número de manchetes especulativas ocorre no verão, sendo que o tema mais referido é relativo aos resultados dos jogos e não a transferências. Já o maior número de notícias especulativas regista-se no período fora dos mercados, sendo que o tema preponderante é relativo às transferências.

Como referia Herbert Gans (1979), a produção noticiosa começa pelas fontes. Mas, perante resultados que revelam um parco número de fontes, resta a pergunta: de que forma foi

elaborada aquela notícia que, aliás, não se confirmou verdadeira? Até porque, como Mar de Fontcuberta assevera (1999), “um meio sem fontes é um meio morto”. Mais do que divulgar notícias não verdadeiras, o recurso a fontes diversificadas é reduzido, não deixando perceber as bases sobre as quais é erigida a notícia.

Os jornalistas não estão livres de noticiar algo especulativo, já que as próprias fontes contam dados aos repórteres que não são verdadeiros (deliberadamente ou não). Mas quando o jornalista contacta essas fontes e se tenta encontrar diferentes informações com várias fontes sobre o mesmo assunto, fica salvaguardado, já que mostrou os lados opostos do acontecimento e procurou saber o mais possível sobre o mesmo. Tal como Felisbela Lopes (2000) refere, quando um jornalista redige um artigo apenas a partir de uma fonte podem ser colocadas bastantes dificuldades para justificar a “sua boa-fé” nos factos que, depois, se vêm a comprovar serem falsos. Ora, é exatamente sobre estes casos que esta dissertação se debruça, confirmando o número escasso de fontes.

Aliás, a média de fontes de informação por notícia especulativa é de 1,5, o que mostra o quanto foi redutor o trabalho na pesquisa de diferentes fontes. Estes resultados vão ao encontro dos demonstrados por David Rowe (2007) que, no seu estudo a 10 mil artigos de 37 jornais, concluiu que a média de fontes por notícia era de apenas uma. O autor (2007) considerava ainda que “uma ampla variedade de fontes, tanto em número como em origem, poderia, se descoberta, ajudar a contrapor o indesejado estereótipo do jornalismo desportivo como dependente apenas nas suas próprias observações ou no cultivo de fontes privilegiadas”. Todavia, tal acabou por não acontecer, nem no estudo que o próprio autor realizou nem neste que agora se apresenta.

Rui Novais (2010) referia que poderia encontrar-se uma excessiva dependência das fontes no jornalismo desportivo. Contudo, nesta análise, tal não se verifica, já que as principais fontes registadas são outros meios de comunicação social, que não exigem o contacto diário e contínuo dos jornalistas para com a sua rede de fontes. Apesar de os jornalistas aceitarem melhor as fontes oficiais (Santos, 2006), que revelam, inclusive, um fator de supremacia em relação às restantes, tal não se aferiu neste estudo, já que a presença de fontes oficiais é minoritária. Assim, apesar da pressão dos *deadlines*, que pode até ser maior no caso dos jornalistas desportivos – como refere Thakur (2010) – aqui a supremacia das fontes oficiais não se confirma, apesar de esta mesma pressão promover a dependência dos jornalistas em relação às fontes oficiais (Manning, 2001).

O jornalismo desportivo é considerado como uma “editoria menor” e tido como o “toy department” do jornalismo por alguns estudiosos. Decerto a utilização restrita e limitada de fontes nos seus textos não contribuirá para que estas asserções sejam suprimidas.

