



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

Artes e Letras

Identidade do jornalista desportivo: a pressão clubística

Mauro Silva Fernandes

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Orientadora: Professora Doutora Anabela Gradim

Covilhã, Outubro de 2014

Dedicatória

Quero agradecer a todos aqueles que de forma direto ou indireta permitiram que eu tenha chegado até aqui. Sem o seu auxílio nunca teria sido possível realizar este sonho. Pelo apoio que sempre me prestaram ao longo desta caminhada quero essencialmente felicitar os meus avós e a minha mãe.

Agradecimentos

Nesta vida é importante dar valor aqueles que acreditam em nós e que nos acompanham nas horas difíceis. Sem eles seria praticamente impossível concretizar esta etapa tão importante na minha vida.

Quero deixar uma palavra de apreço à minha mãe e aos meus avós que nunca deixaram de acreditar em mim, mesmo nas horas mais complicadas. É a eles que dedico este meu esforço final.

À Universidade da Beira Interior que me acolheu da melhor forma e a todos os professores com quem tive a oportunidade de aprender. Quero também destacar o papel dos meus colegas que fizeram com que esta etapa, de cerca de cinco anos, corresse da melhor forma.

Resumo

O trabalho jornalístico por si só requer vivacidade de espírito. Quanto mais específico for o género, mais especialização e perícia são necessárias. Se no passado o desporto não tinha tanta preponderância na agenda mediática, nos dias que correm grande parte da população não resiste a passar um dia sem se atualizar sobre o seu clube.

Vários são os intervenientes e muitos são os problemas que sobressaem no universo do jornalismo desportivo. Partindo da análise de variadas perspetivas, perceberemos que existem neste setor pontos fortes e pontos fracos. A partir daqui, estaremos em condições de compreender como essas lacunas podem ameaçar o carácter e a integridade destes profissionais.

À luz dos fundamentos do código deontológico do jornalista, urge analisar o porquê de certas atitudes estarem a ser ignoradas e porque razões ainda não houve uma tomada de posição por parte da Entidade Reguladora da Comunicação.

As novas estações televisivas vinculadas a clubes desportivos vieram ainda acentuar estes problemas. Em certos momentos o jornalista abandona a imparcialidade e o que importa é ajudar a equipa da “casa” a vencer.

Palavras-chave

Jornalismo; Desporto; Imparcialidade; Análise

Abstract

The journalistic work itself needs some vivacity of spirit. When is joined a specialty expertise becomes more critical. If formerly the sport was not on people's agenda, at these days most of the population doesn't "survive" a day without being updated about their club.

Several stakeholders are involved and there are many problems that stand in the world of sports journalism, essentially. Starting from the analysis of several points of view, we found in this genre positive aspects and weaknesses. It is therefore important to understand these gaps in order to realize how it can affect the ethos of these professionals.

Considering the foundations of the journalist's code, we will look forward to question why certain behaviors are being ignored and why regulators - ERC - doesn't act about it.

The new television stations linked to sports clubs brought some additional concerns. Fairness seems to be lacking from journalists and what matters is to help the "home" team to win.

Keywords

Journalism; Sport; Impartiality; Analysis

Índice

Introdução	1
Capítulo I - Papel e responsabilidades do Jornalista	3
1.1. Papel do jornalista	3
1.2. Imparcialidade e objetividade	4
1.3. Veracidade e Exatidão	6
Capítulo II - Enquadramento mediático	7
2.1. Desporto como espetáculo	7
2.2. Desporto: entretenimento ou negócio?	9
2.3. Informação e entretenimento de braço dado	13
2.4. Características da cobertura desportiva	14
2.5. Pressões internas e externas	16
Capítulo III – Enquadramento Histórico	20
3.1. A importância dos primórdios da rádio na estruturação de uma sociedade	20
3.2. O despertar de um novo meio	22
3.3. A evolução do discurso desportivo na rádio e televisão portuguesa	24
Capítulo IV - Fronteira que separa os comunicadores de uma transmissão desportiva	27
4.1 Quais as funções mediáticas do relator e do comentador	27
4.1.1. Mas o que é afinal jornalismo especializado?	28
4.1.2. Jornalistas especializados mas não especialistas	32
4.1.3 Jornalismo Desportivo	33
Capítulo V - Estudo de caso	38
5.1. Tema e Problema	38
5.2 Estágio	39
5.2.1 Instituição	39
5.2.1. Contato prático	40
5.3. Metodologia	42
5.3.1. Universo estudado	43
5.4. Preparação	43
5.4.2. Relação entre os intervenientes mediáticos durante um evento desportivo	44

5.4.3. Interatividade Relator/Comentador	46
5.4.4. Objetivo sim, mas diferente	49
5.5. Impossibilidade de ceder a pressões	50
5.5.1. Um caso à parte	52
5.6. Televisão versus Rádio	53
5.7. Não existem jornalistas de segunda categoria	56
Conclusão	58

Lista de Figuras

Figura 1- Festejos dos adeptos do Benfica no Marquês de Pombal, Lisboa
11

Figura 2- Logotipo da empresa
38

Figura 3 - Entrada da TVI
39

Lista de Anexos

Anexo A - Notícia “Campeão de Kickboxing tem Ferrari em ouro” 62

Anexo B - Notícia “Piratas informáticos atacam Flappy Bird” 63

Anexo C - Notícia “O decote ousado de Mariah Carey”
64

Anexo D - Exemplos de comentários pejorativos à intervenção
do jornalista Carlos Dolbeth, da Sporting TV
65

Introdução

Para perceber o valor de toda a informação que nos envolve teremos que recuar centenas de anos. O conhecimento foi desde os primórdios uma arma, um poder. Para constatar tal facto, basta entender a influência que o clero sempre exerceu, em todos os momentos, muito próximos à chefia dos grandes impérios.

A era dos descobrimentos é um marco na evolução da escrita e de como esta se tornou um veículo de construção social.

A 12 de Outubro de 1492, Cristóvão Colombo chegou ao “Novo Mundo”. A importância da informação fica aqui vincada, ao percebermos que antes do espanhol já outro povo, neste caso os Vikings teriam descoberto o continente americano. Contudo o registo deste feito pertence a Colombo, depois de a imprensa ter assinalado este facto.

Certamente que nos dias de hoje, uma situação semelhante não teria o mesmo desfecho. Com o avançar dos tempos a imprensa foi-se aprimorando e já revela uma maturidade que não permitiria um “erro” do género.

Apesar de tudo, não estamos a falar de uma área marcada por qualquer tipo de inevitabilidades. Depois do reconhecido valor da imprensa em tempos primordiais, o desenvolvimento tecnológico e a consequente migração do jornalismo para outros meios acabou por ser um desafio.

Novos modelos evidenciaram-se e novos temas começaram a ser esmiuçados de forma pouco habitual até à data. Um desses temas é o desporto. Como iremos comprovar à frente neste estudo, este departamento nem sempre foi bem aceite pelas redações, que numa fase inicial não davam grande importância à área. Mas com o avançar dos tempos e as evoluções consagradas, a secção de desporto tornou-se fundamental e é nos dias de hoje uma das mais rentáveis dentro destas empresas.

Toda esta transformação deve-se a vários fatores, internos e externos, que possibilitaram ao desporto alcançar um papel de destaque. O que antes não passavam de meros apontamentos sobre resultados transformou-se numa fonte de debate para além da criação de estruturas bem definidas e moldadas ao tema. Dentro das redações, já se tornou imprescindível contar com dezenas de colaboradores especializados.

É verdade que os tempos mudaram e várias foram as alterações que se verificaram. Contudo e com todas as transformações em curso, existem ainda algumas arestas a limar. Levantam-se questões acerca das metodologias adotadas pelos profissionais.

Essencialmente o que este trabalho pretende fazer é entender de que forma os vários intervenientes desportivos se relacionam para prestar um serviço público de qualidade. O foco central posiciona-se portanto no trabalho jornalístico e na forma como este deve ser complementado por outras individualidades, fundamentalmente comentadores e entendidos.

Capítulo I - Papel e responsabilidades do Jornalista

1.1. Papel do jornalista

Jornalista é todo o indivíduo que depois de ter alcançado o direito a recolher a sua carteira de profissional tem o direito de exercer jornalismo como profissão.

Em certa medida esta profissão requer o cumprimento regrado de certas limitações, que vão de encontro ao seu código deontológico.

O jornalista tem o dever de informar, ou seja, dar a conhecer, noticiar, avisar determinado fato, sem em circunstância alguma ser protagonista do relato. Os americanos sintetizam este assunto caracterizando “newsman is no news”, ou seja, o jornalista não é notícia.

“Outra vertente da humildade necessária ao exercício da profissão prende-se com a capacidade de resistir a misturar fatos com opiniões e de alguma forma, manipular os leitores induzindo-os a retirarem determinado tipo de conclusões”. (A.Gradim,1996, p.33)

Certamente que a sua opinião poderá interessar a alguém, contudo o jornalista não se deve servir do meio, seja ele televisão ou qualquer outro tipo, para tentar influenciar a opinião pública que espera dele “seriedade, rigor e isenção”. (A.Gradim, 1996, p.33)

Esta profissão acaba por exigir por parte daqueles que a praticam atenção redobrada, perspicácia, vivacidade de espírito e inteligência na hora de informar.

“O papel do jornalista é fazer com que o jornal cumpra o seu dever de informar os leitores, e por isso do que já foi dito se aplica também à atividade de quem escreve para jornais. O jornalista não é uma vivandeira que espalha boatos e devassa a intimidade e privacidade das figuras públicas, não trafica influências; não paga nem presta favores; não promove nem desfaz a imagem de ninguém; não ameaça; não dá recados; não trai a confiança dos leitores ou das fontes; não se arvora juiz ou autoridade moral das questões quando relata fatos. Limitar-se-á a relatá-los”. (A.Gradim,33)

1.2. Imparcialidade e objetividade

O jornalismo é uma atividade profissional que requer por parte de quem o pratica um “envolvimento” honesto. Desta forma, o jornalista deve cingir o seu rigor a fatos e deixar de parte qualquer tipo de crença ou opinião.

A “Teoria do espelho” referida pelo pensador francês Auguste Comte (1798-1857) ainda no século XIX, e ainda hoje respeitada, defende acima de tudo a imparcialidade.

“O trabalho da ciência é contar a verdade sobre os factos. Seguindo esta linha de raciocínio, o trabalho das ciências sociais deverá representar um reflexo da realidade ao invés de assumirem posições e com elas influenciarem a opinião pública”.

Os conteúdos noticiosos devem cingir-se a refletir a realidade. A “Teoria do Espelho”, avançada pelo filósofo francês defende que o profissional deve corresponder a um comunicador desinteressado que relata a realidade.

No seu livro “Opinião Pública”, o escritor e jornalista americano, Walter Lippman reforça a posição do profissional como um veículo de transmissão da realidade e critica o seu envolvimento.

“Aqueles aspetos do mundo que têm a ver com o comportamento de outros seres humanos, na medida em que o comportamento cruza com o nosso, que é dependente do nosso, ou que nos é interessante, podemos chamar de opinião. As imagens na cabeça destes seres humanos, a imagem de si próprios, dos outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamentos, são opiniões públicas”. (Lippmann, 2010, p.40)

Intrinsecamente ligados à imparcialidade surgem outros aspetos que em conjunto modelam um ideal jornalístico. Um dos mais importantes é a objetividade do conteúdo.

Em “A objetividade como ritual estratégico”, a socióloga Gaye Tuchman sublinha três fatores que influem a noção de objetividade dos jornalistas: a forma, as relações inter-organizacionais e o conteúdo.

A forma refere-se aos “atributos das notícias e jornais que exemplificam os processos noticiosos, como o uso de aspas” (Tuchman, in Simão, 2007, p.9). Em relação às relações inter-organizacionais a autora acredita que a experiência do jornalista pode levá-lo a assumir como certos alguns aspetos. Por fim, a nível do conteúdo Tuchman justifica fazendo

referência “às noções da realidade social que os jornalistas consideram como adquiridas” (Tuchman, in Simão, 2007, p.9).

Em forma de resumo, a socióloga é “da opinião de que o manuseamento da “estória”, isto é, o uso de certos procedimentos perceptíveis ao consumidor de notícia, protege o jornalista dos riscos da sua atividade, incluindo os críticos” (Tuchman, in Simão, 2007, p.9).

O investigador brasileiro Josenildo Luiz Guerra sublinha no seu “Ensaio sobre o Jornalismo: Um contraponto ao ceticismo em relação à tese da mediação jornalística” que a objetividade é fundamental para sustentar o imperativo ético, caracterizando este aspeto como angular à prática de mediação. Segundo o autor “ao colocar-se a objetividade em xeque, coloca-se também em dúvida a plausibilidade do imperativo ético e conseqüentemente toda a lógica da mediação jornalística cai por terra”. (Guerra, sd, p. 9)

No caso do jornalismo, o profissional deve reservar quaisquer crenças ou ideias pré-concebidas e prestar, acima de tudo, um serviço imparcial e objetivo. Desta forma o individuo em questão não deve tomar qualquer partido mas sim cingir-se apenas a defender uma das partes envolvidas ou dar a sua opinião.

Tal como a imparcialidade, a objetividade tem a função de oferecer aos conteúdos características de seriedade e veracidade. Esses atributos são postos de parte quando os emissores sentem a necessidade de fazer acompanhar os assuntos reportados com comentários ou qualquer outro tipo de impressão da sua autoria.

Apesar da rapidez de processos que por vezes é necessária, o jornalista tem o dever de esclarecer a opinião pública, sobretudo através de uma apuração de fundo que concluirá em matérias exatas e em concordância com a realidade.

1.3. Veracidade e Exatidão

A designação de “retrato” da realidade é uma das mais avançadas por autores para caracterizar o tratamento de uma informação exemplar. Apenas desta forma é possível estabelecer um sentimento de confiança entre os dois intervenientes envolventes no processo noticioso.

De acordo com uma investigação levada a cabo na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Rodrigues, L, 2011), descrever um retrato fiel da realidade produz efeitos subjetivos importantes, na medida em que “assegurariam” aquilo que os indivíduos podem considerar como verdade.

Em relação ao conceito de veracidade, o Professor de Teoria da Comunicação na Universidade Federal da Bahia, Wilson Gomes acredita existir uma ingenuidade em relação ao conceito de verdade referido em algumas conceções sobre jornalismo.

“Não existe notícia sobre a qual não se imponha legitimamente uma obrigação de veracidade, aliás, só é notícia um ato verbal que comporte uma pretensão de ser verdadeiro” (Gomes, 2009, p. 11).

Segundo o autor existe um princípio de veracidade implícito no ato de divulgação noticioso, ou seja, aquele que fala com seriedade assume um compromisso para com os seus interlocutores.

A sociedade espera que o jornalista apresente sempre a verdade, independentemente das suas crenças e/ou opiniões.

“Essa verdade jornalística é muito mais do que simples precisão. É um processo seletivo que se desenvolve entre a matéria inicial e a interação entre o público leitor e os jornalistas, ao longo do tempo. Esse princípio básico do jornalismo, a busca desinteressada pela verdade, é em última instância o que diferencia a profissão de todas as outras formas de comunicação” (Kovach e Rosenstiel, 2004, p.68).

Este mesmo fator reproduz-se na democracia de uma sociedade. A mesma depende de cidadãos informados com factos precisos e fidedignos. O jornalismo não procura a verdade absoluta ou filosófica, mas deve sempre procurá-la no seu sentido prático. A “verdade jornalística” é resultado de um processo que engloba acima de tudo disciplina profissional.

É por fim ao jornalista que cabe transmitir os acontecimentos, recorrendo a um relato justo, confiável e transparente.

Partindo então destes pressupostos intrínsecos à atividade jornalística, irei focar os próximos capítulos à análise das referências que estas quatro características representam para o jornalismo, particularizando o caso desportivo, mais concretamente do futebol.

Várias são as problemáticas que se debate quando se relaciona a imparcialidade, objetividade, veracidade e exatidão com o discurso desportivo.

Terá o relato alguma relação com o género jornalístico? Haverá alguma fronteira que separe o relator do jornalista? Com que aspetos deontológicos se debatem os relatores? Existirão pressões exteriores que afetam o trabalho de um narrador desportivo?

Antes de abordar os temas anteriormente referidos vamos conhecer a evolução que despoletou a revolução mediática do desporto dentro de um universo social.

