



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
Artes e Letras

**Jornalismo desportivo**  
Tendências dos estudantes universitários no consumo de  
informação desportiva

**Renato André Freire Santarém**

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em  
**Jornalismo**  
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Professor Doutor João Carlos Correia

Covilhã, outubro de 2017



# Agradecimentos

A realização deste trabalho não seria possível sem o auxílio de algumas pessoas, às quais me refiro com um grande obrigado:

- Ao professor João Carlos Correia, pelos ensinamentos e orientação ao longo de todo o percurso;
- Aos meus pais, por me terem proporcionado condições para seguir a vida académica;
- À minha namorada, Sandra, por ser a minha muleta nos momentos mais complicados;
- Ao professor Ricardo Morais, pela grande ajuda oferecida e por estar sempre disponível.
- Aos elementos participantes do focus group, por aceitarem debater a atualidade desportiva.
- Aos meus colegas de faculdade, com destaque para os grandes amigos André Reis e Rui Sabugueiro.



## Resumo

O recurso ao papel há muito deixou de ser alternativa única para aceder a conteúdos jornalísticos. Com foco no jornalismo desportivo, o impresso comprado no dia seguinte é hoje substituído por informação disponibilizada em plataformas *online* ao minuto. Nunca a palavra facilidade fez tanto sentido se atentarmos na quantidade de conteúdo de jaez desportivo à disposição. O que antes existia somente como texto e imagem, existe agora como texto, imagem, vídeo, som, etc. a qualquer hora do dia e em qualquer parte do globo. Na era das redes sociais a viagem para o mundo é lesta e vive-se o fenómeno desportivo provavelmente como nunca, com a utilização crescente de dispositivos como computadores, *smartphones* ou *tablets*.

Com base em todas as alterações provocadas com o advento da Internet pretende-se, nesta dissertação, identificar hábitos de consumo de conteúdos desportivos dos estudantes da Universidade da Beira Interior (UBI). Os alunos de Ciências do Desporto e Ciências da Comunicação são os principais destinatários. Para tal, foram realizadas duas sessões de *focus group* como suporte a um questionário *online* sobre a temática.

## Palavras-chave

Jornalismo desportivo, *online*, estudantes universitários



# Abstract

The use of paper has long ceased to be a single alternative to access journalistic content. Focusing on sports journalism, the printed journal purchased the next day is now replaced by information available in real time on online platforms. Never has the word facility made more sense if we consider the amount of sports content available. What previously existed only as text and image, now exist as text, image, video, sound, etc. at any time of the day and in any part of the globe. In the age of social networks, travelling to the rest of the world is inevitable and the sports phenomenon is likely to be experienced as never before, with the increasing use of devices such as computers, smartphones or tablets.

Based on all the changes brought by the arrival of the Internet, this dissertation intends to demystify habits of consumption of sports content by students of the University of Beira Interior (UBI). For that, two focus group sessions were held to support an online questionnaire on the subject.

# Keywords

Sports journalism, online, university students



# Índice

Lista de Acrónimos	xi
Lista de Figuras	xiii
Lista de Tabelas	xv
Lista de Gráficos	xvii
Introdução	1
<b>Parte I - Enquadramento Teórico</b>	
Capítulo 1. Do jornalismo ao jornalismo especializado	5
1.1. A especialização jornalística: entre a teoria e prática	5
1.2. O jornalismo desportivo como especialização temática	7
Capítulo 2. Jornalismo e imprensa desportiva	11
2.1. Breve contextualização do jornalismo desportivo no mundo e em Portugal	11
2.2. A imprensa desportiva no contexto do jornalismo desportivo	16
2.3. A futebolização do jornalismo e da imprensa desportiva	18
Capítulo 3. Do papel ao <i>online</i> : os desafios do jornalismo desportivo	25
3.1. O jornalismo desportivo na <i>web</i>	25
3.2. Novas características para um <i>webjornalismo</i> desportivo	27
Capítulo 4. O jornalismo desportivo na era das redes sociais e dos dispositivos móveis	33
4.1. O impacto das redes sociais no consumo de informação desportiva	33
4.2. Novas tendências no consumo informação: as aplicações móveis e o desporto	36
<b>Parte II - Estudo Empírico</b>	
Capítulo 5 - Metodologia e desenho da investigação	39
5.1. O problema de investigação e os procedimentos metodológicos	39
5.2. A escolha das técnicas de recolha de dados	39
5.2.1. O <i>focus group</i>	40
5.2.2. O inquérito por questionário	41
Capítulo 6 - Apresentação e discussão dos resultados	43
6.1. Descrição das sessões e dos participantes ( <i>focus group</i> )	43

6.2. Conclusões do <i>focus group</i>	43
6.3. Cruzamento das duas sessões	49
6.4. Descrição do questionário	51
6.5. Questionário (conclusões)	56
6.6. Cruzamento de dados: <i>Focus group</i> e questionário	82
Capítulo 7. Considerações finais e propostas	87
Referências	91
Anexos	98

# Lista de Acrónimos

APCT	Associação Portuguesa de Controlo e Tiragem
RTP	Rádio Televisão Portuguesa
TVI	Televisão Independente
UBI	Universidade da Beira Interior
SIC	Sociedade Independente de Comunicação
SCP	Sporting Clube de Portugal
SLB	Sport Lisboa e Benfica
FCP	Futebol Clube do Porto
TV	Televisão
F1	Fórmula 1



# Lista de Figuras

Figura 1. Exemplo de interação com os telespetadores/internautas



# Lista de Tabelas

**Tabela 1.** *Los contenidos deportivos en las portadas* (Conteúdo desportivo nas capas)

**Tabela 2.** Tiragens/Vendas Jornal *O Jogo* - 2010-2016

**Tabela 3.** Tiragens/Vendas Jornal *Record* - 2010-2016

**Tabela 4.** Meios mais utilizados no conhecimento de novas notícias *online* - PT

**Tabela 5, 6 e 7.** Amostra (Licenciatura - 1º ciclo, Mestrado - 2º ciclo e Mestrado Integrado)

**Tabela 8.** Amostra (Número total de alunos)

**Tabela 9.** Idade dos inquiridos

**Tabela 10.** Localidade dos inquiridos

**Tabela 11.** Cursos dos inquiridos

**Tabela 12.** Aspetos que gostaria de ver abordados na informação desportiva

**Tabela 13.** Dispositivos utilizados para aceder a notícias online por faixa etária em Portugal

**Tabela 14.** Opinião sobre a informação desportiva em Portugal, considerando o tipo de conteúdos produzido mas também a influência que a Internet e as redes sociais podem ter no consumo informativo sobre desporto.