Contudo, é importante realçar que, de facto, as notícias escolhidas para manchete pelos jornais desportivos são, na sua maioria, verdade, sendo um valor minoritário o concernente ao valor de manchetes especulativas, o que pode aumentar a confiança na leitura destes diários, pelo número de capas verdadeiras publicadas. Todavia, o maior aspeto falacioso nas capas prende-se com as notícias de menor destaque, mas que nem por isso deveriam merecer menos atenção na verificação dos factos. Assim, o que mais se destaca nas considerações desta dissertação não é tanto os valores registados relativamente às manchetes e notícias especulativas, mas sim o conteúdo das mesmas e, mais concretamente, a análise das fontes desses textos jornalísticos. Desta forma, apercebe-se do uso redutor das fontes de informação, consideradas como “o sangue do jornalista” (Mencher, 1991) e fundamentais para a construção noticiosa. O jornalismo desportivo é uma editoria muitas vezes acusada de ser inferior em relação às restantes e de se preocupar com aspetos menos rigorosos, como a emoção, que, não obstante, fazem inevitavelmente parte dos acontecimentos desportivos. Contudo, não se deverá exigir menor rigor ou cumprimento das tradicionais regras jornalísticas, comuns a qualquer profissional da classe, independentemente da editoria em que trabalhe. Em suma, sem fontes, o jornalismo, tenha ele o enfoque temático que tiver, fica mais pobre, menos diversificado, cumprindo de forma mais limitada a sua função de noticiar o que é realmente verdadeiro.

Referências bibliográficas:

- Aguiar, L. A. & Prochnik, L. (2012) 'Estratégias narrativas no jornalismo esportivo e interculturalidade: análise de sites português, brasileiro e argentino sobre a Seleção Brasileira', *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 1 (2): 299-312.
- Albertos, J. L. M. (1992) *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo.
- Alcoba, A. (1980) *El Periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid: El autor.
- Altvater, M. (2012) *Nationalism in online sports journalism. A comparison between Germany and the UK*, tese de mestrado defendida na Universidade de Örebro *in* URL: <http://oru.diva-portal.org/smash/get/diva2:536543/FULLTEXT02.pdf>. Consultado em 24 de abril de 2014.
- Anderson, A. (1991) 'Source strategies and the communication of environmental affairs', *Media, culture and society*, 13: 459-476.
- Bairner, A. (2001) *Sport, nationalism, and globalization: European and North American perspectives*. New York: State University of New York Press.
- Barbeiro, H. & Rangel, P. (2006) *Manual do jornalismo esportivo*. São Paulo: Contexto.
- Becker, H. S. (1967) 'Whose Side Are We On?', *Social Problems*, 14 (3): 239-247.
- Berlo, D. K. (1997) *O Processo da Comunicação: Introdução à Teoria e à Prática*. 8ª. São Paulo: Martins Fontes.
- Bernstein, A. & Blain, N. (2002) *Sport, Media and Culture: Global and Local Dimensions*. London: Routledge.
- Blain, N., Boyle, R. & O'Donnell, H. (1993) *Sport and National Identity in the European Media*. Leicester: Leicester University Press.
- Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (2005) 'Rethinking the Study of Political Communication', *Mass Media and Society*, 104-121.
- Boorstin, D. (1987) *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: 4ª. Atheneum.
- Bordieu, P. (1999) 'The state, economics and sport' *in* Dauncey, H. & Hare, G. (eds.), *France and the 1998 World Cup – The national impact of a World Sporting Event*. London: Frank Cass.
- Boyle, R. & Haynes, R. (2004) *Football in the New Media Age*. London: Routledge.