Capítulo II - Enquadramento mediático

2.1. Desporto como espetáculo

O desporto já ganhou uma dimensão tal que permite relegar para segundo plano a mediação dos próprios eventos.

A relação entre ambos os elementos, média e desporto, resulta num envolvimento proveitoso para ambas as partes. Em termos económicos, a sua mediatização dá azo aos meios de comunicação para construir espaços de programação alargados, obtendo com isso largas audiências.

Hoje em dia, o futebol é maioritariamente acompanhado através da televisão, com partidas a bater recordes de audiência em todo o mundo. Contudo, para Lash e Lury, uma partida de futebol tornou-se por si só um meio de comunicação, ou seja, “um espaço tridimensional de quase comunicação em massa” (Lash et al,2007, p. 43-44).

Segundo os autores, o conteúdo acaba por ser uma combinação do jogo com a receção de uma audiência. Ainda de acordo com Lash e Lury, essa interatividade é ampla e acaba por fazer parte do próprio espetáculo.

Apesar de na sua génese o futebol ter sido pensado para ser acompanhado no local, este acabou por adquirir um espaço de relevo na programação dos media, sem que com isso perdesse a sua autonomia.

Na sua obra “A Social Theory of the Media”, Thompson vai mais longe e sublinha três relações importantes para caracterizar melhor este campo.

A interação **face-a-face**. Esta ocorre quando dois “sujeitos” interagem diretamente. A **mediada**, ou seja, quando essa comunicação é ocorre através da mediação de um qualquer tipo de meio.

O Americano aponta ainda para uma relação **unilateral**, resultante de um constante desenvolvimento dos meios de comunicação. Ao contrário das anteriores, esta tem a característica de apenas um interveniente ser o responsável pela emissão de dados.

É este último que retrata o momento em que o espetador ou o ouvinte acompanham uma partida de futebol através da televisão ou rádio, respetivamente. Já por outro lado essa interatividade altera-se caso estejamos a acompanhar um jogo no estádio. Neste caso a relação entre o “meio” e o recetor é face-a-face.

Será que o futebol se tornou, por si só, um meio de comunicação?

Para ajudar a entender este fenómeno podemos recorrer à teoria onde McLuhan afirma que “o meio é a mensagem” (McLuhan,1994, p.7).

De acordo com o canadiano “a mensagem é a mudança de escala, ritmo ou padrão que qualquer meio ou tecnologia influi na vida humana” (McLuhan,1994, p.7). Em forma de complemento, Desmond Morris acrescenta ainda que, no dia de jogo, o futebol é responsável por despertar momentos de grande emoção “ao quebrar a rotina” (Morris, 1981, p.234).

O desporto já ganhou proporções tais que até mesmo os estádios, “um local sagrado” (Morris, 1981, p.38) como refere Morris, tornaram-se obras arquitetónicas tão importantes que já se tornaram referência de algumas cidades.

Ainda no mesmo texto McLuhan defende que o meio é “qualquer extensão de nós próprios” (McLuhan, 1994, p.7).

No caso concreto do futebol, os adeptos elaboram estilos de jogo, idealizam resultados, entre outros aspetos técnico-tático. Morris nota que “ao longo dos anos têm-se registado nítidas mudanças de ênfase na movimentação dos jogadores em campo” que considera resultante de “cuidadosos esquemas elaborados”.

Na sua obra “Understanding Media: The Extensions of Man”, McLuhan vai mais longe na sua categorização dos meios e caracteriza-os de duas formas distintas, **quentes** e **frios** (McLuhan, 1994, p.24-36).

O primeiro representa aqueles que potenciam um dos sentidos. São responsáveis por fornecer um maior número de informação e não permitem ao recetor praticamente nenhuma interação. Como exemplos desta realidade podemos entender o rádio, o cinema, os livros e/ou uma ida ao estádio para ver um jogo.

Já um meio frio é aquele que com menos qualidade faz chegar ao recetor um menor número de dados. Ao contrário do primeiro este exige uma maior interatividade por parte da audiência de forma a complementar os dados que lhes chegam. Assistir a um encontro de uma qualquer modalidade através da televisão, as caricaturas e/ou o telefone representam-se como frios.

Numa perspetiva mais abrangente do conceito de meio, podemos verificar que o desporto, mais concretamente o futebol pode identificar-se tanto como meio e/ou mensagem. Mas estaremos nós no direito de o considerar um meio de comunicação de massas?

Sendo este desporto um “fenómeno social central na sociedade portuguesa” (Coelho, 2001, p. 21) com “identidades que são construídas no discurso” (Coelho, 2001, p.30) repara-se que este elemento cumpre, de fato, a sua função de construtora da realidade.

2.2. Desporto: entretenimento ou negócio?

Apenas o aspeto de tiragem já demonstra por si só a importância do desporto como tema integrante dos média. Para além disso, esta vertente é mais do que um simples jogo, o desporto transcende o aspeto recreativo do jogo. É portanto de enorme importância entender o envolvimento que repercute e provocam na sociedade.

Para entender melhor este conceito, o escritor Jean Giradoux definiu-o como “um meio capaz de elevar a temperatura dos países frios” e que o mesmo “delega ao corpo algumas das virtudes mais fortes da alma: a energia, a audácia e a paciência” (Alcoba, in Giradoux, 2005, p.26).

“Se existem 22 homens de 22 países, que falam diferentes línguas, pertencem a raças diferentes e professam religiões diversas, se lhes dão uma bola e um árbitro, têm muitas possibilidades de entenderem-se, jogar e divertirem-se.” (Yanez, 1995, p. 50)

O escritor Ivan Yanez acredita que não existe outra vertente tão democrática como o desporto, ou seja, capaz de unir tantas pessoas indiferentemente de etnias, religiões e/ou ideologias.

Alcoba (2005) acredita que o processo desporto-entretenimento teve início aquando um indivíduo solitário atirou uma pedra ao lago. No momento que compartilhou a sua atividade com os outros membros da sua comunidade nasceu o jogo. O objetivo seria simples, arremessar o objeto o mais longe possível. Esta atividade acabaria então por criar um ambiente propício que permitiria aos demais abstraírem-se dos problemas do quotidiano, gerando naqueles que não praticavam um interesse similar. A esse efeito chamamos, nos dias de hoje, espetáculo.

Ao atrair competidores esta ação transformou-se inconscientemente num desporto, arrastando consigo a vertente de entretenimento.

Posteriormente foi necessário transmitir a ideia de jogo aos interessados em participar e desta forma foi necessário recorrer à linguagem, ou seja à comunicação. Comunicação essa que acabaria por transcender o próprio jogo, chegando a todos os setores da sociedade, criando uma estrutura que envolvia diversas áreas. O departamento político tornou-se por sua vez uma mais-valia ao delegar prémios aos vencedores, impulsionando a modalidade.

Representativo do poder do desporto são as receções emotivas dos adeptos e simpatizantes de clubes ou até mesmo de atletas individuais. Como exemplo temos bem presentes as festas que pelo menos duas vezes encheram o Marquês de Pombal, este ano de 2014, para celebrar as vitórias do SL Benfica.



Figura 1: Festejos dos adeptos do Benfica no Marquês de Pombal, Lisboa

Fato representativo desta harmonia, chamemos assim, ocorreu nos Jogos Olímpicos de 2004 em Atenas, quando as delegações da Coreia do Norte e do Sul, históricos inimigos políticos, desfilaram juntas na cerimónia de abertura do torneio.

Com o desenvolvimento do desporto e o seu conseqüente profissionalismo, os eventos tornaram-se espetáculos, aumentando não só a sua popularidade como também a dos atletas que praticam. Individualmente estes acabam muitas vezes por se tornar referências e atrativos sociais.

Um dos atletas mais reconhecidos mundialmente nasceu em Portugal, e mesmo saindo de um país tão pequeno não deixou de se tornar numa das personalidades mais influentes a nível mundial. Cristiano Ronaldo começou por mostrar credenciais dentro de campo mas com o tempo foi ampliando a sua imagem fora dele.

Aglomerado a todo este processo surge a comunicação. Esta tende a destacar os feitos dos principais jogadores, aumentando a repercussão dos mesmos.

Recentemente testemunhamos o momento em que o jogador luso bateu a concorrência pelo prémio de melhor jogador do mundo, numa gala conduzida pela FIFA (Federação Internacional de Futebol), transmitida para dezenas de países. O Mundial de Futebol no Brasil, é outro exemplo, de como estes eventos movem um grande número de pessoas.

Os atletas não são únicos a beneficiam dessa propaganda. As organizações desportivas e os clubes acabam por ser recompensados conseguindo mesmo alcançar somas avultadas de dinheiro.

De acordo com Alcoba (2005, p.25), o Campeonato do Mundo de Futebol realizado em 2006, na Alemanha, resultou num lucro de mais de 600 milhões de euros. Outros elementos desse país aumentaram igualmente a sua procura. O turismo e o setor hoteleiro são alguns dos exemplos.

Luis Castro (1995) explica no artigo “Comunicação deficiente, desporto deficiente” que o desporto era por si só comunicação.

“O desporto é por si só um veículo de comunicação. Os desportistas, com suas performances, “comunicam” alegria ou tristeza, força ou debilidade, vontade ou indecisão; enfim, muitos sentimentos que transmitem aos demais, com a plasticidade de seus movimentos” (Castro, 1995, p. 56)

Os media vieram fortalecer o elo que liga o desporto ao marketing. Com o poder que os dois elementos possuem, são capazes de criar uma marca forte que capaz de chegar a um grande número de pessoas. Recorrendo à imagem de atletas reconhecidos e de confiança, as empresas conseguem vender variados produtos, muitos dos quais em nada se relacionam com a área.

Os meios de comunicação acabam por aproveitar as emoções, potenciadas pelo desporto, para transmitir ideias, conceitos e criam necessidades.

Excluindo desde já os patrocínios, varias são os elementos que proporcionam aos envolvidos transações que podem chegar aos milhões de euros. Apenas para ter o seu nome inscrito nas camisolas do FC Barcelona, a Qatar Airways celebrou, em 2013, um contrato com a equipa espanhola no valor de 96 milhões de euros, num negócio que se prevê de três anos.

Atualmente a transferência de jogadores alterou-se ligeiramente. Essa veiculação obriga agora, na grande parte dos casos, à inclusão dos direitos de imagem do próprio atleta. A aproximação dos media aos jogadores fez soar o alarme dentro das instituições que representam. Nos dias de hoje, a maioria dos clubes já têm departamentos criados para o efeito.

São estas as estruturas responsáveis por referenciar quem pode ou não dar entrevistas, informações que poderão transmitir e tudo aquilo que permita ao clube transparecer uma imagem credível para o exterior. Este processo acaba por vezes por dificultar o trabalho do jornalista.

2.3. Informação e entretenimento de braço dado

“Em nenhuma outra área do jornalismo, a informação e o entretenimento estão tão próximos”. (Barbeiro, 2006, p.4)

Tal como defende o jornalista brasileiro Heródoto Barbeiro, no seu “Manual do jornalismo desportivo” a emoção é a alma do próprio desporto. “Ela está nos olhos do jogador que faz o golo do título, na deceção da derrota, nas simulações e no campo” (Barbeiro, 2006, p.45)

O editor de desporto do jornal “Folha” de São Paulo, José Henrique Mariante explica o real mecanismo sensorial deste departamento.

“Mesmo quando se está a assistir à CNN, o jornalista está a noticiar factos menos positivos e posteriormente diz “And now sports”. De seguida já aparece alguém a rir. Isto porque o desporto é usado como uma válvula pelas pessoas e pelos media. Válvula de escape a uma série de coisas”. (Mariane, in Silva 2009, p.15)

Ainda no seu manual de desporto, Barbeiro incentiva o jornalista a desunir a paixão/emoção do seu próprio trabalho. O autor sustenta ainda que muitos dos profissionais de comunicação não são capazes de separar dignamente a amizade com os atletas do seu relacionamento profissional com eles. Este procedimento acaba por ser uma afronta à profissão. Os jornalistas devem “vestir” o fato de disseminador de informação social e rejeitar qualquer tipo de emoções.

O repórter Paulo Vinícius Coelho exemplifica no seu livro “Jornalismo desportivo” o caso do jornalista Guilherme Gomes cujo seu “interesse pelo futebol nunca terá passado da compra de um bilhete para assistir alguns jogos na bancada” (Coelho, 2006, p.44), ainda assim chegou a editor-executivo da agência especializada em cobertura desportiva “Lance!”.

Ao destacar o executivo do “Lance!”, pretende de forma subjetiva sugerir que um jornalista com relações mais próximas ao desporto deveria ser mais capacitado do que, no caso, Guilherme Gomes. Coelho afirma que “os princípios da profissão valem tanto para quem tem quanto para quem não tem paixão pelo jornalismo” (Silva, 2009, p.17), mas para o último será “preciso mais esforço” (2009, p.17) e “cuidado jornalístico redobrado” (2009, p.17).

“Confirmar a informação é fundamental para quem não aprendeu a amar o desporto” (2009, p.17), justifica PVC, como também é conhecido o autor, esclarecendo ainda que o aspeto emocional tende a atrapalhar.

2.4. Características da cobertura desportiva

O pesquisador australiano David Rowe (2007) analisou a alegada condição do jornalismo desportivo, na qual, esta área surge por diversas vezes ligada ao entretenimento.

O objetivo do seu artigo “Sports Journalism - Still the toy department' of the news media” é verificar se o jornalismo desportivo é mais do que apenas uma fonte de informação e entretenimento.

Para realizar o estudo, Rowe recorreu de uma análise de conteúdos, realizada a mais de 10 mil artigos de 37 jornais de 10 países (Austrália, Áustria, Dinamarca, Inglaterra, Alemanha, Noruega, Romênia, Escócia, Suíça e Estados Unidos). O objetivo era atestar a influência e a qualidade da imprensa desportiva.

De acordo com Rowe, os resultados reforçam o estereótipo de departamento de entretenimento. Os dados conduzem ainda a uma conceção do jornalismo desportivo como “a melhor agência de publicidade do mundo” (Rowe, 2007, p.387).

Uma análise mais cuidada a esses dados indicam que as informações desportivas centram-se principalmente no mero relato de competições e nos momentos que as antecipam (58% de todos os artigos), descurando o carácter social envolvente, como o financiamento (3%), política desportiva (5%) e o impacto social do desporto (2,5%).

“A imprensa desportiva tem grandes dificuldades para relatar qualquer coisa que aconteça fora do ângulo das câmaras de televisão e após as luzes do estádio serem desligadas” (Rowe, 2007, p.387).

Barbeiro enquadra o seu raciocínio desta forma. Para ele “as notícias resumem-se ao jogo que acontece amanhã, ou que aconteceu ontem. Durante a semana, as notícias são dominadas por esses eventos seguidos de entrevistas coletivas às equipas em questão. Não há diferenças entre as notícias nos diferentes veículos mediáticos” (Barbeiro, 2006, p.26).

Rowe defende que para o jornalismo desportivo se possa demarcar da designação “toy department” (editoria de entretenimento) é necessário recorrer a uma nova forma de produção de conteúdos. O jornalismo só se distingue da área de relações públicas e marketing quando se cinge a identificar e criticar problemas e temas significativos. (p. 388)

“A maioria dos conteúdos desportivos, mesmo as orientadas para o problema, tendem a ser, com base nos dados dessa pesquisa, a “falação” do dia-a-dia do desporto ao invés de uma análise incisiva e crítica” (Rowe, 2007, p.391).

Em concordância com as palavras do pesquisador, os conteúdos orientados estão em minoria, ou seja, não recebem o destaque devido, concentrando-se essencialmente nos resultados, expectativas e performance.

O jornalista brasileiro Luís Amaral acredita que esses fatos são suficientes para que o leitor fique por dentro da rotina desportiva. Acrescenta que o repórter tornou-se um observador “dos pequenos fatos que acontecem no ambiente, explorando-os, seja no sentido curioso ou

no tom pitoresco, ou ainda no aspeto humano. Tudo isso num estilo leve que conduz o leitor a tomar conhecimento da rotina incentivado pelos atrativos da notícia” (Amaral, 1978, p. 104).

Amaral é da opinião que as editorias desportivas são um ramo particular do jornalismo e que por consequência deve ser tratada de forma diferente em relação à generalidade dos assuntos.