# Lista de Gráficos

**Gráfico 1.** Canais utilizados para aceder a notícias/informação (%)

**Gráfico 2.** Sexo dos inquiridos

**Gráfico 3.** Nível de ensino dos inquiridos

**Gráfico 4 e 5.** Prática desportiva/Modalidade desportiva praticada

**Gráfico 6.** Sócios de clubes desportivos

**Gráfico 7 e 8.** Espetáculos desportivos ao vivo (frequência)/Modalidades desportivas mais assistidas ao vivo

**Gráfico 9 e 10.** Espetáculos desportivos pela televisão (frequência)/Modalidades desportivas mais assistidas pela televisão

**Gráfico 11 e 12.** Espetáculos desportivos através de *streaming* (frequência)/Modalidades desportivas mais assistidas através de *streaming*

**Gráfico 13.** Espetáculos desportivos pela TV (assistência)

**Gráfico 14.** Frequência na consulta de notícias

**Gráfico 15.** Interesse por notícias/conteúdos noticiosos

**Gráfico 16.** Tipos de notícias mais importantes

**Gráfico 17.** Consumo de informação desportiva (frequência)

**Gráfico 18.** Procura de informação desportiva

**Gráfico 19.** Tempo dedicado ao consumo de informação desportiva

**Gráfico 20.** Consumo de informação desportiva (onde costuma aceder)

**Gráfico 21.** Géneros privilegiados no consumo de informação desportiva

**Gráfico 22.** Conteúdos privilegiados no consumo de informação desportiva

**Gráfico 23.** Conteúdos privilegiados no consumo de informação desportiva

**Gráfico 24.** Origem dos conteúdos de informação desportiva (confiança)

**Gráfico 25.** Compra de jornais desportivos (frequência)

**Gráfico 26.** Jornal desportivo comprado com mais frequência

**Gráfico 27 e 28.** Subscrição/assinatura de canal desportivo/Canal desportivo subscrito

**Gráfico 29.** Meios de comunicação consultados com mais frequência para aceder a informação desportiva

**Gráfico 30.** Fontes e notícias sobre desporto mais confiáveis

**Gráfico 31.** Programas sobre desporto considerados referências e/ou exemplos

**Gráfico 32.** Tipos de conteúdo que despertada mais interesse numa informação sobre desporto

**Gráfico 33 e 34.** Frequência com que se considera as redes sociais para obter informação sobre desporto/Redes sociais consideradas com mais frequência para o consumo de informação desportiva

**Gráfico 35.** Tipo de *posts* considerados nas redes sociais para obter informações sobre desporto

**Gráfico 36.** Frequência com que se utiliza o *smartphone* para aceder a informação desportiva

**Gráfico 37 e 38.** Aplicações instaladas no *smartphone* sobre desporto/Aplicativos sobre desporto mais utilizados no *smartphone*

**Gráfico 39.** A informação desportiva em Portugal resume-se quase na totalidade a conteúdos sobre futebol

**Gráfico 40.** Os meios de comunicação são os grandes responsáveis por não ser dada mais atenção a outras modalidades para além do futebol

**Gráfico 41.** Em Portugal não existe informação desportiva mas informação futebolística

**Gráfico 42.** Os programas sobre desporto em Portugal concentram-se demasiado no entretenimento e nas audiências e deixam de lado a informação

**Gráfico 43.** A Internet e as redes sociais transformaram a forma como se acede a conteúdos e informação desportiva

**Gráfico 44.** Os meios de comunicação deviam apostar em pessoas formadas em desporto para analisar as diferentes modalidades

**Gráfico 45.** Estaria disposto a pagar por um serviço que disponibilizasse informação desportiva de qualidade

**Gráfico 46.** Mantenho-me informado sobre desporto através das aplicações que tenho instaladas no meu *smartphone*

**Gráfico 47.** As redes sociais influenciam o meu consumo de informação desportiva

**Gráfico 48.** A informação desportiva é mais rigorosa nos meios generalistas do que nos meios desportivos





# Introdução

O jornalismo desportivo tem sido alvo de várias transformações ao longo dos tempos. Dos primeiros relatos de informação desportiva no século XIX muita coisa mudou até à época contemporânea. Para além de impressa, a informação passou a ser editada também de forma digital, fator que alterou por completo o *status quo* jornalístico.

Nos dias de hoje, as mudanças na produção noticiosa para os dois meios - digital e papel - são bastante acentuadas. Esfumou-se há muito a ideia que a escrita poderia ser similar para ambos e, ao falar desta transformação, é impossível dissociar o aparecimento do grande meio do século XXI, a Internet.

Posto em causa o *modus operandi* do jornalista, hoje confrontado com situações não colocadas outrora, a Internet assume um papel cada vez mais decisivo na vida social dos indivíduos. Com desafios recrudescidos desde o aparecimento do *webjornalismo* desportivo, os *media* vivem um período de adaptação a uma nova realidade. A produção noticiosa altera-se, o espaço para o erro diminui e a informação é propagada a uma velocidade alucinante.

O avanço tecnológico foi igualmente responsável pelo aparecimento das redes sociais. Ligadas umbilicalmente ao conteúdo das plataformas de teor desportivo, estas assumem papel preponderante na partilha de notícias, conteúdos multimédia, etc., e acabam por servir de ponte para a visita aos websites desportivos.

O consumo virtual aumenta a passos largos, especialmente através de dispositivos móveis. Dados do grupo *Marktest* atestam que, em julho do ano transato, 36% “das páginas dos *sites*” por si auditados “foram acedidos através de equipamentos móveis, numa tendência que mantém uma trajetória ascendente comparativamente aos meses anteriores”.<sup>1</sup> A exposição ao público, que deixou de ter um papel passivo, é maior e cabe ao jornalista apropriar-se das novas formas de linguagem para criar matéria de qualidade.

A web 2.0 abarcou consigo um aspeto que obrigou os jornais a repensar as suas formas de sustentamento financeiro: a gratuidade de conteúdos. Os *blogs*, por exemplo, começaram a ganhar grande notoriedade devido à informação grátis produzida para o leitor e, com a inserção de publicidade, alguns deles tornaram-se mesmo sustentáveis a nível financeiro. Estão aqui alguns dos concorrentes dos jornais desportivos nativamente impressos, a juntar às

---

<sup>1</sup> Dados recolhidos em [http://tek.sapo.pt/noticias/internet/artigo/acesso\\_a\\_internet\\_atraves\\_de\\_dispositivos\\_moveis\\_continu\\_a\\_a\\_crescer-49044vee.html](http://tek.sapo.pt/noticias/internet/artigo/acesso_a_internet_atraves_de_dispositivos_moveis_continu_a_a_crescer-49044vee.html) (Consultado a 21 de abril de 2017)

plataformas desportivas nascidas também na Internet, casos do *Mais Futebol*, *zerozero* e, recentemente, *Bancada*.

Com base nas graduais alterações vividas no jornalismo desportivo, esta dissertação apoia-se num enquadramento teórico que segue, grosso modo, uma lógica sequencial: relatos incipientes de informação desportiva, alterações proporcionadas com o digital e estado atual das coisas, isto é, o papel dos dispositivos móveis.

De forma objetiva, o primeiro capítulo parte da especialização de jornalismo para introduzir o fenómeno desportivo enquanto ramo temático.

Suportada mormente na obra de Francisco Pinheiro - *História da Imprensa Desportiva em Portugal* -, a calátide<sup>2</sup> seguinte dá a conhecer o embrião desta área jornalística, desde as primeiras citações por parte de impressos políticos (século XIX) ao aparecimento dos três diários desportivos do mercado atual (século XX, apesar d' O Jogo surgir no mercado bastante depois do *Record* e d' *A Bola*). De uma forma genérica, são também abordados os primeiros passos dados pela imprensa desportiva internacional. Fala-se depois da diretriz seguida por todos os meios de comunicação, com enfoque no impresso, no respeitante a produção de conteúdo noticioso monopolizador, num subcapítulo cognominado de “futebolização do jornalismo desportivo”. O ludopédio<sup>3</sup> visto também sob uma perspetiva social ajuda a perceber o fenómeno de popularidade atingido pelo desporto junto dos *media* e alerta para o espaço ganho pelo *Infotainment*: o entretenimento e o jornalismo desportivo já não parecem dissociáveis, com o caminho a ser delineado pelas preferências do público.

No capítulo posterior, sublinham-se as transformações que a Internet acarretou para esta área e, como se preconiza há algum tempo, o desaparecimento do papel, numa tendência já iniciada noutros pontos do globo. A célere evolução do *webjornalismo* desportivo traz à tona conceitos como hipertextualidade, multimídia, interatividade, instantaneidade, personalização de conteúdo, memória, imersão e ubiquidade, enquanto características diferenciadoras do digital em relação ao impresso.