- Boyle, R. & Monteiro, C. (2005) 'A Small Country with a Big Ambition Representations of Portugal and England in Euro 2004 British and Portuguese Newspaper Coverage', *European Journal of Communication*, 20: 223.
- Boyle, R. (2006) *Sports Journalism: context and issues*. SAGE Publications.
- Cardoso, G. & Cardoso, T. (2007) 'Futebol, Identidade e Media na Sociedade em Rede', *Observatorio (OBS*) Journal*, 1: 119-143.
- Chaparro, M. C. (2001) *Linguagem dos Conflitos*. Coimbra: Minerva.
- Coelho, J. N. (2001) *Portugal – a equipa de todos nós: Nacionalismo, futebol e media. Reprodução da nação nos jornais desportivos*. Porto: Edições Afrontamento.
- Coelho, J. N. (2004) "'Vestir a camisola" – jornalismo desportivo e a selecção nacional de futebol', *Media & Jornalismo*, 4: 27-39.
- Coelho, J.N. & Tiesler, N.C. (2006) 'O paradoxo do jogo português: a omnipresença do futebol e a ausência de espectadores dos estádios', *Análise Social*, 179: 519-551.
- Coelho, P. V. (2003) *Jornalismo esportivo*. São Paulo: Contexto.
- Correia, F. (2006) *Jornalismo, grupos económicos e democracia*. Lisboa: Caminho.
- Costa, L. (2010) 'Futebol folhetinizado. A imprensa esportiva e os recursos narrativos usados na construção da notícia', *Comunicação e Esporte*, 17 (2): 65-77.
- Erbolato, M. L. (1981) *Jornalismo especializado. Emissão de textos no jornalismo impresso*. São Paulo: Editora Atlas.
- Ericson, R., Baranek, P., Chan J. (1989) *Negotiating Control - a Study of News Sources*. Toronto: University of Toronto Press.
- Fidalgo, J. (2000) 'A questão das fontes nos códigos deontológicos dos jornalistas', *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação*, 14 (1-2): 319-337).
- Fidalgo, J. (2008) *O Jornalista em Construção*. Porto: Porto Editora.
- Flores, R. (2004) 'Quando o jornalista vira torcedor, como fica a cobertura esportiva?', *Mediação*, 4: 63-71.
- Fontcuberta, M. d. (1999) *A Notícia*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Franklin, B. (1997) *Newszak and News Media*. London: Arnold.
- Gans, H. (1979) *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Northwestern University Press: Evanston.

- Goldenberg, E. N. (1975) *Making the papers – the access of resource-poor groups to the metropolitan papers*. Massachusetts, Toronto e Londres: Lexington Books.
- Hall, S., Chritchler, C., Jefferson, T., Clarke, J. & Roberts B. (1993) 'A Produção Social Das Notícias: O Mugging nos Media' in Traquina, N. (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa: Vega: 224-248.
- Hess, S. (1984) *The government/press connection – press officers and their offices*. Washington: The Brookings Institution.
- Joncew, C. (2005) *A participação das fontes formais na qualificação da notícia*, tese de doutoramento defendida na Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais in URL: http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/VALA-6KHHF9/doutorado_consuelo_chaves_joncew.pdf?sequence=1. Consultado em 24 de abril de 2014.
- Knoppers, A. & Elling, A. (2004) 'We do not engage in promotional journalism. Discursive Strategies Used by Sport Journalists to Describe the Selection Process', *International review for the sociology of sport*, 39 (1): 57–73.
- Lemos, M. M. & Vargues, I. N. (2006) *Jornais diários portugueses do século XX: um dicionário*. Coimbra: Ariadne.
- Lima, H. (2008) *Os diários portugueses e os desafios da actualidade na imprensa: Tradição e rupturas*, tese de doutoramento defendida na Faculdade de Letras da Universidade do Porto in URL: <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/25675/2/tesedouthelenalima000104548.pdf>. Consultado em 24 de abril de 2014.
- Lopes, F. & Pereira, S. (2006) *A TV do futebol*. Porto: Campo das Letras.
- Lopes, F. (2000) 'As fontes, os jornalistas e as leis', *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação*, 14 (1-2): 339-349.
- Lowes, M. D. (2004) *Inside the sports pages: Work routines, professional ideologies and the manufacture of sports news*. Toronto: University of Toronto Press.
- Maguire, J. (2004) 'Pontos e questões chave do complexo desporto-media globais', *Media & Jornalismo*, 4: 7-26.