No caso específico da imprensa, o texto deve ser apelativo, descontraído, ainda que não possa descurar o princípio do jornalismo. Barbeiro e Rangel defendem igualmente a seriedade e os princípios gerais do jornalismo.

“O jornalismo deve fiscalizar rigidamente todas as autoridades desportivas e publicar o que considerar de interesse público, agrade ou não às fontes e aos protagonistas” (Barbeiro, 2006, p.116).

2.5. Pressões internas e externas

A todo o momento os jornalistas desportivos estão sujeitos a pressões. A primeira das quais por parte dos próprios adeptos. Podemos presumir que grande parte dos profissionais que se envolvem nesta área, o fizeram pelo sentimento que esta promove.

“E muitos jornalistas perdem a paixão sem perceber. Culpam o futebol de hoje, comparando-o com o do passado, sem a medida correta de comparação. O que se vê aos 10, 12 anos, vê-se com olhos apaixonados. O que analisa aos 40 faz através de um olhar crítico. O menino de 10 anos que você foi mente para o homem de 40 que você se tornou. Mente porque analisava sem o mesmo sentimento crítico”. (Coelho, in Silveira, 2009, p.60)

Percebe-se portanto que com o passar do tempo e com a sua evolução natural, o jornalista acaba por modelar-se a uma forma diferente de olhar o jogo. Uma posição cética e ponderada.

“O jornalista assiste primeiro e participa no espetáculo (mesmo que a ele se proíba qualquer tipo de manifestação) e depois tem que recobrar o sangue frio e serenidade para relatar, descrever, comentar e julgar, sem autocensura complacente e tendo consciência que de que, ainda que sem pretender, a sua informação terá certa influência no comportamento de muitos indivíduos e coletividade”. (Alcoba, in Filho, 1980, p.222)

No fundo o que Alcoba reconhece é que o sentimento, outrora ampliado, pode não ser o mesmo mas interfere na atividade jornalística. Quem se deixa levar pelas emoções tende a distorcer e modificar fatos.

O repórter não pode permitir ser dominado, até porque “a paixão emperra a apuração, incentiva a notícia sem acurácia e atrapalha a busca contínua da isenção e da ética” (Barbeiro e Rangel, 2006, p.22).

Ainda que esteja a acompanhar um jogo da seleção nacional o narrador deve manter algum cuidado no discurso que emprega.

“A pátria não está de chuteiras, nem de sunga, nem de capacete, nem de biquíni, nem de maiô, enfim, a pátria não se confunde com uma competição, seja ela qual for, ainda que, com finalidades políticas e populistas, alguns governos, com apoio dos media, favoreçam isso. Cabe ao jornalista fazer a separação e denunciar a manipulação de um entretenimento como instrumento político”. (Barbeiro e Rangel, 2006, p.47)

Este departamento poderá ser talvez um dos mais complicados, na medida, em que um dos seus valores mais importantes, a objetividade, é constantemente posta em causa. Característica importante, até porque o jornalista desportivo apresenta-se perante a opinião pública como um relevante influenciador de opiniões. O recetor entende que a pessoa que está a desempenhar o papel de disseminador de informação entende do assunto.

Apesar do profissional ser um privilegiado, por ter acesso a informações de desconhecimento público, este não se deve acomodar, sendo também importante pesquisar dados que os dirigentes ou outras pessoas envolvidas não declaram.

Certamente que esta área não é diferente de todas as outras ligadas ao jornalismo. Ao ser responsável por difundir informações, o repórter nem sempre irá agradar a todos as partes, nem assim poderia ser, visto que “não se faz jornalismo sem se fazer vítimas, ou melhor, sem provocar algum reflexo social. Se não provocar, não é jornalismo” (Barbeiro, 2006, p.116).

Desta forma, é fácil perceber que alguns assuntos mais sensíveis podem ser complicados de ser tratados, contudo, tendo acesso a informações precisas e de importância social, o jornalista deve veicular tais assuntos, sem quaisquer restrições.

Sendo os repórteres caracterizados pela sua capacidade de formar opiniões, estes devem ser o mais objetivos possíveis para que, por exemplo, um adepto possa tomar uma posição concreta.

Por exemplo, no caso de algo não corresponder à normalidade dentro de um clube, os sócios e simpatizantes poderão ter a capacidade de tirar elações conclusivas, mas para isso é necessário que lhes cheguem informações credíveis.

Outra forma de influência é reconhecida aos próprios dirigentes de clubes. No Brasil existe um exemplo elucidativo do poder dos media para propagandear individualidades. Paulo Odone, antigo Presidente do Grêmio Futebol Porto-Alegrense e agora Deputado Estadual foi impulsionado a tais patamares devido a feitos alcançados como dirigente da equipa, algo que não passou despercebido à governadora do estado.

Esta troca de influências apenas demonstra o quanto mais o jornalista deve estar alerta na escolha das informações que chegam até si. No fundo saber filtrar os dados que lhe são colocados à sua disposição, e atuar conforme a sua regular metodologia, ou seja, verificar e só publicar quando tem certeza da sua veracidade.

A existência de profissionais cuja ética é suspeita acaba por descaracterizar a profissão. Ao invés de se guiarem pela verdade, o seu objetivo acaba por ser satisfazer individualidades e/ou coletividades.

“A independência do jornal e do repórter precisa ser mantida a todo o custo, principalmente quando acontecem excursões desportivas. Nenhum favor (hospedagem, pagamento de viagens e outros) deverá ser aceite” (Erbolato, 1981, p.15).

Em relação à questão da independência, Luis Castro (1995) acrescenta que é importante a comunicação desportiva ser entregue a especialistas que entendam a transcendência que o desporto influi sob o desenvolvimento dos homens.

Aos jornalistas é por vezes oferecido um espaço, maioritariamente, na imprensa escrita para que este divulgue o seu ponto de vista, previamente descrito como opinião. Desta forma o profissional pode soltar do seu sentido crítico sem que com isto influencie de forma tão decisiva a opinião pública. Ainda assim pede-se a este que não largue por completo a sua ética e ofereça um ponto de vista real, relacionando os fatos.

“A verdade informativa não existe, nem sequer existem feitos noticiáveis: existem observadores jornalistas; se tem um observador, tem um feito e tem uma notícia” (Alcoba, in Silveira, 2009, p.63).

Como já foi mencionado atrás, o desporto vende, mas para isso é necessário que o recetor se sinta atraído pelos conteúdos. Por vezes são os próprios consumidores que acabam por

pressionar o jornalista fazendo-o repensar o seu estilo. Esta reformulação de processos deve-se ao carácter financeiro das notícias, na medida em que se tornou fulcral oferecer um produto apelativo a quem procura este tipo de matérias.

A procura de informação, a concorrência, a perseguição pelo exclusivo e a própria exigência dos conteúdos podem ocasionar em informações imprecisas e de desagrado geral.

Por vezes algumas dessas notícias são transmitidas sem qualquer fundamento servindo apenas para ocupar “espaço”. Isso aconteceu em 2006, em Belo Horizonte, no Brasil, onde por mais de 60 dias um repórter, responsável por acompanhar uma determinada equipa, estava obrigado permanentemente a noticiar algo para uma emissora brasileira. De acordo com Meniconi foram muitas as vezes que este profissional acabou por apresentar informações baseadas apenas em especulações.

Estes jornalistas, destacados para acompanhar determinada equipa, devem manter o respeito para com a fonte, mas acima de tudo para com os seus consumidores. O bom relacionamento entre ambas as partes, repórter e fontes, pode resultar num envolvimento positivo, contudo nem sempre isso acontece. Ainda assim é necessário tomar algumas precauções e não tomar como verdadeira toda e qualquer informação que lhe seja veiculada. Deve estar por dentro dos acontecimentos ao invés de simplesmente transmitir aquilo que o próprio clube pretende, correndo o risco de essa notícia não corresponder com a realidade.

Com a profissionalização do jornalismo novos desafios emergiram. A transformação da imprensa em empresa, a margem de manobra do repórter foi limitada.

O professor da Universidade de Tulane, em Nova Orleães, Warren Breed apresentou, em 1955, a “Teoria Organizacional” para descrever o contexto que envolve os jornalistas dentro das companhias que representam.

A partir deste ponto de vista, o jornalista é apresentado como funcionário de uma empresa, submisso à política editorial dos empregadores. Através deste modelo os profissionais acabam por obter uma “autonomia consentida” (1955) que correspondem aos requisitos da própria empresa.

Partindo deste pressuposto, mesmo que os repórteres se empenhem numa grande investigação, descobrindo fatos relevantes, correm o risco dos seus conteúdos não serem transmitidos. Isto deve-se ao poder da empresa e de pressupostas pressões que estas possam sofrer. Aqui cabe ao jornalista saber contornar as adversidades.

“As pressões, pois, chegam de todos os lados ao jornalista e só podem ser superadas através do espírito de sacrifício. Tomara que esse fosse o único prémio que ninguém pudesse arrancar aos jornalistas desportivos e que, por sua vez, provoca o estímulo para manter a sua postura de dignidade, tão pouco compreendida, inclusive, por quem deveria incentivá-la” (Alcoba, 1980, p.177)

Tal como na generalidade dos casos, este departamento encontra-se invariavelmente sujeito a pressões. Resta a quem formula os conteúdos optar por uma abordagem séria e comprometida para com a sociedade.

Capítulo III - Enquadramento Histórico

Antes de enveredarmos pela especificidade desportiva tanto na rádio como na televisão é importante conhecer as potencialidades destes meios, principalmente nos seus primórdios. Portanto, antes de abordar a inicialização do discurso desportivo em Portugal é igualmente importante atender a outros fatores que de certa forma se correlacionam na forma como as tecnologias abordam áreas específicas.

3.1. A importância dos primórdios da rádio na estruturação de uma sociedade

“Uma vez compreendido que a rádio era muito mais do que um telégrafo ou um telefone sem fios, os governos aperceberam-se rapidamente das suas consequências políticas” (Levinson, 1998, pg.112)

Tal como afirma Jacques Ellul, no seu livro “Propaganda: A criação da atitude humana”, “qualquer modo de comunicação humana pode ser um agente eficaz de propaganda, ou um apelo às emoções à custa da razão” (Ellul, in Levison, 1998, p.112).

O autor defende que essa relação fica desde logo evidenciada na enorme quantidade de conversas, relações diárias e em séculos de documentos impressos que fundamentam as suas propostas. Apesar disso admite que alguns meios de comunicação praticam essa função de uma forma mais clara.

Alexander Marshack (1972) considera os seres humanos uma espécie contadora de histórias. O autor americano acredita que o homem tem necessidade de se sentir confortável, e que para

isso recorre da muita ou pouca informação ao seu dispor para criar um ambiente cómodo. O advento da rádio é um exemplo. A capacidade que o ouvinte tem para criar uma imagem daquele que está por trás do microfone é exemplificativa. É desta forma que a relação entre os dois intervenientes torna-se “familiar”.

“Podemos ser definidos em contraste com outras espécies pelo fato de nos compormos a nós próprios nas narrativas; e conseguimos como matéria-prima dessas histórias incessantes o muito ou o pouco que o ambiente exterior tem para oferecer, fermentando-a com quantidades - grandes quantidades, se os estímulos externos forem mínimos - das nossas expectativas e concepções internas, exatas ou não, suficientes iluminados pela eletricidade, descobrimos outrora deuses, bem como estrelas e planetas. Nos serões de milénios mais tarde, nas nossas casas penetradas por vozes da rádio vindas de longe - vozes que não conhecíamos pessoalmente - fizemos presunção acerca dessas vozes, tornámo-las nossas, recebemo-las como membros das nossas famílias. Porque se não, quem havia de estar a falar para nós em sítios tão privados, a uma hora tão tardia?” (Marshack, in Levinson, 1998, p.118).

Rapidamente alguém percebeu as potencialidades da rádio. Será coincidência que os quatro líderes indiscutivelmente mais poderosos do século XX tenham tomado este meio de “assalto”?

Dmitri Volkogonov, que ouviu o discurso de Estaline a 3 de julho de 1941, onze dias depois da maciça invasão alemã a Kiev, Minsk, Vilna e ao ocidente soviético, afirmou que essa comunicação teve um “forte efeito” (Levinson, 1988, p.414).

“Dando como respostas simples a muitas perguntas que andavam a atormentar o povo. Soluções simples a para problemas complexos - eis o que era necessário tanto para a propaganda como para um meio de comunicação que se estendia a uma massa territorial tão grande que desafiava a inspiração imediata por outra coisa que não fossem ondas portadoras eletromagnéticas”. (Levinson, 1988, p.119)

Confinado a uma cadeira de rodas, Franklin Roosevelt conseguiu, à semelhança de Estaline, projetar através deste meio uma imagem de força e atitude. As suas “Conversas à Lareira”, apelando ao lado emocional dos ouvintes, tornaram-se ferramenta fulcral durante a sua administração. Prova disso foram as quatro vezes que o presidente norte-americano foi reeleito, antes da emenda Constitucional limitativa a dois mandatos ter sido aprovada.

Ainda mais evidente foi a relação criada entre Adolf Hitler e o povo alemão. Pregando, através da rádio, uma doutrina da supremacia ariana, quando o próprio nada parecia ter de ariano.

“Todavia, o impacto da rádio neste breve período de tempo foi vacilante. Nos quatro casos (incluindo Winston Churchill), as mensagens emanadas de estranhos distantes entravam no coração das pessoas como se fossem palavras de um pai ou de um tio. Estas palavras davam uma esperança sem precedentes, levavam os ouvintes a novos extremos de empenhamento e de ação, fossem as suas causas justas ou não. Na verdade, fossem as mensagens eticamente corretas ou não, fossem elas em nome da democracia ou do controlo totalitário, significassem elas a defesa de um ataque ou o desencadear de um ataque monstruoso ou inocente, nada disso importava”. (Levinson. 1998, p.120)

A importância que este meio revelou durante este período atribulado da história deveu-se ao poder do som e ao impacto da voz humana em sede radiofónica. Esta prevalecia sobre qualquer discernimento individual, que tal como explica Levinson (1998) “os apelos à nossa adrenalina, têm pouco que ver com a razão”.

O surgimento de um novo meio de comunicação veio desde logo abalar a posição da rádio. A televisão. “O seu modo mais desinteressado de comprometimento visual estava, nos anos 50 a caminho de substituir a rádio como principal veículo de entretenimento e de intervenção política no lar”. (Levinson, 1998, p.122)

O início de um paradoxo iniciou-se aquando, em 1960, a maioria dos americanos que ouviram os debates entre Nixon e Kennedy na rádio acharam que o primeiro se tinha superiorizado ao rival, contudo a televisão tinha uma palavra a dizer. Outra maioria, agora daqueles que acompanharam o “confronto” pela televisão tiveram uma opinião diferente. Kennedy iria mesmo acabar por vencer as eleições.

Embora colocada para segundo plano como meio de comunicação central, a rádio não terminou. Esta ferramenta foi apenas destituída e apesar de algumas ameaças de perecer conseguiu renovar-se e apresentar-se como um meio de comunicação diferente e personalizado.

3.2. O despertar de um novo meio

Nos primórdios, o aparecimento da televisão colocou os profissionais da rádio de pé atrás, com medo de verem o meio que representavam sucumbir. Apesar do que se perspectivava essa ideia não se realizou. O que acabou por se verificar foi que os meios, cada um com as suas características, complementar-se-iam.

A televisão pode não oferecer aos telespetadores a mesma agilidade da rádio, contudo, faz da imagem a sua particularidade mais forte. Imagem essa que torna este meio mais atraente.

“A televisão é hoje um dos principais epicentros culturais, educacionais e sociais quotidianos, por um lado como um elemento sedutor, simulador da realidade e de fácil comunicabilidade e, por outro, combinada com os lazeres familiares e o desempenho de tarefas domésticas”. (Brandão, 2006)

O professor Nuno Brandão defende que a televisão é um meio de enorme influência junto da sociedade, capaz de impor o seu ritmo junto da mesma. Podemos hoje verificar, que a par de outros meios de comunicação e instituições, como a escola e a família, a televisão é igualmente responsável por transparecer valores e referências.

Apesar de não nos ensinar a pensar, este meio dá-nos cada vez mais assuntos sobre os quais refletir, ou seja, oferece-nos interpretações acerca da forma de compreendermos os eventos que são referenciados como notícia.