A última fase do enquadramento teórico patenteia a ação dos dispositivos móveis no processo de informação desportiva. Ao falar de consumo de informação desportiva não podemos negligenciar as redes sociais (sobretudo o *Facebook* e o *Twitter*). Por uma razão principal: instigam em grande escala os leitores no acesso ulterior a *websites* desportivos.

---

<sup>2</sup> Versão menos usual de capítulo.

<sup>3</sup> Sinónimo de futebol. Existe um programa desportiva transmitido pela RTP3 cognominado *Grandiosa Enciclopédia do Ludopédio*.

Na segunda parte da dissertação apresenta-se o estudo empírico, intitulado “Jornalismo desportivo - Tendências dos estudantes universitários no consumo de informação desportiva”, cuja pergunta de partida é a seguinte: “De que forma os novos *media* influenciaram o consumo de informação desportiva?”. A esta, acrescem ainda três sub-questões:

1. Quais são os hábitos de consumo de informação desportiva dos estudantes universitários?
2. Até que ponto a Internet e as redes sociais alteraram os hábitos de consumo de informação desportiva?
3. Os jornais desportivos impressos estão a ser afetados com o aparecimento das novas plataformas digitais?

Para a investigação que se pretende levar avante propõem-se os seguintes objetivos:

1. Identificar os hábitos de consumo de informação desportiva dos estudantes universitários;
2. Detetar a importância das redes sociais no acesso a conteúdos desportivos e, conseqüentemente, nos hábitos de consumo dos estudantes universitários;
3. Identificar o impacto das novas plataformas digitais no consumo de meios impressos entre estudantes universitários.
4. Detetar o papel dos dispositivos móveis no acesso a conteúdos desportivos por parte dos estudantes universitários

De acordo com os objetivos referidos, apresentam-se as hipóteses - que se esperam comprovadas no término da investigação:

1. A especialização em Ciências do Desporto contribui para que os hábitos de consumo de informação desportiva sejam distintos em relação aos estudantes de outros cursos.
2. As redes sociais, especialmente o Facebook, funcionam como pedra basilar no acesso a conteúdos desportivos por parte dos estudantes universitários, quase nativos digitais.
3. As redes sociais e o uso de plataformas digitais acompanham o declínio no acesso aos meios impressos pelos estudantes universitários.
4. Os dispositivos móveis, principalmente os *smartphones*, são um meio cada vez mais utilizado para aceder a conteúdos desportivos.



# Parte I. Enquadramento Teórico

## Capítulo 1. Do jornalismo ao jornalismo especializado

### 1.1. A especialização jornalística: entre a teoria e prática

Alvo de inúmeras mutações ao longo dos tempos, o jornalismo atravessou várias fases até aos dias vigentes. Foi com o propósito de informar os indivíduos sobre uma multiplicidade de temáticas e, assim, saciar a sua curiosidade, que surgiram os primeiros jornais impressos. Ligado a variadas áreas do conhecimento, é impossível dissociar a sua evolução histórica da comunicação pois, como afirma Tavares (2007, p. 1), “a imbricação comunicação-jornalismo, tem apontado principalmente para interessantes formas de se construir o objeto jornalístico”. Por seu turno, Fernández del Moral (2004, p. 18) sublinha a necessidade de “estabelecer diagnósticos certos e soluções adequadas no estudo da comunicação”, pois, sem atingir os objetivos comunicativos, de nada vale “chegar ao maior número de pessoas no menor espaço de tempo possível”.

Ora, os acontecimentos sociais servem como abastecedor para as notícias e será esse o pressuposto fundamental do jornalismo. Nas palavras de Tavares, “o jornalismo aparece como um interlocutor no interior da sociedade, mediando temporal e espacialmente o próprio tecido da trama social” (2007, p. 2). Dentro do vasto universo de acontecimentos - enquanto “referentes maiores do jornalismo” -, interessa-nos focar na noção de informação. Esse binómio, crê Rodrigues, pode ser explicado através de probabilidades, pois “quanto menor for a probabilidade de um acontecimento ocorrer tanto maior será o seu valor informativo e quanto maior for a probabilidade de ocorrer, tanto menor será seu valor informativo” (apud. Tavares, 2007, pp. 7-8).

No entanto, a linha de pensamento do autor pressupõe que a notícia não pode ser vista apenas como objeto de informação, e, muitas vezes, o fenómeno terá de ser analisado sob uma perspetiva menos factual.

Há também uma outra noção de informação, que foge daquela que aponta esta como o conteúdo da notícia ou como forma noticiosa do acontecimento. Informa-se aqui sobre o mundo, sobre a experiência, mas de uma outra maneira. O que se diz, a palavra jornalística em questão, volta-se para assuntos, para tópicos que permeiam o cotidiano em sua sociabilidade, em suas relações de consumo e produção, em seus habitantes, em suas temporalidades e espacialidades. (Tavares, 2007, pp. 10-11)

Existe, portanto, uma maior segmentação, fruto da própria evolução histórica vivida no mundo do jornalismo, a nível de produção, distribuição e consumo. Por conseguinte, a especialização informativa começa a evidenciar-se como uma nova preocupação (Giacomelli

& Canavilhas, 2015, p. 155). A estes fatores, Tavares (2009, p. 117) acrescenta a “formação de grupos sociais consumidores de mídia cada vez mais distintos”, enquanto Bahia (2009, p. 235) fala de “uma técnica de tratamento da notícia que se aperfeiçoa paralelamente à evolução dos meios de produção, das tecnologias industriais e comerciais, das aquisições culturais, das pesquisas e experiências científicas”.

Não obstante os fragmentos encontrados na produção jornalística no advento dos anos 70, a verdade é que, nessa fase, se falava “genericamente de coisas específicas”. Paulatinamente, como explica Tavares, a introdução de novos meios e, “consequentemente de outros regimes de produção (noticiabilidade, visibilidade e periodicidade), tal especificidade passou a bater de frente com a lógica de especialização” (2012, pp. 117-118). Ainda limitada a nível científico exatamente pelos poucos anos de estudo, esta área tem conhecido desenvolvimentos muito por força do trabalho feito por terras espanholas. Os hispânicos, vanguardistas na área a nível académico, encetaram a pesquisa na década de 70 e têm sido importantes fontes de conhecimento para os restantes países (Tavares, 2012, p. 116; Fernández del Moral, 2004, p. 18).

Quando se fala de jornalismo especializado, há a considerar duas perspetivas: uma mais normativa e outra mais conceitual. A primeira ramifica-se na própria “produção deste tipo de jornalismo” e suas especificidades, ao passo que a segunda é pensada num âmbito mais científico. Tavares sugere a compaginação das duas para se alcançar um avanço profícuo, porém, intimamente subordinado de “um maior número de investigações e pesquisas que se voltem para a especialização jornalística” (2012, pp. 116-117).

Segundo Candelas (2003, p. 59), o jornalismo especializado permite uma “estrutura de análise da realidade, proporcionando aos recetores uma visão mais ajustada do mundo, com uma linguagem própria que atinja os interesses e necessidades deste público”<sup>4</sup>. O autor defende como objetivos desta área “diagnosticar os problemas da sociedade atual, dentro do seu campo de especialização, discutir as soluções a esses problemas e fomentar a consciência crítica dos recetores”. Para tal, devem ficar claros todos os elementos de juízo possíveis, de forma a que o recetor tenha uma visão total dos acontecimentos. De acordo com Fernández del Moral (2004, p. 24) a pretensão passa por “fazer de cada especialidade algo comunicável, objeto de informação jornalística, suscetível de codificação para mensagens universais”.