- Mancini, P. & Hallin, D. (1993) 'Falando do Presidente: A Estrutura e a Forma Representacional nas Notícias Televisivas dos Estados Unidos e da Itália' in Traquina, N. (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa: Vega: 306-331.
- Manning, P. (2001) *News and News Sources*. London: Sage Publications.
- Marinho, S. (2000) 'O Valor da Confiança nas Relações entre Jornalistas e Fontes de Informação', *Comunicação e Sociedade 2 – Série de Comunicação dos Cadernos do Noroeste*, 14 (12): 351-356.
- Martins, H. (2008) 'Imprensa desportiva: uma análise comparativa entre Portugal, Espanha e Itália', tese de mestrado defendida no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa in URL: <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/991/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20mestrado.pdf>. Consultado em 24 de abril de 2014.
- McCleneghan, J. S. (1997) 'The myth makers and wreckers: Syndicated and nonsyndicated sports columnists at 103 metro Newspapers', *Social Science Journal*, 34: 337–349.
- McQuail, D. (2003) *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Gulbenkian.
- Mencher, M. (1991) *News Reporting and Writing*. 5ª. Wm. C. Brown Publishers: Dubuque.
- Miller, D. & Kurpius, D. (2010) 'A Citizen-Eye View of Television News Source Credibility', *American Behavioral Scientist*, 54: 137.
- Molotch, H. & Lester, M. (1974) 'As Notícias como Procedimento Intencional: Acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos' in *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, in Traquina, N. (org.), Lisboa: Vega: 42-51.
- Morgan, W. J. (2000) 'Sport as the moral discourse of nations' in Tannsjö, T. & Tamburrini, C. (eds.), *Values in Sport : Elitism, Nationalism, Gender Equality and the Scientific Manufacturing of Winners* Florence. US: Routledge: 59-74.
- Murta, D. (1997) 'O mercado português dos jornais desportivos: descrição e modelização da rivalidade estratégica', tese de mestrado defendida em Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra in URL: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/13775/1/Daniel.M.Mestr.T.pdf>. Consultado em 24 de abril de 2014.
- Nery, I. (2004) *Política & Jornais*. Oeiras: Celta.

- Neves, J. (2006) 'Uma economia do olhar: notas para uma história do futebol na era da TV', in Lopes, F. & Pereira, S. (coord.), *A TV do Futebol*, Porto: Campo das Letras.
- Novais, R. A. & Cruz, C. (2010) 'De "bestiais" a Bestas": As oscilações da cobertura mediática em função do imediatismo dos resultados' in Novais, R. A. (coord.) *A Representação do Futebol na Imprensa*. Porto: Media XXI.
- Novais, R. A. (2010) *A Representação do Futebol na Imprensa*. Porto: Media XXI.
- Novais, R. A., Lucas, C. & Afonso, R. (2010) 'O tudo ou nada: A análise dos play-offs nas imprensas online portuguesa e espanhola' in Novais, R. A. (coord.) *A Representação do Futebol na Imprensa*. Porto: Media XXI.
- Oates, T. & Pauly, J. (2007) 'Sports Journalism as Moral and Ethical Discourse', *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 22 (4): 332-347.
- Oliveira, V. C. (1996) 'Os moinhos de papel: um estudo sobre a narrativa jornalística, o repórter e a cidadania na imprensa belohorizontina', tese de doutoramento defendida na Universidade de São Paulo.
- Pinheiro, F. (2005) 'Imprensa desportiva portuguesa: do nascimento à consolidação (1893-1945)', *Ler História*, 49: 171-190.
- Pinheiro, F. (2011) *História da Imprensa Desportiva em Portugal*. Porto: Edições Afrontamento.
- Pinto, M. (2000) 'Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo', *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação*, 14 (1-2): 277-294.
- Pinto, R. J. (1997) *The Evolution of Structure of Political Journalism in four quality Newspapers (1970-1995)*. Sussex: University of Sussex.
- Raney, A. A. (2006) 'Why We Watch and Enjoy Mediated Sports' in Raney, A. A. & Bryant, J. (eds.), *Handbook of Sports and Media*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.: 313-329.
- Reinardy, S. (2006) 'It's gametime: the maslach burnout inventory measures burnout of sports journalists', *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83: 397-412.
- Ribeiro, F. V. (2006) 'Fontes Sofisticadas de Informação. Análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1995 a 2005', tese de mestrado defendida na Faculdade de Letras da Universidade do Porto in URL: <http://repositorio->

aberto.up.pt/bitstream/10216/13047/2/FontesSofisticadasdeInformao000069327.pdf

. Consultado em 24 de abril de 2014.