Para o autor a televisão “não representa apenas o mundo em que vivemos mas também define cada vez mais o que ele é realmente, daí a sua importância como geradora de conhecimento e de produção de sentido” (2006). A televisão e a educação não são incompatíveis, visto que permitem a “criação de efetivos quadros de formulação de opiniões” (2006).

Podemos então conceber esta relação de duas formas. Por um lado educar através da formação de telespetadores ativos e críticos, por outro instruir através da emissão e seleção de conteúdos geradores de conhecimento.

“Hoje, mais do que nunca, a informação qualitativa é a condição básica para uma sociedade livre, plural e de sabedoria que assente nas reais necessidades dos cidadãos e que seja orientada para as grandes questões da vida social e da construção do acervo de conhecimentos que disponibiliza aos cidadãos possibilitando-lhes a plena integração na sociedade”. (Brandão, 2006)

Desde o seu aparecimento a televisão conseguiu impor-se como presença constante na sociedade. O fundamento deste novo meio que veio substituir a rádio, como meio de comunicação e de entretenimento principal, é envolver e fazer com que a audiência participe e se envolva nas histórias.

Por ter alcançado uma vasta extensão humana, a televisão conseguiu criar uma estratégia própria que se suporta e desperta sentimentos no telespetador, fazendo com que a audiência se sinta como componente do mesmo processo.

De acordo com Vera Camargo torna-se plausível afirmar que a televisão oferece um serviço que leva o desporto a todos os lugares, figurando-se como o meio de maior cota de audiência e patrocínios.

Em suma, os dois meios de comunicação referidos revelaram-se uma ferramenta capaz de penetrar na sociedade de uma forma eficaz. Iniciando-se na rádio e o poder que ofereceu a quem dela detinha direito, à televisão que de uma forma mais despreocupada começou a presentear os telespetadores com conteúdos visuais e envolventes.

O apelo às emoções e o sentimento de familiaridade foi perturbado pela televisão que aos poucos foi entrando nas habitações, para substituir o “antiguinho” meio central de entretenimento.

Depois de percebermos o poder e os efeitos que ambos os meios causaram e continuam a provocar faz sentido perceber como se desenvolveu o departamento em estudo, na rádio e televisão portuguesa.

Tal como já foi referenciado, o futebol já ganhou uma dimensão tal que é capaz de suplantar para segundo plano a mediação das partidas. Desde os primórdios da sua existência, os meios tiveram que criar estratégias de adaptação capazes de se sustentar neste mercado.

Faz então sentido perceber como se procedeu a adaptação ao advento comunicacional desportivo, tanto da rádio como da televisão.

3.3. A evolução do discurso desportivo na rádio e televisão portuguesa

O aparecimento do desporto na rádio portuguesa surge em 1933, com o primeiro relato de um jogo a ser realizado por Jorge Botelho Moniz. O jogo amigável entre Portugal e Hungria iria dar início a uma corrente informativa que perdura até aos dias de hoje.

Nos anos posteriores, as rádios de Lisboa e Porto começaram a dedicar mais espaço ao desporto, numa altura em que o ouvinte comum caracterizava-se por ser do sexo masculino, com idade compreendida entre os 30 e os 50 anos.

Na década de 1930, graças à parceria com o jornal “Os Sports”, a estação “CT1DH” foi considerada “a primeira estação portuguesa a transmitir desafios de futebol”.

Com a repercussão que esta área foi alcançando, a transmissão de eventos desportivos começou a espalhar-se além dos dois pontos principais de Portugal.

Em Coimbra, através da “CT1HZ”, foi realizado um dos primeiros relatos fora de Lisboa. No campo de Santa Cruz defrontavam-se a Associação Académica de Coimbra e o União de Coimbra.

Entre 1936 e 1955, à parte das transmissões, foram realizadas algumas palestras desportivas em direto na rádio. José de Ayala Botto tornou-se uma das principais vozes desportivas em Portugal.

Quase duas décadas depois ao primeiro relato desportivo na rádio, Domingos Lança Moreira no seu programa “Os Companheiros da Alegria”, acompanhou pela primeira vez a Volta a Portugal, em 1951.

Com o sucesso alcançado pelo desporto mediado, cerca de uma década depois iniciam-se os primeiros conteúdos focados diretamente para um clube. Uma das pioneiras a aderir foi a emissora “Ideal Rádio” com transmissões semanais do programa “A Voz do Futebol Clube do Porto”.

Nas décadas seguintes, entre 1960 e 1970, a Emissora Nacional e a Rádio Clube Português tornaram-se as duas principais estações desportivas do país. Esse estatuto foi alcançado muito devido aos relatos de partidas internacionais que transmitiam.

Da necessidade de fazer uma melhor cobertura dos eventos desportivos começaram a surgir departamentos especificamente de desporto. Em 1980, chefiada por António Ribeiro Cristóvão, a Rádio Renascença torna-se uma das pioneiras. Com Ribeiro Cristóvão como diretor do Departamento de Desporto da RR, vários foram os programas focados para esta área. “Bola Branca” e “Frente Desportiva” são alguns dos exemplos.

Contudo, a partir dos finais da década de 1950, a rádio foi confrontada com um oponente de peso: a televisão. A novidade depressa se sobrepôs à locução.

Apesar de por estes dias ser vulgar, ligar a televisão e assistir a uma partida de futebol, até finais da década de 1950 isso soava no mínimo irrealista. Mas foi a 9 de Fevereiro de 1958, que o Sporting Clube de Portugal e o Áustria de Viena deram o pontapé de partida para uma revolução do desporto mediado. O jogo de cariz amigável realizou-se no Estádio José de Alvalade e foi transmitido pela RTP, sensivelmente um ano após às primeiras emissões televisivas em Portugal.

Com o campeonato do mundo de 1966, realizado em Inglaterra e transmitido pela Radio e Televisão Portuguesa (RTP), o mercado das televisões expandiu-se, fazendo deste advento um fenómeno de massas em Portugal.

Desde então o futebol tornou-se um negócio lucrativo, tendo como exemplo a Olivedesportos, conhecida pela cadeia de canais desportivos “Sporttv”, e mais recentemente a “BenficaTV”.

Capítulo IV - Fronteira que separa os comunicadores de uma transmissão desportiva

4.1 Quais as funções mediáticas do relator e do comentador

É difícil compreender até onde pode ir a intervenção de um relator sem que se sobreponha às funções de comentador. Antes de comparar os dois é importante especificar o papel de cada um.

Ao comentador cabe analisar, avaliar e julgar as circunstâncias de um jogo. Normalmente, este é o responsável por explicar o desenrolar de uma partida. Em concordância com as descrições rigorosas do relator, este segundo elemento representa o papel de “explicador”.

A partir de um ponto de vista subjetivo, o relator surge como “os olhos” enquanto o comentador apresenta-se como “a cabeça”.

Mas afinal que requisitos estão intrínsecos à atividade daquele que representa “os olhos e os ouvidos” dos adeptos?

Em entrevista ao jornal “Record” Artur Agostinho, um dos mais famosos relatores desportivos portugueses, começou por sublinhar o valor do “rigor” (1999), como característica essencial ao relator.

O relator desportivo, como também são conhecidos, não é mais que um jornalista especializado que deve transmitir ao seu público, o mais fielmente possível, aquilo que está diante dos seus olhos. Este deve oferecer informação real e nunca distorcer os factos para que no momento em que o ouvinte vir o jogo na televisão não diga “este não foi o jogo que ouvi”.

Já Jorge Perestrelo enumerou a “voz, dicção, rapidez de expressão, ritmo, capacidade de raciocínio e inteligência”(1999).

Ribeiro Cristóvão acrescenta ainda outros pormenores. “Tem de fazer, no fundo, o papel do jornalista, ou seja, tem de trabalhar com gosto, com paixão. Tem de ter conhecimento do que fala e sentir-se dentro do campo, porque fazer o relato de forma fria não resulta”. Para o

jornalista de 75 anos “o grande segredo” do relator é “saber colocar entusiasmo do primeiro ao último minuto do jogo para manter o ouvinte “preso” até ao final” (1999).

Como é a imagem que suporta a televisão, apenas narrar o que o telespetador está a acompanhar torna-se vago. É por esta razão que os próprios jornalistas preparam-se antes dos eventos e na maioria dos casos fazem-se acompanhar de comentadores. Muitas vezes estes indivíduos são elementos que já fizeram parte do desporto que estão a ajudar a analisar. Antigos atletas, treinadores entre outras personalidades reconhecidas da área são muitas das vezes os solicitados. Mas qual será realmente a utilidade destes elementos?

Em relação à imprensa desportiva, o comentador surge ao lado de um narrador, na maior dos casos um jornalista, para que explicitem uma visão diferenciada dos aspetos do jogo. Como se desenvolveu uma jogada, o porquê de ter acontecido determinada alteração técnica ou mesmo mudanças estratégicas são alguns dos pontos que cabe ao comentador pronunciar-se. Enquanto o jornalista aponta as transformações, o segundo interveniente justifica-as recorrendo de um conhecimento mais especializado.

Um caso de sucesso em Portugal é Luís Freitas Lobo que rapidamente saltou do seu blogue “Planeta do Futebol” para os jornais e televisões nacionais. Rapidamente se tornou comentador nos canais “Sporttv” e é por estes dias um reconhecido comunicador desportivo a nível nacional.

4.1.1. Mas o que é afinal jornalismo especializado?

Antes de abordarmos o ponto de vista do jornalismo especializado em relação ao desporto, é importante contextualizar a especialização.

No seu livro sobre Jornalismo Especializado Mário Erbolato (1981) afirma que o jornalista necessita de se envolver a fundo em determinada área para que a possa transmitir de forma elucidativa.

Ainda nesse sentido, Erbolato (1981) acredita que ao jornalista não lhe chega saber investigar, escrever, esquematizar e/ou exercer qualquer outra atividade complementar. “Por mais competente e inteligente que seja, não consegue bons resultados ao redigir sobre um assunto que ignora”. (Erbolato, 1981, p.11-12)

No seguimento da mesma ideia, Vera Camargo explicou, durante uma palestra em 2005 no Intercom, que a comunicação especializada deve ser proferida através de meios de comunicação especializados, tal como acontece com a seção de desporto.

Com o aparecimento da Internet e a segmentação dos canais televisivos, a possibilidade de atrair diferentes gerações e públicos fragmentados através de uma mesma fórmula teria que ser repensada.

“A aceitação das produções segmentadas indica que os indivíduos necessitam de encontrar um fator de união e de identificação entre si. O que pode ser conseguido através da partilha de interesses com o segmento que busca o mesmo tipo de informação” (Abiahy, 2000, p.4)

A especialização identifica-se quando as matérias tem um público-alvo determinado, ou seja, um conteúdo específico para interesses específicos.

Nilson Lage (2001) dá o exemplo da reportagem, género que o autor denomina informação jornalística. Ao contrário da notícia, que apresenta uma fórmula mais fatural, sintética e a fragmentada, a informação apresentada na reportagem caracteriza-se pelo aprofundamento e densidade.

De acordo com o jornalista brasileiro a informação jornalística não está tão dependente de um fato gerador de interesse, ela é mais completa, extensa e rica em dados. Todos estes aspetos complementam-se de uma forma a que o público em geral consiga entender.

O jornalismo especializado e a sua conseqüente evolução segue uma lógica económica que visa afetar grupos pequenos que se distanciam entre si. Esta é uma estratégia que concebe rendimentos proveitosos e vai de encontro a uma demanda por informações específicas.

Podemos, portanto, olhar para o jornalismo especializado a partir de dois pontos de vista. Como guia, orientando o indivíduo perdido no meio de tantas informações que se misturam na sociedade e como elemento crucial na vertente de coesão social. O segundo fator traduz a força catalisadora que estes departamentos possibilitam entre indivíduos com interesses similares.

O jornalismo tem vindo gradualmente a acompanhar uma ótica de desmassificação e personalização, traduzindo-se em mais em áreas de especialização, cada vez mais sustentadas.

É na televisão que se pode reparar na incapacidade que os canais de sinal aberto tem em acompanhar os interesses do público na sua generalidade. Reparemos, por exemplo, que desde o aparecimento da televisão por cabo verifica-se um deslocamento de parte dos telespetadores para estes novos mercados. Mercados estes que aproveitam os interesses de públicos específicos para potenciar os seus efeitos.

A formação e o aumento desses segmentos refletem o estímulo das diferentes audiências em optar por assistir a conteúdos do seu interesse. Com um número extenso de opções, os indivíduos deixaram de ser guiados pelas grelhas obsoletas apresentadas pelos canais de sinal aberto. Mesmo no caso de um conteúdo específico ser apelativo para determinadas pessoas, estas tem que esperar até à altura do programa, ao contrário do que sucede nos canais temáticos.

“Ou seja, quanto maior for o número de médias e quanto mais diferenciadas e plurais forem as suas linhas de compreensão e construção interpretativa dos fenómenos, mais democrática será a rede dos média, na medida em que a multiplicidade dos pontos de vista fornece ao público recetor alternativas de escolha entre interpretações diversas”.
(Santaella, in Abiahy, 2000, p.14)

Apesar de fundamentar a ideia, a autora sabe reconhecer que é complicado alcançar esta harmonia, já que a tendência é levar as grandes empresas a “engolirem” as mais pequenas.

Outro fator importante na proliferação de novos temas é a tecnologia. Este advento veio oferecer uma maior interatividade. Desta forma alguns dos temas que anteriormente não eram valorizado ganharam nova força, consequência da “pressão” do público. Esta relação de proximidade também veio facilitar o trabalho dos editores, que se sentem mais confortáveis para gerir os conteúdos tendo em vista uma audiência bem definida.

Representativo desta evolução entre emissor-recetor, é o aumento da quantidade de informações especializadas nos jornais diários, seja moda, dicas sobre o corpo ou beleza por exemplo, têm agora mais destaque nos mesmos.

Todos estes fatos levam a que o jornalista necessite de explorar alguns temas em concreto, apresentando uma linguagem apelativa ao público que procura tais informações.

Ao falarmos em especialização estamos a relacionar tanto o tema quanto o perfil do público-alvo. Os conteúdos direcionados não pretendem apenas criar nichos de mercado mas também ir de encontro ao gosto dos recetores.

“Ou seja, tanto a abordagem de um assunto específico quanto a abordagem para um público específico sobre determinado tema serão considerados uma forma de se encontrar a especialização da informação jornalística.” (Abiahy, 2000, p.16)

Para Lage, o envolvimento em temáticas direcionadas e a proximidade com o leitor, é o próprio guia de publicação.

“Na revista especializada, por fim, a categorização do público e do assunto preside a organização estilística. Este processo de tornar os fatos como significantes de uma essência adquire aí uma condição axial: é o próprio eixo do tratamento textual. (...) Tudo isto irá compor com a intenção fundamental de jamais esgotar o assunto. Numa revista para mães jovens, deveremos escrever mil textos sobre cada coisa, fraldas ou chupetas.” (Lage, in Abiahy, 2000, p.23)

Será então necessário eu ser especialista na área a ser tratada para que como jornalista possa explorá-la? Por exemplo se estiver a abordar um tema científico tenho necessariamente que ser cientista?

Lage (2001) demonstra duas razões capazes de sustentar uma resposta negativa no seguimento da pergunta anterior. Primariamente salienta a ética e os valores em vigor de cada profissão. Por exemplo, os médicos estão proibidos de criticar os colegas publicamente, então como seria que podiam escrever livremente um texto? E se em algum caso fosse necessário criticar o método interventivo de outro médico?

A questão económica é o outro fator abordado pelo autor. Um biólogo ao formar-se vai adquirir conhecimentos próprios, ele não iria ser capaz explorar temas sobre medicina, fazendo com que as suas habilidades fossem regredindo. É portanto mais económico formar um jornalista e o mesmo especializar-se. Este obviamente que não sabe tudo, mas tem um conhecimento adquirido que lhe permite um envolvimento útil em qualquer área.

Um outro aspeto de relevo que apoia as ideias anteriores é o fato de os especialistas tenderem a utilizar linguagem própria, complicando a compreensão a um sujeito leigo. O trabalho do jornalista é justamente o contrário. Levar informação específica a qualquer indivíduo com a maior clareza possível. De acordo com Rossi (1980), o método padrão deve recorrer à especialização do jornalista e não a especialistas a praticar jornalismo.