Ato contínuo, Silveira (2009, pp. 48-49) aponta ao jornalismo especializado duas funções específicas:

---

<sup>4</sup> “(...) aquella estructura que analiza la realidad, proporcionando a los receptores una visión del mundo lo más acabada posible, acomodando el lenguaje utilizado al nivel propio de la audiencia del medio y profundizando en los intereses y necesidades de dicha audiencia” (traduzido pelo autor)

O jornalismo especializado possui duas missões. A primeira delas é orientar o indivíduo, perdido no meio de tantas informações que circulam na sociedade atual por meio das mais variadas fontes. A segunda é a função de coesão social ao agregar indivíduos conforme suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia a especificidade de cada grupo.

O intuito passa por parcelar a informação para um público altamente díspar em termos de preferências. Abiahy (s/d., p. 5) explica que “cada qual elege as suas prioridades com base não só em escolhas individuais, mas muitas vezes até individualistas. Cada grupo tem os seus interesses pessoais, e até grandes acontecimentos quando focados pela mídia são rapidamente considerados ultrapassados”

A informação especializada não é necessariamente mais extensa, mas cabe ao jornalista escrever com qualidade e fornecer dados úteis para reflexão. Deve ser passada uma mensagem com a maior fiabilidade possível, sem recorrer, de todo, ao sensacionalismo (Candelas, 2003, p. 59). O público é altamente exigente e, “ao optar pelo que mais lhe agrada, um dos critérios de preferência é a qualidade de informação” (Silveira, 2009, p. 49).

Dentro do conceito de jornalismo especializado, há três manifestações empíricas a considerar (Tavares, 2009, p. 115):

- 1) Especialização por meios (jornalismo televisivo, radiofónico, etc.)
- 2) Especialização por temas (jornalismo económico, político, desportivo, etc.)
- 3) Junção de ambas (jornalismo desportivo radiofónico, cultural impresso, etc.).

Com base no objetivo principal desta dissertação, aprofundar-se-á, de seguida, o jornalismo desportivo enquanto especialização temática, com enfoque no impresso.

## **1.2. O jornalismo desportivo como especialização temática**

Para além de política, economia ou cultura, outra das especializações temáticas a considerar é a desportiva. Com relação mais tardia relativamente ao resto da Europa, o primeiro impresso desportivo generalista aparece em Portugal no ano de 1893, conforme veremos no capítulo seguinte. Apesar do reconhecimento dado ao jornalismo desportivo nos dias de hoje, a verdade é que nem sempre foi assim. Silveira (2009, p. 53) dá conta de algum preconceito relativamente ao mesmo, “muitas vezes desprezado pelos próprios colegas, que o consideram uma editoria menor”. A pretensa menor valia dos jornalistas desta área é questionada há décadas, conforme afirma Pinheiro (2010, p. 334): “persistia a ideia de que o jornalismo desportivo era um género menor de informação”. A frase alude ao final dos anos 50, numa altura em que a obtenção de credenciações, entrada em recintos desportivos e até de carteiras profissionais estavam a alcance complicado para os noticiários da área. Para Alcoba (1993,

pp. 121-122) existe uma crença generalizada relativa à prática do jornalismo desportivo por parte de qualquer um, como se de um passatempo, que não necessita preparação prévia, se tratasse. Nesta linha de pensamento, o autor espanhol reconhece que muitos recetores deste género jornalístico “conhecem sobre o assunto, em teoria, quase tanto como os próprios jornalistas (...), parecendo até enciclopédias vivas pela quantidade de dados, datas, nomes, etc.”. Será isso suficiente? No seu entender, não, pois “falta-lhes o contacto permanente com os protagonistas desportivos, nos diversos ambientes onde eles desenrolam a sua atividade. Para além disso, o jornalista desportivo deve mostrar-se imparcial nas suas análises, algo não muito fácil para os aficionados”. Torralbo (apud. Cardoso, 2017, p. 20) recorre à influência desportiva na infância para explicar o quão arduo se pode tornar mais tarde. “O profissional que opta por seguir nesse segmento certamente tem no desporto a sua paixão, algo que faz a sua vida ter sentido desde os tempos que aprendeu a andar e brincar com uma bola”. Esta paixão, muitas vezes desmedida, pode tornar o jornalismo desportivo “fascinante, mas, também, traiçoeiro”.

Por outro lado, Vidigal (2017, p. 5) enaltece as ligações do jornalismo desportivo a outras áreas especializadas: “O jornalismo desportivo pode ser encarado como uma especialidade que aborda temas ligados à política, à economia, à educação e à saúde”. Uma opinião partilhada por Canavilhas & Giacomelli.

O jornalismo desportivo não contempla apenas resultados de jogos ou competições, porque relaciona o desporto com a cultura, política ou com a economia. Afinal o desporto envolve temas económicos de clubes e seleções, envolve cenários políticos de entidades que regulam o desporto como o COI (Comité Olímpico Internacional) ou a FIFA (Federação Internacional de Futebol), por exemplo, e foram até arma política durante a 2ª Grande Guerra e, mais recentemente, durante a Guerra Fria (2015, p. 158)

O reconhecimento dado ao jornalismo desportivo é, segundo os autores, uma consequência da sua periodicidade semanal - o que despoleta um “grande volume de notícias de interesse geral” (ibid., p. 154). Existe uma “simbiose entre o desporto e os meios de comunicação social” suportada por um público “vasto, heterogéneo” e cada vez “mais interessado”. Num lote alargado de países europeus e latino-americanos, esta área “ocupa um nicho de mercado muito amplo, acima de qualquer outra área especializada” (Torrijos, 2012, p. 78).

Para Alcoba, a informação desportiva é tão ou mais difícil que a de outro qualquer género específico. O autor defende, por isso, a sua especialização, pois não existe nenhum outro “com tantas áreas dentro do mesmo”. Esta opinião é suportada pelo elevado número de modalidades existentes e respetivas variantes, um fator que torna o trabalho dos profissionais da área deveras intrincado: “ninguém pode entender de todos os desportos, nem saber todos os regulamentos, nem conhecer todos os jogadores”. O atletismo é dos casos mais reveladores desta dificuldade, pois conta com um grande número de particularizações dentro da própria especialização. Por conseguinte, muitas revistas especializadas recorrem a vários críticos para analisar provas de velocidade, meio fundo, obstáculos, saltos, lançamento e marcha.

É inexecutável o jornalista desportivo dominar “mais de dois ou três desportos”, embora isso não invalide a necessidade de, nas restantes modalidades, conhecer as principais figuras. Prontamente, a sua sabedoria será/estará sempre “limitada” e é por isso que o profissional se torna “imerso” no mundo jornalístico. Este conjunto de razões obriga à especialização, reitera-se, nesta área “mais que em qualquer outra da sociedade moderna” (ibid., 1993, pp. 121-128).

Outras opiniões, todavia, têm Barbeiro e Rangel, apologistas de um único jornalismo para todas as áreas:

Jornalismo é jornalismo, seja ele desportivo, político, económico, social. Pode ser propagado em televisão, rádio, jornal, revista ou Internet. Não importa. A essência não muda porque sua natureza é única e está intimamente ligada às regras da ética e do interesse público. (Barbeiro e Rangel, 2006, p. 13).