- Rowe, D. (1999) *Sport, Culture and the Media. The Unruly Trinity*. Buckingham: Open University Press.
- Rowe, D. (2005) 'Fourth estate or fan club? Sports journalism engages the popular' in Allan, S. (org), *Journalism: Critical Issues*, Mainhead: Open University press: 125-136.
- Rowe, D. (2007) 'Sports journalism: Still the 'toy department' of the news media?', *Journalism*, 8: 385.
- Rowe, D. (2009) 'Media and Sports: The Cultural Dynamics of Global Games', *Sociology Compass*, 3 (4): 543-558.
- Rudin, R. & Ibbotson, M. (2002) *An Introduction to Journalism*. London: Focal Press.
- Sánchez, J. (2005) 'Fuentes de Información y Credibilidad Periodística', *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11: 93-102.
- Santos, R. (1997) *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra: Minerva Editora.
- Santos, R. (2003) *Jornalistas e fontes de informação - A sua relação na perspectiva da sociologia do jornalismo*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Santos, R. (2006) *A fonte não quis revelar*. Lisboa: Campo das Letras.
- Schlesinger, P. (1993) 'Os jornalistas e a sua máquina do tempo' in Traquina, N. (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa: Vega.
- Serrano, E. (1998) 'O Espaço Público e o Papel do Estado na Sociedade Global da Informação' in URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serrano-estrela-espaco-publico-estado.pdf>. Consultado em 24 de abril de 2014.
- Serrano, E. (2002) *As Presidências Abertas de Mário Soares – as estratégias e o aparelho de comunicação do Presidente da República*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Sigal, L. V. (1973) *Reporters and Officials - the Organisation and Politics of Newsmaking*. Lexington: D.C. Heath and Company.
- Sobral, L. & Magalhães, P. (1999) *Introdução ao Jornalismo Desportivo*. Lisboa: CENJOR.
- Sousa, J. P. (2002) 'A Utilização de Fontes Anónimas no Noticiário Político dos Diários Portugueses de Referência' in URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorgepedro-utilizacao-fontes-anonimas.pdf>. Consultado em 24 de abril de 2014.
- Sousa, J. P. (2005) *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas.

- Sugden, J. & Tomlinson, A. (2007) 'Stories from planet football and sportsworld', *Journalism Practice*, 1 (1): 44-61.
- Sundar, S. S. & Nass, C. (2001) 'Conceptualizing Sources in Online News', *Journal of Communication*, 51: 52-72.
- Tannenbaum, P. H. & Noah, J. E. (1959) 'Sportugese: A Study of Sports Page Communication', *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 36 (2): 163-170.
- Teixeira, J. (2011) 'Futebol, inferno, jogo e guerra: as realizações linguísticas do jogo como metáfora nas capas dos jornais desportivos portugueses', *Diacrítica - Série Ciências da Linguagem*, 25: 283-317.
- Thakur, K.C. (2010) *Sports Journalism*. Cyber Tech Publications.
- Traquina, N. (2002) *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Tuchman, G. (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*. The Free Press: Nova Iorque.
- Wanta, W. (2013) 'Reflections on Communication and Sport: On Reporting and Journalists', *Communication & Sport*, 1: 76.
- Weaver, D. H., Beam, R. A., Brownlee, B. J., Voakes, P. S. & Wilhoit, G. C. (2007) *The American journalist: US news people at the dawn of a new millennium*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Wigley, S. & Meirick, P. C. (2008) 'Interactive Media and Sports Journalists: The Impact of Interactive Media on Sports Journalists', *Journal of Sports Media*, 3 (1): 1-25.
- Wolf, M. (1987) *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.
- Yanez, C. I. (1995) 'El balon puede esperar', *Chasqui: revista latinoamericana de comunicación*, 51: 48-51.

Sites:

- Banca de Jornais do Sapo: <http://noticias.sapo.pt/banca/desporto>.
- Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM): <http://www.cmvm.pt>.
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (<http://www.priberam.pt/DLPO>), consultado em 24 de abril de 2014.
- Liga Portuguesa de Futebol Profissional: <http://www.ligaportugal.pt/>.
- Notícia do diário *Pública*: <http://www.publico.pt/local/noticia/presidente-do-acp-confirma-rali-de-portugal-a-norte-em-2015-1611578>.