O desporto por seu lado, como já verificamos nos capítulos acima, foi ganhando cada vez mais força para além da necessidade de um espaço de divulgação maior. De uma simples informação sobre os resultados, várias vertentes foram-se abrindo, ao ponto de serem criados canais exclusivos ao tema. Mas com o evoluir dos tempos, o jornalista desportivo foi-se

moldando e ganhando um destaque diferente. Nos dias de hoje, ele precisa de se preparar extensivamente para abordar diversos assuntos intrínsecos ao acontecimento principal.

4.1.2. Jornalistas especializados mas não especialistas

O que distingue os jornalistas desportivos de todos os outros? Para além da paixão que os move poucos ou nenhuma são as respostas que encontramos.

Existe uma necessidade de se especialização nesta área por parte destes profissionais, mas de que forma será este conhecimento adquirido?

“Eu considero-me um especialista. Não fui atleta, mas trabalhei desde os 15 anos, digamos, para ter o maior rigor com a informação desportiva. Mas nem sempre se percebe isso no jornalismo desportivo. Percebe-se numa olimpíada, quando boa parte dos comentários vem de ex-atletas” (Silveira, in Ferreira, 2009, p.18)

O que o jornalista Paulo Vinícius Coelho tenta aqui explicar é que a muleta que suporta os protagonistas desta área é a experiência e a própria paixão.

De forma a disfarçar algumas lacunas, as entidades responsáveis tendem a complementar os conteúdos desportivos que transmitem com mais uma individualidade. Este designado comentador refere-se, como já foi descrito acima, a um entendido. Para além de ex-atletas, algumas personalidades tendem a destacar-se. O caso do comentador Freitas Lobo é representativo.

Luis Castro (1995) sublinha ainda que a função do jornalista deve ir mais além do que simplesmente divulgar resultados. Posto isso, afirma ainda que a sua atenção não deve voltar-se apenas para uma modalidade porque “tem a obrigação de informar sobre todas as atividades desportivas que se desenrolem” (Castro, in Silveira, 2009, p.67).

“Por outro lado, o jornalismo desportivo é o lugar onde mais se faz notícia sobre tudo. Um conteúdo detalhado sobre o problema do Ronaldo é quase uma matéria sobre medicina. E assim, no dia-a-dia, o jornalista desportivo faz matérias sobre política (escolha da sede do Mundial e dos Jogos Olímpicos), economia (situação financeira dos clubes brasileiros), comportamento (as tatuagens dos jogadores da seleção). Engloba todos os aspetos, até

mesmo desporto. É por isso que tanta gente boa, de qualquer editoria, formou-se no desporto” (Silveira, in Ferreira, 2009, p.18)

O jornalista desportivo deve ser multifacetado, quem o sublinha é Erbolato (1981). Para além de ser conhecedor das regras e regulamentos de cada modalidade, este deve ser perito em lidar com assuntos que o complementem.

Em consonância com uma informação de maior qualidade, ao jornalista compete estar perto dos acontecimentos. Em jeito de exemplo, caso o local dos eventos não se situe perto da sede da empresa que representam, estes podem tornar-se enviados especiais.

Grande parte das vezes as matérias acabam por ser distribuídas através de agências noticiosas que poderão, em alguns casos, ter interesses adjacentes, manipulando os dados. Desta forma, o profissional ao deslocar-se teria a certeza que estaria na posse de informações fidedignas.

4.1.3 Jornalismo Desportivo

Hoje o desporto tem um lugar de destaque um pouco por toda a imprensa, seja ela escrita ou não. Nem sempre foi assim. Segundo Muniz (1991), os jornalistas desportivos sofriam de uma inferioridade reconhecida. Ainda de acordo com o autor, estes profissionais chegavam mesmo a ser caracterizados como os “iletrados” da redação. Pensa-se ainda que os seus salários não coincidiam com os dos seus colegas.

Por vezes este departamento, tão importante para o jornal, acabava por ser desvalorizado pelos próprios colegas. Yanez (1995) critica igualmente a ideia de que esta área seria “o irmão pobre” da comunicação. A conceção de que “ toda a gente percebe de desporto” e que portanto toda a gente pode tratar este tema, está errada.

“Os salários ainda são mais baixos e a editoria, nos grandes jornais, ainda é passagem para algumas pessoas. Ao mesmo tempo que muita gente sai da faculdade a querer trabalhar com desporto. Isso acaba por ser uma faca de dois gumes, porque é preciso estar preparado para ser jornalista de qualquer área. Muita gente vê esta editoria como porta de entrada e pensa em mudar de departamento quando precisa de um salário mais elevado.” (Coelho, in Silveira, 2009, p.53)

A importância e a complexidade do desporto não são assuntos fáceis de ser tratados. Este departamento requer um estudo e envolvimento constante. O que em tempos era

reconhecido como mero divertimento transformou-se e elevou-se a um patamar de excelência, relacionando-se com aspetos que vão desde a cultura à política.

Yanez (1995) acredita que o reconhecimento do desporto para com a sociedade e o seu entendimento são os melhores suportes a que o jornalista pode recorrer para vincar a importância do seu departamento.

Tendo em conta a variedade de modalidades, cada uma com o seu vocabulário e regras próprio, pode-se caracterizar este variante do jornalismo como superespecializada.

O autor refere ainda no seu texto “El balon puede esperar” que a especialização é necessária, apesar de tudo, entende que esta não precisa de abranger todos os desportos. Para ele, é muito mais útil apreender um conhecimento profundo sobre três ou quatro áreas do que uma compreensão incompleta sobre todas.

“Isto não quer dizer que não possa especializar-se neste ou naquele desporto e conhece-lo a fundo, o que, aliás, é desejável. Isso não livra ninguém de ter um conhecimento geral das modalidades mais populares. Os que não são conhecidos merecem ser estudados.”
(Barbeiro e Rangel, 2006, p. 34)

O desporto é um tema que atrai muitos seguidores e esse fato aumenta a responsabilidade do jornalista que ao mínimo erro será responsabilizado pelos aficionados. É no seguimento desta ideia que cabe ao profissional, que acompanha os detalhes de cada modalidade, apresentar um vasto conhecimento, demonstrando mesmo ser especialista.

Os espetadores não se apresentam como meros simpatizantes, eles percebem e gostam do que estão a acompanhar, pretendem ser informados da melhor forma. Não pretendem apenas saber os resultados finais de uma corrida de Fórmula 1, esperam que esta informação seja complementada através de comentários adequados.

“O leitor, quase sempre, é mais do que um simples adepto, e espera dos jornais informações sobre os treinos, novidades mecânicas, detalhes tecnológicos e incidentes nas corridas que, anos atrás, eram interesse de alguns poucos maníacos.” (Muniz, 1991, p.10)

O Espanhol Alcoba (1980) sugere oito aspetos fundamentais na elaboração de uma informação bem conseguida. Primariamente refere as **Instalações**. Cada estádio apresenta as suas particularidades, desta forma é importante ao profissional estar atento a todas elas. Na Formula 1 cada pista é uma pista, diferenciada e com características distintas importantes para o recetor.

Outro fator decisivo corresponde ao **Equipamento**. Todo o material utilizado pelos atletas, as inovações tecnológicas que potenciam o rendimento dos intervenientes. Os fatos de natação são um exemplo representativo do valor que cada um dos equipamentos pode ajudar a melhorar a performance de um competidor.

Mais um aspeto referenciado por Alcoba (1980) trata das **Regras e Regulamentos**. Para poder relatar um evento é da maior importância ter um conhecimento abrangente sobre as suas condicionantes. É preciso estar atento às suas constantes alterações e não transmitir informações erradas. Podemos reparar no exemplo do vólei que em tempos era disputado de uma forma diferente, onde para ganhar um ponto era necessário que eliminassem primeiro a vantagem do adversário. Condicionalismo que se modificou com o tempo.

Os **Treinadores**. São eles que estão a par das capacidades dos seus atletas. Têm um conhecimento assimilado sobre os adversários e as táticas que vão colocar em jogo.

Os **Atletas**, os protagonistas dos espetáculos. O seu historial, o seu desempenho desportivo, prémios precedentes.

Em sexto lugar o autor posiciona o **Confrontos diretos e rankings**. O espanhol referencia este ponto e dá-lhe um papel de destaque já que estes ganham força antes dos eventos, principalmente pelo seu potencial estatístico.

Os **Prognósticos** fazem também eles parte desta lista. Baseando-se em fatos históricos, no desenvolvimento de atletas e formações, nas prelações dos treinadores e nos regulamentos de jogo, de certa forma, permitem antecipar um resultado final.

Por fim os **Aspetos históricos**. Este último requer um entrosamento pleno de edições anteriores da competição, tendo em conta records e distinções a ser batidas.

Todos estes pontos enaltecidos por Alcoba (1980) podem também ser considerados fontes de informação desportiva. É desta forma que surgem as notícias. Todas estas variantes são importantes para que o trabalho de um profissional desta área seja realizado com sucesso. Conhecer as fontes, sabes com quem se relacionar, tendo em conta a credibilidade que as mesmas transmitem ao público é crucial para que um conteúdo seja apresentado, destituindo qualquer tipo de especulação ou publicidade.

O espanhol adianta ainda que as fontes de informações do jornalismo desportivo podem ser padronizada a partir de dois pontos de vista. Primeiramente, a relação com desportistas,

clubes, treinadores, dirigentes, empregados, organismos, entidades e federações. Por outro lado, a ligação comercial, publicitária e órgãos políticos representam o reverso da medalha.

Os atletas apresentam-se como fontes principais. Uma convivência saudável entre jornalista e desportista pode revelar-se interessante, contudo é importante que a mesma não entre em conflito informativo. O profissional tem que fazer as perguntas adequadas a cada situação e nunca questões apenas de carácter lúdico, nem que com isso o jogador se negue a responder. As perguntas têm que ser feitas, o leitor espera perceber o que está por trás dos problemas. Uma boa relação entre ambos é sempre bom, mas esse fator não pode interferir no trabalho do profissional de informação.

O mesmo cuidado deve ser igualmente dado aos clubes, treinadores e dirigentes.

Já com as federações a interação deve ser diferente. Muitas das vezes estas são representadas por assessorias de imprensa ou só dão informações em entrevistas coletivas antecipadamente programadas, treinando o entrevistado.

Por outro lado, os organismos e entidades, sempre disponíveis para divulgar os seus trabalhos e projetos, acabam muitas das vezes por dificultar o trabalho do jornalista, que tem de filtrar a informação no meio da propaganda.

Como fontes secundárias, Alcoba entende aquelas que de forma indireta também geram informações.

Tal como já foi abordado em capítulos anteriores, existe uma vertente comercial dentro do desporto, caracterizando-se principalmente como negócio. Estamos a falar de relações onde entrevem patrocinadores, empresas de eventos, produtores de materiais desportivos, sem nunca descurar a venda de jogadores e assuntos relacionados com empresários.

A publicidade também se destaca pelo seu papel comercial. As marcas tendem a vincular atletas para as representar, aumentando a sua visibilidade. Exemplos representativos são Cristiano Ronaldo e Lionel Messi patrocinados pela Nike e Adidas respetivamente. Com essa exposição as marcas pretendem acima de tudo fazer chegar o seu produto a um maior número de pessoas. O jornalista poderá por vezes aproveitar alguma informação que advenha destas parcerias, contudo a mesma deve ser igualmente cuidada, tendo em conta o aspeto publicitário destes artigos.

Em concordância com os resultados positivos apresentados pelas entidades desportivas, as instituições políticas tentarão, também elas, associar-se ao sucesso dos mesmos.

“Mas, para transmitir o desenvolvimento e o resultado de uma atividade física estão os meios de comunicação, através dos seus especialistas: os jornalistas desportivos, que devem estar conscientes que os meios constituem uma escola paralela que não só transmite uma atividade e um resultado, mas sim, ao mesmo tempo, ensina”. (Castro, 1995, p.56)

O papel de um jornalista desportivo transcende o mero relato de resultados. As suas crónicas, os seus comentários e as suas notícias fazem dele um bom ou mau educador. Os recetores exigem novidades, mas acima de tudo esperam a melhor qualidade e veracidade dos fatos e não se deixam ser enganados.

Por último, um caso recorrente na comunicação social é a facilidade com que na gíria se diz “fazer um atleta”. Facilmente torna-se um vencedor numa celebridade. Personificação da notícia, notoriedade e amplificação são valores de notícia avançados por Traquina (2004-2005) para explicitar este fenómeno.

Nestes casos deve mais uma vez sobressair a qualidade dos profissionais dentro das redações. O jornalista não pode cair na tentação de enaltecer um jogador e esquecer que outros também foram decisivos na conquista de um qualquer evento.

A verdade é que não existe tempo suficiente para referenciar todos individualmente. Por essa razão e de acordo com os valores de notícia o repórter deve oferecer ao público aquilo que ele pede e com qualidade.

Capítulo V - Estudo de caso

Ao longo deste capítulo é analisado a metodologia utilizada até compreender a capacidade de o jornalista em lidar com a pressões e abordar os temas com imparcialidade.

Primariamente irão ser apresentados o tema e o problema investigados. Numa segunda fase irá ser explicada a metodologia de trabalho que permitiu o levantamento de informações uteis. De seguida será exposto o universo de estudo, ou seja, tudo aquilo que serviu de auxílio à concretização deste estudo.

5.1. Tema e Problema

De forma a entender de que forma é que os jornalistas desportivos tendem a realizar a sua tarefa da melhor forma proponho-me a explorar o tema: Capacidade que o jornalista tem para lidar com pressões ao mesmo tempo que aborda os temas com imparcialidade. Desta forma é importante compreender o seguinte problema: De que forma é que os jornalistas de desportivos reagem a eventuais pressões internas ou externas?

Para responder ao problema proposto foi analisado uma série de jogos, tanto em canais imparciais (RTP e Sporttv) como parciais (Sporting TV). O objetivo inicial é perceber a método padrão de um jornalista desportivo na hora de relatar um evento. Tendo um ponto de referência a investigação vira-se para análise comparativa entre canais com diferentes diretrizes.

O que se pretende, no fundo, é perceber a diferente atitude que os dois meios (parciais/imparciais) apresentam. Apesar dos profissionais apreenderem os mesmos princípios, será que ambos apresentam a mesma coerência de ideias?

5.2 Estágio

5.2.1 Instituição



Figura 2: Logotipo da empresa

A Televisão Independente (TVI) é a segunda estação televisiva de índole privada. As suas emissões começaram experimentalmente a 20 de Fevereiro de 1993. Inicialmente era identificado pelo número “4” que representava exatamente a sua posição como 4ª rede nacional de televisão.

Apenas em Outubro de 1993 é que as suas emissões passam a ser regulares. É em 2005 que ganha um novo estatuto e substitui a SIC como líder de audiências. No ano passado voltou a ser distinguida como tal passando de oito para nove anos na liderança.

De acordo com o próprio site da Média Capital, a história da TVI pode resumir-se em duas fases fundamentais, o antes e o depois da entrada da Media Capital. Entre 1998 e 1999, altura em que a empresa adquire quase a totalidade do capital da TVI, estação começou a melhorar a sua rentabilidade de forma significativa. Até então a quarta estação apresentava um fraco desempenho a nível de audiência e receitas publicitárias.

A TVI que no seu início dava um maior relevo a concursos e séries e novelas estrangeiras alterou o seu paradigma e começou a caminhar em direção à liderança, aquando inicia uma aposta na ficção nacional, talk shows e reality shows.

5.2.1. Contato prático



Apesar do meu estágio na TVI não se ter focalizado no departamento desportivo mas essencialmente no “online” decidi por interesse pessoal abordar o tema em questão. Ao longo da minha permanência de três meses nas instalações deste canal televisivo tive a oportunidade de entrar em contato com as metodologias habituais da redação. A mesma encontrava-se dividida por áreas. Desde política a economia passando por desporto, cada grupo especializado encontrava-se setorizado.

Eu fazia parte de um grupo de cerca de 8 pessoas diariamente que focalizavam a sua atenção para o site da TVI24.

O site encontra-se dividido em 12 seções, das quais “acredite se quiser” e “tecnologia” foram onde dei um maior contributo.

A primeira seção trata assuntos de um certo cariz humorístico. Muitas vezes estas notícias resultavam de uma análise a um vídeo ou imagem em questão. Mas nem sempre, por vezes eram também elas notícias vindas de outros grupos mediáticos. Nestes casos era imprescindível fazer referência à sua fonte ⁽¹⁾.