O profissional da área não deve, de todo, centrar-se somente no trabalho enquanto jornalista desportivo, mas procurar constantemente aprofundar conhecimentos, lucubrar sobre várias temáticas, seja através de livros, revistas, jornais, jogos ou noticiários. Além disso, participar em palestras e debates ajuda a melhorar o *savoir-faire* no exercício da profissão. (ibid., p. 78)



## Capítulo 2. Jornalismo e imprensa escrita

### 2.1. Breve contextualização do jornalismo desportivo no mundo e em Portugal

O século XIX marca o início da imprensa desportiva escrita internacional, apesar de alguns autores salientarem acontecimentos que, no seu entender, poderão ter tido impacto no que hoje conhecemos como jornalismo desportivo. Alcoba (1993, p. 40) entende que “a comunicação desportiva existe desde que o ser humano descobriu o jogo e, com ele, a competição”. O autor menciona as pinturas rupestres “como elementos claramente indicadores de atividade desportiva”, e, por isso, não devem ser descuradas quando se analisa o fenómeno jornalístico. Nesta espécie de pré-jornalismo desportivo, os primeiros informadores de temas desportivos não podem ser considerados jornalistas, antes “escritores aficionados a um fenómeno incipiente” (ibid., p. 41). Para percebermos a evolução de todo este processo, importa analisar as datas dos primeiros impressos a sair para as bancas e, também, os países impulsionadores.

À semelhança do futebol, a Inglaterra teve importância capital nos primeiros passos do jornalismo desportivo, personificada através da criação primeiro diário desportivo especializado - *Sportman* (1852) que, sete anos depois, daria lugar ao periódico *Sporting Life*. Em França, contudo, já havia sido concebida uma revista com conteúdo desportivo - *Journal des Haras* -, vinte e quatro anos antes. Pertenceram aos gauleses as edições diárias desportivas seguintes, com o lançamento do seu primeiro periódico desportivo generalista, *Le Sport* (1854), num fenómeno alastrado de forma célere ao resto da Europa. Destacam-se três publicações na década de 1860: *Le Moniteur de la Gymnastique* (1868), *Le Vélocipède* (1869) e *Le Vélocipède Illustré* (1869). *Le Vélo*, primeiro diário desportivo francês, surge apenas em 1892. Claramente em voga na época, a caça teve papel fundamental na criação da revista catalã *El Cazador*, que se assumiu como uma das primeiras publicações desportivas hispânicas. No entanto, o primeiro verdadeiro periódico desportivo espanhol nasce em Madrid, no ano de 1865, sob o epíteto *La Caza*.

Em solo luso, realce para a criação do *Jornal dos Caçadores* (1875), focado na caça, a par da tauromaquia, modalidade mais emblemática na época. Esta representatividade levou à criação, apenas um ano volvido, do jornal lisboeta *O Toureiro*, cujo “subtítulo no cabeçalho clarificava qualquer dúvida sobre a linha editorial: Folha destinada a assuntos tauromáquicos”. Por esta altura, os portugueses não tinham uma prática desportiva regular e diversificada, daí as publicações centradas nas atividades tradicionais da caça e tauromaquia. Apenas a classe alta lisboeta, influenciada pelas viagens a Paris em que “observava as formas de lazer da elite local”, dedicava algum tempo à prática de exercício físico. Antes do aparecimento dos dois periódicos já alguns jornais políticos, tema dominante na época,

havam publicado peças “aparentemente ligadas ao desporto” - nomeadamente sobre a modalidade de tiro - entre os quais *Recreio* (1835), *O Toureiro* (1836), *O Piloto* (1836), *O Ramalhete* (Lisboa, 1837-1844), *O Atleta* (1838), *O Recreativo* (1838) e *A Lança* (1840). (Pinheiro, 2010, p. 21-23)

Como vimos, há mais de um século que o desporto e a comunicação social portuguesa andam de braço dado. Mais tardia que no resto da Europa, ainda assim, esta relação só se adensou em 1893, com a criação da revista quinzenal *O Velocipedista*. Segundo Curto (2006, p. 580) na “transição do século XIX para o século XX, os vestígios que indicavam a existência de uma narrativa desportiva na imprensa eram muito escassos (...) e a notícia sobre desporto ocupava um espaço residual na generalidade da imprensa portuguesa.”

O primeiro jornal desportivo generalista nacional ocupava-se da escrita de informação noticiosa relativa à modalidade de ciclismo, desporto que pontificava há alguns anos, à luz do que acontecia “um pouco por toda a Europa”. O velocipedismo, a juntar à tauromaquia, caça e ginástica compunham, aliás, um restrito lote de especialidades desportivas que dominaram os temas dos periódicos no período compreendido de 1875-1893. Essa realidade, porém, alterou-se nos anos seguintes, com o foco a dirigir-se para “todas as modalidades” (Pinheiro, 2010, pp. 27-33).

O primeiro impresso desportivo de todas as modalidades surge em 1894. Cognominado de *O Sport*, ficou-se pelas quatro edições, apesar de ter tido forte contributo para os primeiros passos do fotojornalismo português (ibid., p. 34). Nesta altura, o jornalismo desportivo estava longe da profissionalização, por dois motivos: escasseava a publicidade e o número de leitores não era significativo.

“O jornalismo desportivo enquanto profissão era ainda inexistente, e grande parte dos jornalistas pertencia à elite portuguesa, dispondo assim de tempo para o desporto e para o jornalismo desportivo. Na sua maioria, eram desportistas e enveredavam pela criação de jornais como forma de promoverem as modalidades desportivas em que estavam envolvidos, contribuindo para a consolidação de uma ideia de desporto na sociedade portuguesa” (Pinheiro, 2010, p. 36)

Uma fusão entre *O Tiro Civil* (1895) e a *Revista de Sport* (1903), que originou o *Tiro e Sport*, a juntar ao mensário *A Caça*, serviram para mitigar uma situação delicada para as edições desportivas de então. *O Tiro Civil* era “a revista mais antiga, a mais barata e de maior circulação em Portugal” e, com a união referida, gerou-se um periódico desportivo de grande sucesso a nível europeu (ibid., p. 47). Nas primeiras décadas do século XX, o aparecimento e desaparecimento de periódicos era uma constante, *conditio sine qua non* para jornais bem-sucedidos - em Espanha o caso era semelhante, ao contrário de França. Saliência para o *Portugal Chaffeur*, lançado em Coimbra, no ano de 1903, cuja especialidade era o automobilismo. Nota de destaque também para o *Tiro e Sport*, mencionado em cima que, entre 1904 e 1906, organizou o primeiro torneio interclubes de futebol, desporto em fase

embrionária. A despeito de várias dificuldades para se manter no ativo, o periódico, considerado o “mais importante desde 1904”, extinguiu-se apenas em 1913. Nesta fase, o bissemanário lisboeta<sup>5</sup> *Os Sports*, dedicado às modalidades de automobilismo, ciclismo, futebol, hipismo e natação, evidenciou-se com 363 edições durante quatro anos (1905-1909). Os jornais continuavam a assumir funções de propaganda do desporto, de forma a contrariar o “sport da barriga e culinário”.

No período pós-primeira grande guerra, entre 1910 e 1920, houve uma espécie de rejuvenescimento nas redações: a entrada de indivíduos mais jovens levou à diminuição da ‘crítica desportiva’ e os cronistas desportivos tornaram-se “mais repórteres que doutrinários”. Em 1911, numa altura em que a imprensa desportiva “vivia um período tranquilo e consensual”, existiu uma primeira tentativa para a criação da Associação dos Jornalistas (*ibid.*, pp. 88-115)

A roçar a segunda década do século XX, o *Sport de Lisboa* detinha a hegemonia da imprensa desportiva, apesar do aparecimento do periódico *O Vermelho* (1919) - apenas 21 edições -, e o bissemanário *Os Sports*<sup>6</sup>. A revista semanal *Football* (1920), formada, entre outros, pelo icónico Cândido Oliveira (primeiro capitão da Seleção Nacional) veio a público como um “trabalho jornalístico fundamental para dar uma nova dignidade ao jornalismo desportivo” (*ibid.*, pp. 119-120). Contrariamente ao que se fez até 1910 - aparecimento de 4 a 5 publicações desportivas por ano -, em 1921 o paradigma alterou-se, principalmente, por causa da popularização do futebol.