Figura 3: Entrada da TVI

O setor de “Tecnologia” era também ele fruto de uma investigação prévia e posteriormente era trabalhada para que o seu conteúdo pudesse ser adicionado ao site.

Das ferramentas de gestão de conteúdos utilizados pela empresa sobressai a plataforma “backoffice”. Todos os pormenores eram ultimados ali. Com uma vasta biblioteca de imagens, facilmente se reunia as condições para que as notícias fossem realizadas e editas. Inicialmente escrevia o conteúdo. Delineava o título, subtítulo e texto ao qual adicionava a respetiva imagem, hiperligações e procedia conseqüente adição de assuntos relacionados. Por fim esse trabalho era direcionado até à editora que depois de rever e corrigir eventuais lacunas disponibilizava online.

Apesar de não ter realizada muitas mais tarefas, do que as acima referidas tive a oportunidade de me envolver no processo de desenvolvimento de um acontecimento que tinha acabado de acontecer. Depois de ter chegado a informação à redação, os responsáveis pediram-me para verificar junto das entidades competentes as características do incidente. Os mesmos aconselharam-me sobre as linhas telefónicas que facilmente teriam acesso aos dados e a forma como devia de tratar as mesmas.

Sem se ter tornado rotineiro percebi a forma como um jornalista de redação efetua o seu trabalho a partir de um local estático.

5.3. Metodologia

Com o intuito de explorar o problema proposto acima foi utilizado o método qualitativo, à base de análise de conteúdos, observação direta e entrevista. A observação direta foi resultado de

uma extensa análise de eventos desportivos tendo especial atenção ao discurso do jornalista e comentador. A entrevista foi realizada a Nuno Matos ⁽²⁾, jornalista desportivo da estação de rádio antena 1. Ainda recentemente ganhou a distinção “narração do ano” entregue pela televisão brasileira Globo. No que diz respeito à análise de conteúdos vários foram os vídeos complementares que ajudaram à realização deste estudo.

(1) Em anexo seguem alguns exemplos de conteúdos (A,B,C) que introduzi na plataforma TVI24.

(2) A entrevista ao jornalista Nuno Matos encontra-se no CD que segue com o relatório.

5.3.1. Universo estudado

Entre variados manuais de grande importância para o desenvolvimento deste projeto, alguns tiveram uma maior relevância que outros. “Sports Journalism - A Practical Guide” de Phil Andrews; “Sports Journalism Context and Issues” de Raymond Boyle e o “Ensaio sobre o Jornalismo” de Josenildo Luiz Guerra apresentaram-se como fundamentais.

Para além de uma investigação de cariz mais teórico, foi observado uma série de eventos desportivos, que me permitem explorar dois aspetos distintos. Por um lado entender o padrão adotado pela maioria dos jornalistas desportivos e por outro perceber se existem diferenças entre profissionais que trabalham em canais com ideais distintos.

No que à entrevista diz respeito, o escolhido foi Nuno Matos, jornalista desportivo da estação Antena 1 e colaborador da SportTv. Ele que foi distinguido ainda este ano pelo programa “Globo Esporte”, do canal de Televisão Globo, como autor da “narração do ano” de um jogo de futebol.

5.4. Preparação

A maioria dos jornalistas que acompanham um evento desportivos trabalham grande parte das vezes em conjunto com outros intervenientes. Comentaristas e/ou especialistas são exemplos.

Um mero jogo de futebol requer horas de preparação. Os grupos mediáticos responsáveis pela transmissão de qualquer encontro devem ter em seu poder todo o tipo de informações, de preferência dentro das próprias cabeças. Comentários ao vivo requerem uma exigência elevada, na medida em que solicitam uma reação imediata, onde muitas vezes não há tempo para pesquisar referências.

É essencial aos comentaristas reconhecerem os jogadores e todos os outros intervenientes presentes. Apesar da distinção permitida pelos números nas camisolas dos jogadores, ainda assim por vezes é complicado distingui-los.

Em alguns desportos essa distinção é inexistente. Ao contrário do futebol, atletas de outras modalidades podem por vezes não ser identificados por um número, nesse caso, os comentaristas devem conseguir identifica-los através da visão.

Certos comentadores optam por criar estratégias próprias. Em certos casos os jogadores são reconhecidos pelo seu estilo e/ou indumentária, como é o caso do calçado, do peso, da altura ou de outra qualquer particularidade individual.

Identificar os intervenientes é um requisito básico, contudo não é o único. Caso um dos referenciados intervenha na partida de forma decisiva, poderá ser necessário explicar a situação. Momentos em que os relatores e comentadores aproveitam para referir outros fatores de relevância sobre o indivíduo em causa.

É também costume, os comentadores retirarem algumas anotações sobre cada jogador. Os golos, os quilómetros percorridos, o registo disciplinar, o número de internacionalizações, as equipas onde jogou, entre demais aspetos, de forma a criar uma espécie de portfólio, para referenciar futuramente.

5.4.2. Relação entre os intervenientes mediáticos durante um evento desportivo

A equipa responsável por relatar uma partida é geralmente composta por um jornalista profissional, cujas competências básicas se focam nas palavras, e um comentador, muitas vezes ex-jogadores ou treinadores, escolhidos pelo conhecimento técnico-tático do jogo.

Apesar de um reconhecimento menos aprofundado sobre o jogo que os seus companheiros, é exigível aos jornalistas que alberguem algum conhecimento especializado do desporto que estão a cobrir.

Acompanhar um evento ao vivo é distinto da maioria das outras formas de transmissão jornalística. Esta especificidade consiste, grande parte das vezes, em conversa espontânea.

Apesar dessa espontaneidade requerida, os telespetadores esperam que o conteúdo transmitido vá de encontro com as normas jornalísticas, esperando por parte do jornalista, uma linguagem imparcial, objetiva e exata.

“Embora a ação em si, muitas das vezes, seja forte o suficiente para manter o interesse do público, mudanças regulares de voz por parte dos comentadores pode, por vezes, entediar o público. Os melhores comentários muitas vezes sentem-se no momento em que o ouvinte sente que está a ouvir uma conversa entre dois interessados e conhecedores do desporto

em causa. Contudo, a rádio e a televisão colocam novos desafios aos comentadores”
(Andrews, 2005, p.142)

No caso da rádio, a principal função dos comentadores é descrever o evento para os ouvintes, permitindo-lhes imaginar o que está a acontecer.

Na medida em que o silêncio durante uma transmissão em rádio é inconcebível os responsáveis pela mesma devem estar munidos de informação, previamente recolhida, de forma a preencher lacunas que possam surgir durante a análise do jogo.

De acordo com Phill Andrews (2005), o melhor comentário de rádio “simula a emoção que um adepto pode experienciar no evento, através de descrições entusiasmantes dos momentos chave”.

Na televisão é um pouco diferente. Sendo que os telespetadores podem acompanhar visualmente a ação, o *modus operandi* dos comunicadores difere. Em certos momentos o melhor “é deixar a ação falar por si, com os comentadores simplesmente a intervir cirurgicamente, nomeando apenas os jogadores com a bola ou fornecendo informações que irão aumentar o entendimento do público” (Andrews, 2005, p.143).

Apesar de uma intervenção mais “elástica”, por assim dizer, não quer dizer que a preparação dos intervenientes em questão deve ser menos completa, muito pelo contrário. Sendo que normalmente os eventos desportivos são acompanhados em conjunto, os telespetadores têm tendência a realçar os erros e expor as suas críticas sobre algum comentário.

“Jornalistas desportivos bem-sucedidos são capazes de fazer bom uso de uma linguagem mais complexa, em concordância com outros elementos que apresentam outras faculdades e dentro das limitações que lhe são impostas pela tecnologia com a qual trabalha” (Andrews, 2005, p.143).

É importante realçar que a preparação de quem dirige a transmissão de uma partida, de qualquer tipo de desporto, deve responsabilizar-se pela transferência de uma informação de qualidade, resultante de uma preparação prévia.

Desta forma ao verificarmos se esta relação é realmente posta em prática podemos reparar na estratégia adotada pela rtp1, durante os jogos entre a França e a Alemanha e o jogo que opôs o Brasil à Colômbia, ambos referentes aos quartos-de-final do Campeonato do Mundo de 2014.

5.4.3. Interatividade Relator/Comentador

"Comentador é para comentar, isto é, o narrador devia única e exclusivamente narrar, reportar-se aquilo que está a ver, podendo emitir a sua opinião, não em excesso porque senão vai entrar no trabalho do comentador e as coisas ai confundem-se um bocado (...) depois o comentador complementa o nosso trabalho com a análise geral" (N. Matos, comunicação pessoal)

De forma a entender a forma como os dois habituais intervenientes na locução de uma partida, Jornalista e comentador, interagem podemos olhar para uma série de jogos transmitidos pela RTP aquando o Mundial de Futebol deste ano.

No jogo realizado a 4 de julho de 2014, entre a França e a Alemanha, o jornalista RTP teve a seu lado o comentador e editor do jornal *Record* António Tadeia.

Nos instantes que antecederam a partida o comentador começa por realçar uma das qualidades da equipa germânica.

"Adversário maduro experiente e que com estas alterações poderá ter um maior domínio". Esta afirmação posteriormente explicada, pelo mesmo interveniente, relaciona-se com o histórico da equipa em mundiais, sendo que desde 2006 não perde antes das meias-finais. Esta intervenção serve desde logo para mostrar que existiu um planeamento prévio de António Tadeia, no que ao histórico germânico na competição diz respeito.

Já com alguns minutos percorridos no jogo, um ataque promissor dos alemães fez com que os dois intervenientes se complementassem. "Corta a França sem cerimónias" disse o locutor. Logo de seguida António Tadeia afirmou que "fica desde já o aviso por parte da Alemanha".

Ao longo dos três primeiros minutos de jogo, o jornalista praticamente limitou-se a distinguir os jogadores que se encontravam com a posse da bola.

Um pouco mais à frente no jogo a relação jornalista-comentador fez-se notar de forma mais evidente. "Khedira a chegar perto dos avançados", venceu o jornalista que foi imediatamente complementado por Tadeia. "Sim é importante que alguns jogadores cheguem à frente para ajudar quem ataca", explicou.

À medida que o tempo passava reparava-se na função de relator em transmitir ao fielmente ao público, aquilo que estava diante dos seus olhos. Na outra “cadeira” podíamos ouvir ideias mais aprofundadas, neste caso de António Tadeia, que explicava as várias variantes do jogo.

Reparemos em algumas das expressões utilizadas por Tadeia. “Apesar de tudo a Alemanha está a defender mais atrás do que a França. Baixa mais as linhas”. “Griezman, o homem da real sociedade, 23 anos, é a quinta presença na seleção principal da França”. “Comparando com a primeira parte, já tivemos muitos lances onde Matuidi parece ser solicitado”.

Apesar de não ter explicitamente técnico, a interpretação utilizada por este intérprete ao longo do jogo “foge” um pouco da área de ação do jornalista. Tadeia tentou sempre oferecer o seu conhecimento especializando, complementando, por vezes, a ação mais simplista do jornalista.

Em comparação, o jornalista representou o seu trabalho de informador, tendo inclusive, adicionando elementos históricos à sua narrativa, como foi exemplo o momento em que refere que “a França tenta lutar contra a história, em 82 e 86, contra a RDA”.

No jogo entre o Brasil e a Colômbia, dirigido pelo jornalista Carlos Daniel e o antigo treinador do Futebol Clube do Porto Vitor Pereira, a metodologia utilizada foi semelhante.

À pergunta de Pedro Daniel, questionando a opção do selecionador brasileiro em optar pelo jogador Maicon em detrimento de Daniel Alves, Vitor Pereira colocou-se no papel de Scolari afirmando que este “talvez não esteja contente com o desempenho do jogador nos últimos jogos”.

Mais à frente o jornalista voltou a esclarecer alguns dados estatísticos referentes ao confronto entre ambas as equipas. Um caso representativo foi o numero de vezes que o defesa central brasileiro representou a sua seleção, mas não só.

“Repito este dado estatístico. Nunca a Colômbia venceu o Brasil, no Brasil e já la vão 25 jogos”. “Primeiro golo de Tiago Silva neste mundial. Tem agora três pela seleção, no dia em que faz a sua 51ª internacionalização”, acrescentou.

Ainda assim, por vezes foi possível verificar uma maior “elasticidade” por parte de Pedro Daniel ao longo do jogo. O jornalista reagiu instintivamente a uma falta. Falta essa que caracterizou quase de imediato como “obstrução claríssima”. Para além de não ser arbitro,

Pedro Daniel deveria ter sido mais comedido no seu discurso, sendo que raramente as faltas são unânimes para quem as vê.

Após dois jogos analisados em canal aberto, o penúltimo jogo desta competição foi acompanhado através da Sporttv. Para disputar o último lugar do pódio, o Estádio Nacional Manuel Garrincha acolheu a equipa da casa e a Holanda. Com as equipas preparadas para entrarem no terreno de jogo o jornalista começa por referir algumas curiosidades acerca de ambas as equipas. O historial do jogos dos dois conjuntos até chegarem a esta fase foi um dos exemplos.

Na altura em que as seleções subiam ao relvado e as camaras realizavam uma panorâmica do Estádio, o jornalista aproveitou o momento para explicar que aquele campo “juntamente com o Maracanã recebeu o maior número de partidas” explicando ainda que o Brasil jogava ali “pela segunda vez no torneio sendo que a Holanda ainda não tinha pisado” aquele relvado. Mais uma vez se repara, através das informações transmitidas, numa preparação prévia que consequentemente demonstra, por parte dos comunicadores, um conhecimento aprofundado de toda a envolvência do evento.

Depois de algumas trivialidades relevantes o relator apresenta Luis Freitas Lobo, que o acompanhou desde então nos comentários.

Mais uma vez se notou no papel o jornalista cingindo-se a pautar as incidências do jogo, enquanto pelo meio o comentador aproveitava para ir explicando a composição e as alterações táticas de ambas as equipas.

Em comparação com os outros jogos o verificou-se uma diminuição nas intervenções referentes ao comentador, tendo tido o jornalista uma interferência bastante vincada em relação ao seu parceiro.

Durante o jogo, corria o minuto 25, o jornalista achou pertinente colocar uma serie de questões a Luis Freitas Lobo. Será que o “desgaste emocional é muito mais difícil de superar que o próprio desgaste físico? Os holandeses queixaram-se muito de terem menos um dia de descanso relativamente ao Brasil, passaram inclusive por mais 30 minutos e uma serie de penaltis. Mas afinal estamos a ver uma holanda solta a trocar a bola rápida, com disponibilidade física e um Brasil mais agarrado ao relvado”. Freitas Lobo acabou por oferecer a sua perspetica dizendo que para já estava a ser assim “contudo essa questão física costuma refletir-se mais na segunda parte, a meio da segunda parte, e o jogo tem muito para dar, o Brasil pode reduzir e o jogo vira completamente, portanto essa questão física ainda não está posta de parte e acho que pode ser muito importante no decorrer da segunda parte”.

A relação entre os dois comunicadores fica aqui explicitada. A forma como se complementam e acrescentam informação útil é uma das virtudes que estas duplas conseguem oferecer a quem se encontra interessado em acompanhar as partidas.

A linha de tratamento utilizada em todas as transmissões analisadas demonstra a existência de duas posições distintas com responsabilidades igualmente diferenciadas. Apesar de disposições vincadas, ambos apresentam um saber extenso não só dos jogos em causa, jogadores e/ou historial como dos próprios eventos organizadores, entre outros fatores. A complementaridade fornecida pela figura do comentador acaba por se tornar essencial na medida em que juntam o conhecimento especializado a uma informação objetiva e visual do relator.

Tal como Nuno Matos admite ainda assim que é complicado a um jornalista conseguir afastar-se totalmente daquilo que é a responsabilidade do comentador, até porque como ele diz “nós também gostamos de dar a nossa opinião”. Contudo esclarece que por vezes esse “vício que se cria” é mau e em exagero pode confundir.

“As mulheres no mundo do futebol e no jornalismo desportivo têm um pouco mais de dificuldades para se imporem. Ainda há essa parte negativa por parte de quem olha para as mulheres com ar de desconfiança de que elas podem não conseguir fazer um bom trabalho” (N. Matos, comunicação pessoal)

Quem ainda enfrenta algumas dúvidas são as mulheres que tentam investir por este caminho. Apesar de não existir nenhuma regra que proíba as pessoas do sexo feminino praticar jornalismo desportivo, essa imagem não agrada por completo a quem maioritariamente vê futebol, ou seja, os homens. Contudo já se começa a ver algumas mulheres a caminhar a passos largos para alterar esta perspetiva machista. Na TVI podemos acompanhar a jornalista Claudia Lopes a dirigir alguns programas daquela estação e a Maria Leonor da Antena 1 que em tempos chegou a fazer alguns relatos desportivos.

5.4.4. Objetivo sim, mas diferente

“Tu tens que trabalhar para quem? Tens que trabalhar para as pessoas ou é preferível que eu faça um relato chato, cinzento ou monótono. Tu tens que oferecer alguma coisa às pessoas, porque se não ofereceres alguma coisa às pessoas, vão dizer que este tipo é altamente chato, portanto vamos desligar o rádio. Eu não quero isso” (N. Matos, comunicação pessoal)

Tal como já foi abordado neste do relatório, o aspeto económico no desporto foi despontando aos poucos. Hoje existe uma enorme necessidade de tornar os produtos vendáveis.

É com o público na cabeça que são idealizados os conteúdos. O intuito é atrair o maior número de pessoas e consequentemente alcançar os lucros subjacentes. É preciso cativar. Caso os telespetadores ou os ouvintes não se aliciem com o discurso de quem transmite a partida podem mudar de canal ou desligar a rádio. Nos dias de hoje é fundamental a estes profissionais adotarem um perfil dinâmico. Nuno Matos admite ter um estilo mais apaixonado. Vê-se como um locutor muito ativo, com uma enorme dedicação por aquilo que faz para além da intensidade que proporciona às suas narrações. O seu estilo dinâmico já lhe valeu inclusive uma distinção internacional.

“Ainda agora estive no campeonato do mundo e as pessoas na rua, apesar de eu ser um relator desportivo, conheciam-me. O que é extraordinário porque o meu trabalho foi altamente divulgado na mídia brasileira. As pessoas também ficaram a saber quem é aquele narrador português que gritou os golos do Ronaldo e que tem uma entrega um bocadinho diferente ao seu trabalho” (N. Matos, comunicação pessoal)

Durante uma entrevista realizada pelo programa brasileiro “Redação” a Nuno Matos, este revelou o segredo que faz com que o festejo dos seus golos sejam tão requisitados no YouTube e nas redes sociais. “Eu entrego-me de forma apaixonada e quando estou a fazer o meu trabalho, entrego-me totalmente àquilo que estou a fazer e procuro também viver as emoções dos jogos”.

5.5. Impossibilidade de ceder a pressões

“Tens que ser altamente imparcial no trabalho que desenvolves. Não podes estar a puxar por um ou por outro clube. Tens que te limitar a descrever aquilo que estás a ver, ser rigoroso, objetivo e depois tens que ter o teu estilo, mais efusivo, menos efusivo mas acima de tudo tens que ser imparcial para que o teu trabalho seja respeitado. Acima de tudo há um código deontológico que tem que ser respeitado” (N. Matos, comunicação pessoal)

De há um tempo a esta parte várias foram as equipas desportivas que decidiram explorar o mercado televisivo. Como já tivemos a oportunidade de explorar, o desporto e em especial o

futebol tornaram-se um grande atrativo social. Desta forma podemos compreender o desenvolvimento destes canais na medida em que podem, de uma maneira ou de outra, oferecer mais-valias aos clubes.

Em Portugal o caso mais exemplificativo do aproveitar deste meio é a *Benfica TV*. Os responsáveis pelo canal compraram os direitos televisivos da liga mais vista do mundo, falo da Premier League (1ª liga Inglesa), e apenas "sete meses depois de iniciar as suas emissões como canal Premium, a *Benfica TV* ultrapassou os 300 mil subscritores". De acordo com palavras do presidente do Clube, Luís Filipe Vieira, a *Benfica Tv* já tinha a 27 de Maio de 2014 receitas a rondar os 30 milhões de euros.

"Eu percebo que um jornalista que trabalhe na *Benfica Tv*, na *Sporting Tv* ou no *Porto Tv* tem mais dificuldades em ser isento. Não está a prestar um grande trabalho jornalístico mas eles sabem disso, estão altamente condicionados. Sabe-se bem para quem é que eles trabalham, quem são os seus patrões. Eles tem dificuldades de colocar em prática as regras do código deontológico, a tal isenção e a tal imparcialidade. Aí o jornalista está altamente limitado e pressionado na sua profissão" (N. Matos, comunicação pessoal)

Em mais um dos jogos, de escalões inferiores, transmitidos pelo canal oficial do Sporting Clube de Portugal, o jornalista Carlos Dolbeth() exprimiu a sua revolta perante o lance entre dois jogadores.

O jornalista começa por analisar simplesmente a jogada. "Lisandro Semedo (jogador do Sporting) não passa. A bola vai para fora é do Sporting". Ao aperceber-se que tinha sido marcada uma falta a Lisandro Semedo por ter carregado o seu adversário em falta, Carlos Dolbeth reage. "Aquele atirou-se para o chão, diz que Lisandro lhe tocou no estomago. Até acho que lhe tocou". Após verificar a repetição em camara lenta, o jornalista vai mais longe. "Isso não é nada, isto é um palhaço, não é um jogador de futebol. Isto é uma palhaçada, com todo o respeito que merecem os palhaços. Isso não é nada. Aquilo que ele queria conseguiu. Cartão amarelo para o jogador do Sporting".

Após ser mostrado o cartão ao jogador em causa Dolbeth volta a criticar, desta vez o árbitro. "Ó Arbitro, ao bocado não deste amarelo quando ele sofreu falta, estás a rir-te de quê? Há bocado o rapaz sofreu falta não mostras-te e agora pela palhaçada do miúdo já dás. Ele tem a escola toda".

Este discurso adotado pelo locutor do canal pode de certa forma ferir suscetibilidades. As palavras do jornalista acabaram por ter alguma repercussão nas redes sociais, ainda assim,

esse efeito poderia ser maior caso este acontecimento tivesse acontecido em canais, ditos, não clubísticos.

Este exemplo vai de encontro com a opinião referida acima de Nuno Matos, em que os jornalistas de canais clubísticos encontram dificuldades para colocar em prática as regras do código deontológico, mais concretamente no que toca à isenção e à imparcialidade.

5.5.1. Um caso à parte

“Quando são jogos da seleção nacional eu visto a camisola. Quando joga o Sporting, o Benfica ou o Porto com um clube estrangeiro eu visto um bocado a camisola. Eu puxo para que a equipa portuguesa ganhe contudo isso não via interferir na minha análise. Apesar de eu querer que os clubes portugueses ganhem isso não vai interferir na forma como eu estou a abordar o jogo, isto é, eu procuro ser igualmente rigoroso, objetivo e fazer o meu trabalho com rigor mas realmente admito que quando é especialmente a seleção nacional também visto a camisola. Isso acontece aqui e acho que acontece em todo o mundo” (N. Matos, comunicação pessoal)

O comunicador da antena 1 revela que existe um caso à parte. Essa altura acontece quando a Seleção Nacional entra em campo, mas não só. Quando existem competições europeias, o autor do festejo do golo de Cristiano Ronaldo pela seleção que correu o mundo aceita que exista uma posição, de certa forma, nacionalista para com as equipas portuguesas. Apesar de defender esta ideia, esses momentos não podem transgredir o plausível e o trabalho tem que ser igualmente rigoroso e objetivo.

Nuno Matos dá o exemplo de uma das cadeias televisivas mais reconhecidas no mundo. “Se olharmos para a BBC, que é a escola de rádio e televisão, eles quando fazem os relatos dos jogos da seleção inglesa estão ali a puxar”. O que com isto Matos pretende mostrar é que esta fórmula é realizada em todo o mundo e “ninguém leva a mal”, contudo não é desculpa para largar os princípios base do jornalismo.

“Não sei se existe um ideal. Sei que é muito difícil estares a fazer um relato de um jogo de Portugal. Se for penalti tu tens que dizer que é penalti, se for falta contra Portugal, tu tens que dizer que é falta ou não é falta” (N. Matos, comunicação pessoal)

Esta tendência tal com o locutor refere não visa desprender o profissional das suas responsabilidades apenas porque as equipas portuguesas defrontam outras de países

diferentes. O que acontece é a criação de um ambiente propício e acolhedor sem que com isso a objetividade, a imparcialidade e a isenção sejam afetadas. Se um jogador português faz falta é isso que o relator deve transmitir, não deve contrariar essa ideia apenas porque é o seu país que está em jogo.

“Se calhar em termos deontológicos podia ser diferente, mas é muito complicado distanciarmo-nos quando joga a seleção nacional. Rigoroso no trabalho, imparcial na forma como apresento os lances mas em determinados momentos é complicado existir esse distanciamento” (N. Matos, comunicação pessoal)

Na análise à partida de Ténis que opôs o português João Sousa e o francês Gael Monfils verificou-se essa tendência. Já numa fase avançada do jogo, em que o português vencia com alguma vantagem, o jornalista Sporttv exprimiu-se dizendo que “é mesmo o segundo break para o jogador português, à avançar para 3-0 neste segundo set, segundo set que como eu disse há pouco corre o risco de ter um sentido, felizmente, para o lado português”. No jogo da ronda seguinte, o jogador português enfrentou o belga David Goffin, numa partida que o último iria mesmo eliminar Sousa. Também aqui se repara num certa dificuldade por parte do jornalista em distanciar-se do aspeto nacionalista. Logo após a última jogada do encontro e numa altura em que o belga já se encontrava em festejos, o relator reconheceu que “Infelizmente para todos nós (portugueses), temos que admitir que é uma vitória justa de Goffin, conseguiu explorar um ténis mais eficaz”.

Embora não se trate de uma competição de futebol, onde a ação mediática é muito maior, este exemplo do tenista português serve exatamente para demonstrar que este discurso é transversal a todas as modalidades. Para entender melhor esta ideia Nuno Matos coloca a pergunta no ar “Querem que eu festeje com a mesma intensidade o golo da Inglaterra e o de Portugal?”. Esta fórmula resulta nestes casos específicos ainda assim a emoção nunca pode interferir com o discernimento na análise dos lances.

Ainda mais recentemente, no Campeonato Europeu de Tenis de Mesa ⁽¹⁾ transmitido pela Sporttv o jornalista entra mesmo em êxtase ao festejar a vitória da seleção portuguesa. Durante a comemoração o relator exprimiu-se entusiasticamente gritando por três vezes “Somos campeões da europa” e outras três “Portugal”.

5.6. Televisão versus Rádio

Dois meios, duas atitudes distintas. Para quem já trabalhou nas duas plataformas sabe que há uma diferença significativa entre ambas. Existem particularidades de cada uma que faz da sua transmissão especial.

“Eu também sou colaborador da Sporttv e sei distinguir uma narração radiofónica e uma televisiva. Em televisão escusas de ser tão descritivo porque a imagem já fala por si, na rádio não, tens que descrever mais, tens que criar as imagens para as pessoas verem bem o jogo. Depois cada narrador tem o seu estilo, a sua forma de apresentar, uns são mais descritivos outros são mais efusivo, mas cá está depois temos a isenção, o rigor, não há que ceder a pressões, há que mostrar imparcialidade. Esse é o nosso trabalho” (N. Matos, comunicação pessoal)

Existem máximas que prevalecem seja o meio que for. Nuno Matos conhece as duas realidades e destaca a força dos dois. Uma mais visual outra mais descritiva. É conforme a plataforma que o discurso se altera. Enquanto para um não é necessário um relatório tão pormenorizado noutro esse aprofundamento tem que acontecer. No caso específico deste comunicador a rádio apresenta uma essência única. Exemplo disso foram as cartas de ouvintes especiais que fizeram chegar as suas palavras ao locutor português.

“Uma vez recebi umas cartas de uns invisuais que me agradeceram pelo trabalho que eu desenvolvo, onde diz que eu os ajudo a ver o jogo, isto é, a gostar de verem futebol e eu ajudo realmente estas pessoas a terem a paixão pela rádio”, lembrou.

Dando esta situação como exemplo Matos sublinha que a rádio “ao contrário do que se diz não está morta, está com pujança, agora o mais importante é saber comunicar com as pessoas”.

Para que não haja dúvidas da força da rádio, essencialmente, no âmbito desportivo a Antena 1 tem hoje um programa, chamado “Tarde Desportiva”, que é ouvido por mais de 300 mil pessoas, ao domingo à tarde. Esse número supera a audiência de alguns conteúdos televisivos.

Após uma análise comparativa ao primeiro golo do jogo do dia 26 de Outubro de 2014 entre o Sporting e o Porto verifica-se que existem certas diferenças.

“Aí está Nani a empolgar-se vai para a área, atenção perigoso, vai ganhar o ressalto, dá para a zona de finalização, pode haver cruzamento, atenção sai o guarda-redes, o remate e o golo”.

“Agora uma intervenção já de Nani, atenção, a tentar furar Nani, vai aparecer quem? É um homem do Sporting, vai sair da baliza Fabiano, o cabeceamento para o golo”.

(¹) Os últimos momentos da partida encontrasse em anexo no suporte digital.

A primeira descrição do lance, realizado da rádio ⁽¹⁾, verifica-se aquilo que tem sido dito acima. Uma explicação bastante descritiva que ofereceu informação suficiente para que o ouvinte conseguisse criar a imagem mental da jogada. Começam por explicar uma mudança de atitude por parte do jogador do Sporting Nani, a existência de um ressalto antes do golo, o passe para uma zona de perigo, o cruzamento, a saída do guarda-redes e por fim a finalização.

Já na segunda, através da televisão, o jornalista fez uma explanação da jogada menos abrangente. Enquanto na rádio existe referência a um ressalto, um passe perigoso e um a cruzamento, na TV esses elementos não são relatados.

"A bola vai para o lado direito, aí está o Porto, atenção, aproximação da área, há Danilo solto na área para cruzar, já cruzou, golo".

"Agora Tello, Danilo a aparecer, atenção a Danilo, agora já na grande área, pode ser perigoso, cruzamento de Danilo e o golo".

Já neste segundo golo, a informação praticamente não difere, ainda assim, algo solta ao ouvido, neste caso. A intensidade que o jornalista radiofónico pratica é superior à do seu colega.

Apesar de algum receio e de algumas ameaças apontarem para um desfecho infeliz por parte da rádio, esta tem sabido aproveitar o seu estatuto. As constantes adaptações fazem deste meio uma paixão, não apenas para quem trabalha com ela mas também para os assíduos ouvintes. É certo que é mais confortável assistir a um qualquer evento desportivo sentado no sofá contudo quem não tem essa possibilidade não irá ficar desiludido com as emoções fortes de que a rádio é perita em transmitir.

"Esta geração de relatores vieram ajudar muito a que a rádio voltasse a ter a pujança, nós na forma como abordamos hoje o relato desportivo conseguimos cativar e trazer novamente para esta área muitos jovens, muitas mulheres. A rádio estava um pouco estagnada, o relato desportivo estava a estagnar, agora esta geração conseguiu novamente catapultar a rádio e o relato desportivo para um bom patamar" (N. Matos, comunicação pessoal)

Numa altura em que o relato desportivo não reagia às novas exigências, uma nova geração de profissionais foi capaz de catapultar não só o relato desportivo como a própria rádio.

⁽¹⁾ O relato dos dois golos da partida encontrasse em anexo no suporte digital.

Comparando os tempos, reparamos realmente numa mudança de paradigma. Enquanto antigamente o relato se fazia de forma monótona, mesmo nos tempos de Artur Agostinho esta prática tinha pouco de entusiasta. Neste momento assistimos a relatos que ficam gravados na memória pela carga emocional que causam.

Um dos aspetos relevantes em Portugal é a inexistência de transmissão de jogos do campeonato português em canais de sinal aberto. Lacuna essa que não se evidencia na rádio, visto que não só os grandes jogos da jornada como por vários vezes são transmitidos relatos de equipas de escalões secundários.

5.7. Não existem jornalistas de segunda categoria

Em tempos pensava-se que os jornalistas desportivos encontravam-se desenquadrados dentro das próprias redações. Contudo o tempo tem vindo a mudar e essa visão já não se coloca. Certamente que os tempos são diferentes e as novas tecnologias tiveram um papel fundamental na forma como o espetador e/ou ouvinte acompanham as últimas do desporto. Como vimos, esta área foi ganhando uma relevância enorme, principalmente a nível mediático. Esta evolução fez com que aqueles que tratam deste departamento fossem vistos como essenciais, contrariamente à ideia inicial.