Este súbito advento, que se prolongaria nos anos seguintes, ficou a dever-se, em grande medida, à gradual popularização do fenómeno desportivo, em especial o futebol, que viu no ano seguinte organizar-se a primeira prova de cariz nacional: o Campeonato de Portugal. Esta competição acarretou um natural aumento das rivalidades futebolísticas, quer entre clubes quer entre regiões, contribuindo para a criação de periódicos que defendessem cada uma das fações. Aliada a estes fatores esteve também a ligeira melhoria das condições económicas que rodeavam a própria imprensa, fruto do fim da guerra (...) (Pinheiro, 2010, p. 125)

É desta forma que se entabula a progressiva regionalização do jornalismo desportivo generalista. Quebra-se, assim, a centralização lisboeta<sup>7</sup> e, em segunda instância, do Porto. Nos anos seguintes, foram várias as tentativas para criar uma Associação de Jornalistas: em 1922, a Associação de Jornalistas Desportivos, em 1925, o Sindicato dos Jornalistas Desportivos e em 1928, o Grémio dos Jornalistas Desportivos. Nesta altura, a profissionalização no jornalismo desportivo ainda não era absoluta em Portugal, existia uma

---

<sup>5</sup> No espaço de 1905-1910, surgiram em Portugal nove periódicos desportivos generalistas, todos eles na cidade de Lisboa.

<sup>6</sup> A relação entre *O Sport de Lisboa* e *Os Sports* não era pacífica. Um dos motivos discordantes estava relacionado com a remuneração dos jornalistas desportivos d’*Os Sports*, contrariamente ao amadorismo na redação d’*O Sport de Lisboa*. *O Sport de Lisboa* defendia o desporto como causa, *Os Sports* achavam legítima a remuneração pelo trabalho. (Pinheiro, 2010, p. 119)

<sup>7</sup> “Entre 1911 e 1920, das 43 publicações periódicas desportivas que surgiram, 30 concentraram-se em Lisboa, quatro no Porto e nove no resto do país, o que deixa em evidência a clara primazia da capital” (Pinheiro, 2010, p. 128-129)

“desunião reinante no meio”, o que dificultava a criação de uma agremiação nacional. A seleção lusa parecia a única ponte capaz de ligar a imprensa desportiva das várias regiões do país, especialmente entre Lisboa-Porto, e só em 1926, data em que se realizou o primeiro encontro de Portugal na cidade invicta, é que as relações se estreitaram. Aliás, dentro destas tréguas pontuais, o motivo estava quase sempre ligado às seleções nacionais, mormente a de futebol. Nos Jogos Olímpicos de 1928 em Amsterdão, por exemplo, a campanha positiva da equipa das quinas - atingiu os quartos-de-final da competição -, ajudou “a unir o jornalismo desportivo” (ibid., pp. 134-210). A seleção no topo da hierarquia do desporto nacional ganhou maior pujança com a criação do jornal *A Bola* na década de 40. Conforme enuncia Coelho (2004, p. 31) “desde a sua fundação, em 1945, o jornal *A Bola* insiste na suprema importância da representação nacional e considera todos os outros interesses e dimensões do futebol luso como secundários em relação àquela”.

Em 1925, regista-se novo marco importante: um dos periódicos mais famigerados na altura, *O Sporting* (jornal desportivo que ajudou à consolidação portuense), decide avançar com a criação de um diário desportivo, influenciado pelo aproximar dos Jogos Olímpicos de Paris 1924. Com mais matéria noticiosa para analisar, *O Sporting* suspende atividade e dá lugar ao *Diário de Sport*. Após 63 publicações os papéis inverteram-se, “problemas de ordem financeira e de fornecimento de papel para impressão” levaram à suspensão, e o semanário *Sporting* regressou ao ativo. (Pinheiro, 2010, pp. 160-161)

Antes do aparecimento dos dois diários desportivos pioneiros dos dias de hoje, *A Bola* (1945) e o *Record* (1949), deu-se uma fase de expansão acelerada, entre 1924 e 1926 (ibid., p. 168). Segundo Lemos (2006, p. 4), é por esta altura que se dá “o nascimento do jornalismo desportivo em Portugal, uma vez que se assistiu a uma integração do desporto no mundo do lazer e dos tempos livres”.

Nos anos seguintes, o domínio pertenceu ao jornal *Os Sports*, apesar da criação da revista *Stadium*, que transfigurou o mercado “graças a um excelente grafismo, papel e qualidade de impressão” e contribuiu para o fim do *Sport de Lisboa* (1932), 1137 edições depois (Pinheiro, 2010, p. 191-192). De acordo com Sousa (2008, p. 65) os jornais da época “cobriam foto-jornalisticamente (...) os acontecimentos desportivos de particular dimensão, como o Grande Circuito Hípico de Portugal, em 1925, ou as Voltas a Portugal em Bicicleta, que se iniciam em 1927, os acidentes e alguns fait-divers do quotidiano”.

Saliência aos semanários *A Bola* (1932-1934) e *Futebol* (1935), que lograram algumas edições antes do conturbado período vivido na II Guerra Mundial (1939-1945) (Pinheiro, 2010, p. 196). Entre 1937 e 1938, assistiu-se a uma “mudança de paradigma na evolução da imprensa desportiva portuguesa”, onde, de forma exponencial, decresceu o número de novas publicações. Os principais motivos para esta alteração foram os seguintes (ibid., pp. 245-246):

1. “Consolidação definitiva de alguns periódicos desportivos generalistas nos principais centros urbanos”
2. Estabilização da situação profissional dos principais jornalistas desportivos
3. “Redução do filão que procedia diretamente da atividade desportiva, em especial do futebol” (Cândido de Oliveira e Ribeiro dos Reis à cabeça)
4. Devido à consolidação redatorial, os aspirantes à profissão abdicavam de partir para novos projetos. Em detrimento, juntavam-se às redações já existentes.

Os jornais *Sporting* e *O Norte Desportivo* (sediados no Porto), *Os Sports* e a revista *Stadium* (com sede em Lisboa) lideraram o mercado nacional durante o período belicoso; *A Voz Desportiva* (Coimbra), *O Correio Desportivo* (Funchal) e *Angola Desportiva* (Luanda) destacaram-se a nível regional. No entanto, como seria de esperar, todos estes periódicos foram afetados a vários níveis e, mais tarde ou mais cedo, obrigados a fechar portas. Em 1945, surge o jornal *A Bola*, o que levou à cessação d’*Os Sports*, transformado, com o propósito de aumentar o número de leitores, em *Mundo Desportivo*. Estes dois periódicos seriam os únicos, dos criados entre 1939 e 1945, a consolidar-se “no meio desportivo português” (ibid., pp. 254-256)

Em pleno Estado Novo, os jornais estavam obrigados a cuidados redobrados e muitos deles chegaram a ser censurados. O caso mais sintomático aconteceu quando três jogadores do Belenenses (Mariano Amaro, Artur Quaresma e José Simões), ao serviço da seleção nacional, não respeitaram a saudação fascista e os jornais se viram privados de no dia seguinte publicar imagens e informações sobre o acontecimento (ibid., p. 271). Não obstante a rigidez imposta pelo regime ditatorial, a verdade é que, segundo Matos, o jornalismo desportivo gozava de um estatuto especial: “talvez por estar menos sujeito à censura, soube dinamizar a sua ação, tornando-se mais interveniente e agressivo nas entrevistas e nos comentários, por exemplo, do que podia sê-lo no jornalismo de informação geral” (2006, p. 10). Uma ideia corroborada por Sousa, que salienta os jornais desportivos *Record* e *A Bola* como oposicionistas do fascismo.