“Não existe jornalistas de primeira ou de segunda. Somos todos jornalistas. Agora importa saber se o relato desportivo é ou não um ato jornalístico. Eu acho que sim. Nós temos que ser descritivos, factuais, é verdade que recorremos a algumas figuras de estilo, aplicamos algumas hipérboles e também usamos essas formas de entretenimento no relato. Agora, nós estamos a ser descritivos, mas claro que este é um tema polémico” (N. Matos, comunicação pessoal)

Apesar de o seu estatuto ser indiscutível, exista ainda quem coloque em causa o relato desportivo como ato jornalístico. De acordo com o relator da antena 1, Nuno Matos, o relato desportivo é um ato jornalístico na medida em que o profissional reporta aquilo que está a ver. Agora esse trabalho tem que ser realizado sempre com profissionalismo e com o rigor que caracteriza a profissão. Ainda assim admite que este processo é acompanhado com algum entretenimento. Essa enquadramento é facilmente reconhecido, tal como admite Matos “vamos buscar muitas figuras de estilo, hipérboles e temos realmente uma forma de

apresentar o nosso trabalho um bocado diferente”. O reconhecido comentador vai mais longe e diz mesmo que o relato desportivo é o trabalho jornalístico “com maior carga emocional que alguma vez tenha feito”.

“O jornalismo desportivo é específico, como a saúde é uma área específica. O relato desportivo é um dom, por muito que queras treinar se não tiveres aquele dom tens muita dificuldade. Os jornalistas desportivos já mostraram que estão capacitados para, se for necessário de um momento para o outro poderem fazer uma reportagem de saúde ou economia e não envergonham, pelo contrário, estão perfeitamente à vontade para dar uma resposta perfeitamente eficaz. Ao contrário, o pessoal de outras áreas tem mais dificuldade em entrar na área desportiva, porque é uma área específica. Nós temos mais facilidade em nos adaptarmos a outro tipo de áreas do que propriamente ao contrário” (N. Matos, comunicação pessoal)

O que parece uma área frágil acaba por ser, na ideia de Nuno Matos, uma das mais ágeis dentro das redação. A especificidade do desporto acaba por esbarrar, muitas das vezes, no pouco interesse que certos profissionais denotam por este campo. Essa postura pode, muitas das vezes, atrapalhar na medida em que existem regras e linguagens específicas que desconhecem.

Ao contrário o problema já não é tão acentuado. De acordo com Matos os jornalistas desportivos demonstram uma perfeita capacidade para oferecer uma resposta eficaz dentro de qualquer outro tipo de conteúdos.

Conclusão

O jornalismo desportivo é para muitos o melhor suporte de informação que têm ao seu dispor, contudo esta área levanta algumas incertezas. Esses aspetos são fruto de uma maior agilidade de processos que este departamento foi apreendendo. Apesar de termos evoluído no tempo e os conteúdos mediáticos terem acompanhado estas mesmas modificações, alguns elementos ainda não estão totalmente assentes.

Assuntos de cariz desportivo enfrentam sempre algum fundo de relatividade, o que para muitos é real para outros não é. Existe portanto, por estes dias, uma necessidade de estabelecer alicerces e delinear os seus fundamentos. Seja na forma como os conteúdos são trabalhados, mas também como são transmitidos.

Com o aparecimento de estações televisivas ligadas a clubes, a credibilidade dos profissionais desta área tem sido posta em causa. O simples fato de insistentemente apoiarem nos seus relatos a equipa “da casa” faz com que certos princípios sejam quebrados “minuto a minuto”.

Certamente que sem limitações exercidas por entidades superiores este assunto controverso não se irá resolver por si. Desta forma, é importante que surja um movimento que vise regular a ação dos jornalistas que representam estas sociedades, para que a profissão não saia corroída.

A imparcialidade e a isenção são bases exigidas que são constantemente ignoradas. Estas atitudes que parte do público aceita por representarem o seu clube afetivo são as mesmas que são descredibilizadas em praça pública, como por exemplo nas redes sociais.

A expressão empregue por Nuno Matos de que “não existe jornalistas de segunda” irá ter que ser protegida no futuro. É essencialmente no relato desportivo, mais concretamente, nos canais com direitos clubísticos que se tem que defender esta afirmação porque, de outra forma, esta classe jornalística vai, cada vez mais, ser descredibilizada.

Olhando por exemplo para comentários no Facebook, ao lance relatado por Carlos Dolbeth, já explicitado nota-se a revolta das pessoas. “Como sportinguista também concordo.. que falta de nível”, “ainda se falava dos da BTV (Benfica TV)..”, “Como sportinguista sinto-me envergonhado”. São apenas alguns dos exemplos de que certos comentários não são bem recebidos, mesmo que sejam feitos por parte destas entidades.

Existem efeitos colaterais desta recente forma que alguns jornalistas adotaram. Como foi explicado ao longo da exposição, a par de outros meios de comunicação e instituições como a

escola e a família, a televisão transparece, igualmente, valores e referências para a sociedade.

É preciso ter cuidado com a linguagem adotada. O jornalista tem um código deontológico que deve respeitar. Obviamente que o relato desportivo é um ato jornalístico menos rígido que permite um maior à-vontade a quem o dirige, contudo essa agilidade de processos deve ser sensata.

O poder dos meios de comunicação sempre foi uma arma poderosa ao dispor dos maiores que nunca hesitaram em recorrer a essa força. Uma ideia é facilmente transmitida, mesmo que seja errada e muitas pessoas não terão a capacidade para discernir o certo do errado.

Portugal é um país onde o futebol é uma das grandes paixões nacionais e onde toda a gente sente necessidade de exprimir a sua opinião. Impõe-se que alguém atue e minimize a tónica de certos comentários. É preciso respeitar não só parte da sociedade, mas toda ela. Ninguém se irá importar que durante uma transmissão feita por um destes canais os comunicadores “protejam” um pouco a equipa que representam. No entanto, o recurso a linguagem imprópria e exagerada não irá representar da melhor forma um canal televisivo e muito menos o carácter e o profissionalismo do jornalista.

Bibliografia

ABIAHY, A. (2000), *O jornalismo especializado na sociedade da informação*, Universidade Federal da Paraíba;

AGOSTINHO, A. (1999). *A arte de bem relatar futebol*. Record;

ALCOBA, A. (1980). *El Periodismo deportivo em la sociedad moderna*. Madrid, El autor;

ANDREWS, P. (2005), *Sports Journalism: A Practical Introduction*. Londres: SAGE publications;

BARBEIRO, H & RANGEL, P (2006), *Manual do jornalismo esportivo*. São Paulo: Contexto;

BRANDÃO, N (2006). *O Papel da Televisão na Educação e na Construção Social da realidade*. Revista do SNESup;

BREED, W. (1999). *Controlo social na redação: uma análise funcional*. Newcomb College, Universidade de Tulane;

CAMARGO, V (2005). *O pensamento de Antonio Alcoba e sua importância na trajetória dos estudos e pesquisas sobre o Jornalismo Esportivo no Brasil*. Palestra apresentada no NP18 - Comunicação e Esporte no V Encontro de Núcleos e Pesquisa da Intercom.

CASTRO, L. (s/d). *Comunicación deficiente, deporte deficiente*. Revista latinoamericana de comunicación. Quito, Ciespal;

COELHO, P. *Jornalismo esportivo*. 2.ed São Paulo: Contexto, 2004;

CRISTÓVAO, R. (1999). *A arte de bem relatar futebol*. Record;

FILHO, J. (s/d). *Globoesport.com e o caso de doping de jobson*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre;

- GOMES, W. (2009). *Jornalismo, fato e interesse: o fato como problema*. In W. Gomes. *Jornalismo fatos e interesses: ensaios de teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular;
- GRADIM, A. (1996). *Manual de Jornalismo*. Covilhã, Bocc;
- GUERRA, J. (s/d). *Ensaio sobre o Jornalismo: Um contraponto ao ceticismo em relação à tese da mediação jornalística*. Slavador, Facom/UFBA;
- KOVACH, B. (2004). *A verdade: O primeiro e mais confuso princípio*. In: *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. 2ª ed. São Paulo: Geração;
- LASH, S; Lash, C (2007). *Global Culture Industry*. Inglaterra: Polity Press;
- LEVINSON, P. (1998). *A arma suave*. Lisboa, Bizâncio;
- MATOS, N (2014, Setembro 14). *Entrevista cedida pelo Jornalista da Antena 1/RTP*. Lisboa;
- MARIO, L. (s/d). *Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso*. São Paulo: Atlas, 1981;
- MCLUHAN, M. (1994). *Understanding media: the extensions of man*. Massachusetts;
- MENICONI, T (S/D). *Sobre notícias e fatos: a especulação no jornalismo esportivo*. Minas Gerais, Universidade Federal de Minas Gerais;
- MORRIS, D (1981). *A Tribo do Futebol*. Londres. Publicações Europa-América;
- MUNIZ, A. *Os donos da bola*. Revista de Comunicação. Rio de Janeiro vol. 7,n. 25, p. 8-11, junho 1991;
- PERESTRELO, J. (1999). *A arte de bem relatar futebol*. Record;
- ROWE, D. (2007). *Sports Journalism - Still the toy department' of the news media*. Sage Publications
- SANTAELLA, L (1996). *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento;
- SILVA, V. (2009). *Jornalismo esportivo ou entretenimento: discussão sobre a possibilidade de uma cobertura crítica*. Brasília, Universidade de Brasília;

SILVEIRA, N. (2009). *Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas*. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul;

SIMÃO, J (2007), *Manual de jornalismo impresso*, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro;

TRAQUINA, N (2005). *Teorias do jornalismo*. Florianópolis, Insular;

YANEZ, C. (1995). *El balon puede esperar*. Revista latinoamericana de comunicación. Quito: Ciespal.

Internet:

<http://www.mediacapital.pt/p/474/hist%C3%B3ria>, consultado em 3 de Agosto de 2014;

http://www.record.xl.pt/Futebol/Nacional/1a_liga/Benfica/interior.aspx?content_id=867464, consultado em 5 de Setembro de 2014;

<http://www.maisfutebol.iol.pt/instant-replay-televisao-repeticao-tony-verna-ricardo-espirito-santo/52a4e28be4b0b8f73be3d4d2.html>, consultado em 3 de Agosto de 2014;

<http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/jornalismo-esportivo-nao-e-so-entretenimento%5B169%5D.pdf>, consultado em 28 de Agosto de 2014;

<http://www.maisfutebol.iol.pt/benfica-liga-luis-filipe-vieira-luis-filipe-vieira-entrevista-vieira-benfica-benfica-tv-benfica-tv-lucro/5384f44f0cf2ce85c9548a12.html>, consultado em 7 de Setembro de 2014;

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1815-1.pdf>, consultado em 4 de Setembro de 2014;

<http://seer.psicologia.ufrj.br/index.php/abp/article/view/734/635>, consultado em 5 de Agosto de 2014.

Anexos

Anexo A - Notícia “Campeão de Kickboxing tem Ferrari em ouro”

Campeão de Kickboxing tem Ferrari em ouro

Transeuntes que passavam junto ao carro, estacionado frente a um ginásio, paravam para tirar fotos

Por: Redação / MF | 21 de Março às 17:38



Um antigo campeão mundial de kickboxing estacionou o seu Ferrari 458 Spider, de cerca de 145 mil euros, perto ao ginásio que frequenta em Kensington, em Londres. Ao que parece, o lutador Riyadh al-Azzawi, de origem iraquiana, não se contentou com o modelo regular, e resolveu «decorar» o seu carro com uma película de vinil de ouro.

Muitas das pessoas que passavam pelo lugar ficavam espantadas e aproveitavam para tirar fotografias. Mas nem todos gostaram do que viam: Um blog de carros twittou: «Acabei de ver um #Ferrari 458 Spider envolto em ouro, em Knightsbridge. Que gosto horrível».



wuyanx

Instagram

Anexo B - Notícia “Piratas informáticos atacam Flappy Bird”

TECNOLOGIA

Piratas informáticos atacam Flappy Bird

Vírus pode ser resultado de entusiasmo pelo jogo

Por: Redação / MF | 13 de Fevereiro às 12:11

A decisão de retirar o jogo Flappy Bird das lojas digitais e o aumento exponencial de utilizadores que procuram jogar não passou despercebido aos hackers.

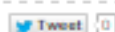
Para além dos vírus, já há quem venda telemóveis com o jogo incorporado a um preço excessivo.

Segundo a empresa de segurança Sophos, os dispositivos Androids são os alvos deste malware que se apresenta como «Flappy Bird original». A aplicação tem a particularidade de exibir tanto o nome como o ícone idênticos ao jogo vietnamita.

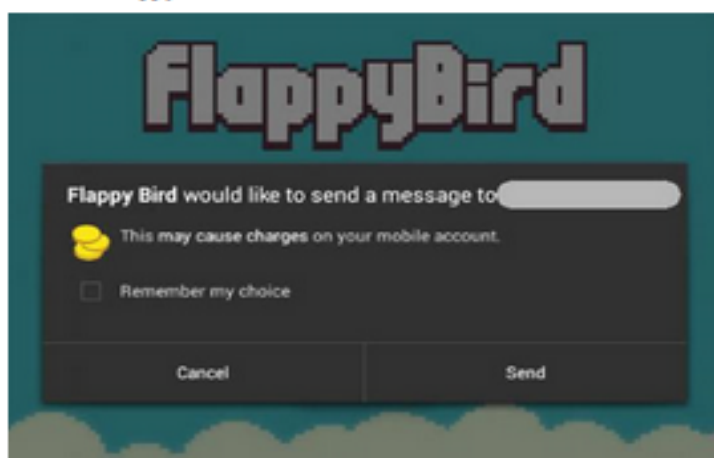
Ao instalar a app, ela exige autorizações excessivas, como o acesso às mensagens, ao cartão de memória e até mesmo a informação relativa à bateria.

Estas novas versões a circular, entre outras ações, solicitam o envio de um SMS para que o utilizador possa receber a totalidade do jogo.

PARTILHAR



EM BAIXO: FlappyBird



Anexo C – Notícia “O decote ousado de Mariah Carey”



O decote ousado de Mariah Carey

Mais uma vez a cantora compareceu num evento dos BET com um vestido justo e revelador

Por: [Redação](#) / MF | 11 de Fevereiro às 14:06

Sábado foi noite de BET Honours em Washington DC. Na gala que homenageia as mais fortes personalidades Afro-Americanas, a cantora de 43 anos, Mariah Carey compareceu no evento com um vestido preto ousado, ao estilo de Jéssica Rabbit.

Para além de ser justo, o vestido apresentava um decote generoso que exibia parte da barriga da mulher do apresentador do America's Got Talent, Nick Cannon.

Mariah Carey é conhecida por optar por visuais provocantes, e o último dia oito não foi exceção. Antes de sair de casa Mariah aproveitou para partilhar uma foto sua no Instagram onde já exibia a sua indumentária. Desde logo, a compositora foi alvo de comentários depreciativos por parte dos internautas.

Na gala e em cima de um piano, a cantora interpretou o seu novo single intitulado «You're Mine», atuação que lhe valeu vários aplausos da plateia.

ARTICULOS

Anexo D - Exemplos de comentários pejorativos à intervenção do jornalista Carlos Dolbeth, da Sporting TV

 Pesquisa pessoas, locais e coisas

 **Diogo Flório** eu sou do sporting e achei ridiculo.
Gosto · Responder · 👍 49 · 21/9 às 15:45

 **Diogo Fresco** E eu reclamo dos da Tvi xD
Gosto · Responder · 👍 45 · 21/9 às 15:33

3 respostas

 **Sib Sib** lol de portugal a fazer nos rir desde 1906



Gosto · Responder · 👍 23 · 21/9 às 15:45

2 respostas

 **Márcio Fernandes** Ele ontem nos juniores contra o Benfica. "ó arbitro marca falta arbitro, já me tou a invar arbitro " ahaha que gizo
Gosto · Responder · 👍 22 · 21/9 às 15:40

3 respostas

 **Vitor Bettencourt** "Palhaçada" são estes comentários.
Gosto · Responder · 👍 11 · 21/9 às 15:45