Apesar de tudo, alguma imprensa conseguia, insidiosamente, fazer algumas críticas ao regime, ajudada por uma censura exercida por funcionários nem sempre suficientemente cultos e inteligentes para se aperceberem do alcance de determinadas palavras. A imprensa desportiva, em que pontificavam os jornais *A Bola* (1945) e *Record* (1949), não era exceção (Sousa, 2008, p. 60)

A II Grande Guerra coincidiu com a estabilização do jornalismo desportivo generalista, conforme afirma Pinheiro (2010, p. 438) “A partir do início dos anos 1940, a linha geradora de novos periódicos termina definitivamente, mantendo-se, no entanto, o espírito de missão pela causa desportiva”.

## 2.2. A imprensa desportiva no contexto do jornalismo desportivo

Terminado o pelego mundial (1946-1953) destaca-se a criação de um dos maiores diários desportivos contemporâneos, *O Record*, originalmente enquanto semanário (ibid., p. 277). Reconhecido mais tarde como arquirrival d' *A Bola*, começou por sair para as bancas apenas aos sábados. No entanto, isso comportava um problema, pois a maioria das competições tinha lugar aos domingos. Por “não ter sentido apresentar reportagens de jogos que se tinham realizado há seis dias”, a opção recaiu “em antecipar a jornada que iria suceder no Domingo” (Curto, 2006, p. 599).

Na década de 50, a par de si, *A Bola*, *Mundo Desportivo*, *O Norte Desportivo*, *A Voz Desportiva*, *Correio Desportivo* e o *Angola Desportiva* eram os periódicos dominantes do mercado, numa altura em que o jornalismo desportivo dava passos graduais para a profissionalização (Pinheiro, 2010, pp. 291-294). Apesar disso, só em 1972 o Sindicato dos Jornalistas adjudicou “a filiação de radiojornalistas, cinejornalistas, jornalistas da imprensa desportiva e outras especializações profissionais”, estatuto gozado durante muitos anos apenas por “profissionais da imprensa diária e semanal nacional” (Sousa, 2008, p. 82)

A rádio consolida-se no panorama desportivo português por esta altura, com duas modalidades a conquistar grande notoriedade: o futebol e o ciclismo. Em 1957 aparece a televisão e, na edição experimental da Rádio Televisão Portuguesa (RTP), um ano antes, surge a rubrica *Revista Desportiva*. Paulatinamente, o pequeno ecrã iniciou a transmissão de partidas de futebol, um sinal que, desde logo, abriu perspectivas a uma ligação duradoura. Nas décadas de 70 e 80 o realce passou a ser ainda maior, num trajeto ascendente ao longo dos anos vindouros. Pelo meio, Ribeiro Cristóvão criou o programa *Bola Branca* - uma novidade na época -, ainda hoje um dos mais ouvidos em Portugal (Pinheiro, 2010, pp. 314-386).

Entre 1958 e 1974, altura da Revolução dos Cravos, o *Record* (bissemanário), o *Mundo Desportivo* (trissemanário) e *A Bola* (trissemanário) detinham a hegemonia da imprensa periódica desportiva. A dois anos da entrada no decénio de 60, morre Cândido de Oliveira, nome insigne do desporto nacional e do jornalismo desportivo. A tragédia ajudou a serenar os ânimos entre a imprensa desportiva nacional até certo ponto. Durante este período, não obstante as conquistas europeias do SL Benfica (5 finais!) - no período mais glorioso da sua história -, surgiram poucas publicações na imprensa desportiva devido, em grande parte, a preeminência dos periódicos em cima referidos.

A queda do regime ditatorial revolucionou o modo operacional dos periódicos, que passaram, manifestamente, a ter mais liberdade no conteúdo noticiado. *A Bola*, por exemplo, acusada por alguns de ser conivente com o regime, procedeu “a uma clara inversão discursiva”, aliada a mudança nos painéis de jornalistas e diretor. Coelho (2004, p. 33-34) refere a “assunção de

culpa do jornal por ter contribuído durante o Estado Novo para um país que o que “queria era futebol”, essa “má experiência” que foi “estar dentro do mal durante tantos anos”. Cúmplice “do regime totalitário na defesa de um “certo” Portugal”, o periódico procurou, nos tempos seguintes, romper com a ideia de dependência “de uma equipa de futebol”. Porém, como explica o sociólogo, “esta inversão discursiva duraria pouco, e passado o tempo do entusiasmo revolucionário rapidamente se voltou à identificação seleção-nação nas páginas de *A Bola*, como na generalidade dos jornais desportivos e não só”.

O ano de 1976 assume-se como uma espécie de transição entre jornalismo desportivo pré e pós Jorge Nuno Pinto da Costa, conforme detalha Fernando Pinheiro. “A ascensão vitoriosa da equipa de futebol do FC Porto e a personalidade frontal de Jorge Nuno Pinto da Costa contribuíram e alimentariam um ambiente de conflitualidade permanente no mundo da bola e do jornalismo desportivo”. Entre várias declarações polémicas, o presidente portista incandesceu a rivalidade já existente entre Norte-Sul. “A condição para que não houvesse guerra Norte-Sul era o Norte abdicar, entregar os trunfos ao Sul. Era uma espécie de paz podre, em que o Sul mandava e o Norte assistia” (Pinheiro, 2010, p. 362).

Marcada pelo aparecimento de importantes impressos, como o *Ténis* e a *Golf Magazine*, foi na década de 80 o nascimento do terceiro maior jornal desportivo hodierno, *O Jogo*. Com sede no Porto, por contraste com a grande maioria de publicações na capital portuguesa, abriu portas em 1985, sob a chancela de Serafim Ferreira. Entretanto, o *Mundo Desportivo* e o *O Norte Desportivo*, muito tempo no pináculo da informação desportiva, entraram em fase de declínio e desapareceram. No reverso da medalha, o *Record* e *A Bola* “reforçaram as suas vendas e notoriedade editorial” e afirmaram-se em definitivo como as duas potências deste género jornalístico. (ibid., p. 373)

Nos 15 anos seguintes o número de periódicos desportivos aumentou bastante, com 90 das 211 publicações a pertencerem ao jornalismo especializado. Entre as várias temáticas, incluem-se automobilismo, golfe, hipismo e desportos todo-o-terreno. Nesta altura, com a maior mediatização, os desportistas, particularmente jogadores de futebol, começaram a gozar do estatuto de “heróis”. O atletismo seguia logo em segundo plano, muito por culpa dos feitos olímpicos de Carlos Lopes (maratona, Los Angeles, 1984), Rosa Mota (Seul-1988) e Fernanda Ribeiro (Atlanta, 1996, 10.000 metros) (ibid., pp. 393-401). No entender de Torrijos (2012, p. 78) o jornalismo desportivo é capaz de, através da “grande capacidade de atração do desporto”, potencializar os feitos alcançados pelos atletas e, ao mesmo tempo, permite ao público ser parte do sucesso coletivo “mediante o consumo de notícias desportivas”.

Em 1995, dá-se a consolidação definitiva de uma imprensa desportiva diária: *A Bola* deu os primeiros passos para a mudança e o *Record* - arquirrival -, seguiu-lhe as pisadas quase de seguida. O portuense *O Jogo* não quis perder a corrida, mas as vendas irrisórias obrigaram-no

a voltar a trissemanário durante um tempo. Esse estatuto foi recuperado apenas em 1995, depois de se consumarem alterações em termos de proprietário. O jornal passou, então, a ser disponibilizado em duas edições: Edição Norte (Porto) e Edição Sul (Lisboa). (Pinheiro, 2010, pp. 410-412).

A presença de três diários desportivos num mercado como o português despertou inicialmente muitas dúvidas, não tanto ligadas à existência de leitores e apoios publicitários, mas sim à existência diária de notícias de interesse (...). Passou a haver um redobrado interesse pelo contexto exterior ao jogo, virando-se os jornalistas para os bastidores (Pinheiro, 2010, p. 419)

No advento da década de 1990 surgem em Portugal os canais privados (SIC e TVI), e o desporto constituiu, desde logo, um meio para atingir grandes audiências. O desenvolvimento do jornalismo desportivo nestes anos, as rivalidades futebolísticas e regionais (incidência Norte vs. Sul) levaram a que muitos jornalistas tivessem sido alvo de agressões, nomeadamente no Estádio das Antas. (ibid., pp. 412-416)

Nos anos seguintes, o *Record* e *A Bola* começaram a atingir vendas superiores aos jornais de informação geral<sup>8</sup> (ibid., p. 420). A procura por informação desportiva não mais parou de crescer, porém, nos dias de hoje, a vereda dos três diários desportivos passa por compatibilizar a produção informativa para o papel e para o digital.

### 2.3. A futebolização do jornalismo e da imprensa desportiva

O futebol ocupa um espaço monopolizador no jornalismo desportivo em Portugal. Ao folhear um jornal desportivo - *A Bola*<sup>9</sup>, *O Jogo*, *Record* -, percebe-se que 80% (ou mais) do conteúdo se prende com notícias futebolísticas; o espaço do Telejornal dedicado a notícias desportivas raramente atribui ênfase às outras modalidades; ao passo que as estações de rádio também acabam por elevar o ludopédio. Hugo Gilberto, jornalista desportivo nacional, referia em 2010 que “a área do desporto em Portugal é o futebol”, sustentado no facto incontornável de os jornais da área dedicarem um número exíguo de páginas às restantes modalidades. Tudo isto, a seu ver, está umbilicalmente ligado ao fator económico - seja em termos de vendas de jornais ou audiências -, e chega-se ao extremo de “os pormenores de um treino de quinze minutos serem levados ao ínfimo para encher, no mínimo, duas páginas do jornal”. O comunicador ironiza até a questão, afirmando tratar-se de “uma grande medida de criatividade”<sup>10</sup>. O público tem quota-parte de responsabilidade na matéria, pois o consumo de

---

<sup>8</sup> Em 1996, os jornais desportivos diários (*Record*, *A Bola* e *O Jogo*) vendiam, no conjunto, cerca de 250 mil exemplares diários. Era preciso somar as vendas dos quatro principais diários generalistas (*Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã*, *Público* e *Diário de Notícias*) para se chegar a um valor semelhante - 260 mil (Pinheiro, 2010, p. 420)

<sup>9</sup> José Torrijos, na sua obra *La futbolización de la información deportiva* procedeu a um estudo de caso focado em quatro diários desportivos europeus, entre os quais *A Bola*. Após 31 dias de análise, o pesquisador concluiu que 100% dos temas de abertura do jornal estavam ligados ao futebol.

<sup>10</sup> Baseado em artigo do site: <http://jornalismoespecializado.blogs.sapo.pt/5492.html> (consultado a 13 de maio de 2017)

informação desportiva está muitas vezes preso a notícias triviais - de que são caso “conflitos na vida privada” ou “escândalos”. Para Messa (2005, p. 2), “o leitor-espetador não quer entender o desporto, não quer aprofundar o seu conhecimento sobre desporto”, mais interessado em “conteúdos menos informativos” pouco relacionados com a “temática puramente desportiva” (Torrijos, 2012, pp. 85-88).

Na perspetiva de Alcoba (1993, p. 74) “é impossível oferecer uma receita mágica” para o tratamento do jornalismo desportivo nos meios de comunicação. As preferências em termos de modalidades variam de país para país: na Índia e no Paquistão o desporto-rei é o hóquei, nos Estados Unidos a simpatia recai principalmente no futebol americano e no basebol, ao passo que na Suíça e na Áustria é dada uma atenção muito grande ao ski.

O autor ressalta que muitos desportos minoritários, como por exemplo a caça, contam com mais praticantes que os conhecidos desportos de massas, porém, os mesmos não pertencem ao mundo do espetáculo. Toda esta justificação, no seu entender, está relacionada com interesses comerciais e não desportivos, o que coloca, desde logo, entraves gigantes à mediatização das modalidades periféricas. Entende Leandro (2008, p. 67) assistir-se a “uma tendência de valorização extrema do desporto mediante as necessidades de ampliação das vendas por parte dos veículos, dentro da lógica comercial do lucro”.

A conquista de medalhas olímpicas, campeonatos mundiais e europeus ou prestações distintas de atletas - ao nível da elite mundial - são as únicas ocasiões em que a imprensa dá algum destaque aos desportos periféricos (Alcoba, 1993, pp. 75-77). Em Espanha aconteceu nos últimos anos com o tenista Rafael Nadal, o piloto de Fórmula 1 (F1) Fernando Alonso, o basquetebolista Pau Gasol ou o ciclista Alberto Contador. Apenas feitos de grande dimensão mundial parecem levar o público a indagar sobre outras modalidades (Torrijos, 2012, p. 84).

Falou-se sobretudo do caso espanhol, porém, encontram-se grandes similitudes no português, como veremos ratificado adiante - e como vimos, desde logo, nas palavras de Hugo Gilberto.

A FIFA (Federação Internacional de Futebol) possui mais associados que a ONU (Organização das Nações Unidas), o que pode ser entendido como um indício de que o significado do futebol é compreendido e adotado por países com as mais diferentes culturas e crenças políticas. (Aguiar & Prochnik, 2012, p. 301)

Los contenidos deportivos en las portadas

Informaciones de apertura				
	<i>A Bola</i>	<i>Marca</i>	<i>La Gazzetta</i>	<i>L'Équipe</i>
Fútbol	100%	96%	90%	51%
Otros deportes	0%	4%	10%	49%

Informaciones secundarias				
	<i>A Bola</i>	<i>Marca</i>	<i>La Gazzetta</i>	<i>L'Équipe</i>
Fútbol	100%	90%	80%	58%
Otros deportes	0%	10%	20%	42%

Informaciones de rango inferior				
	<i>A Bola</i>	<i>Marca</i>	<i>La Gazzetta</i>	<i>L'Équipe</i>
Fútbol	94%	72%	67%	36%
Otros deportes	6%	28%	33%	64%

**Tabela 1.** *Los contenidos deportivos en las portadas* (Conteúdo desportivo nas capas)  
**Fonte:** José Torrijos - *La futbolización de la información deportiva* (A futebolização do jornalismo desportivo) (2012, p. 87)

A tabela 1 resulta de um estudo feito por Torrijos sobre quatro diários desportivos europeus: *A Bola* (Portugal), *Marca* (Espanha), *La Gazzetta* (Itália) e *L'Équipe* (França). Como se pode verificar, apenas no caso francês há simetria entre referências de futebol e as restantes modalidades. Nos três quesitos analisados - Informaciones de apertura (Informações de abertura, principais), Informaciones secundarias (Informações secundárias) e Informaciones de rango inferior (Informações de menor alcance) -, *A Bola* é o maior expoente de informação futebolística, apesar de a *Marca* e *La Gazzetta* só terem desviado o 'fio condutor' devido ao falecimento do piloto Marco Simoncelli. Além disso, os periódicos falam, tendencialmente, dos clubes da cidade em que estão filiados: no caso d' *A Bola*, 58% das informações têm ligação ao Sport Lisboa e Benfica (SLB) e 19% ao Sporting Clube de Portugal (SCP) (Torrijos, 2012, p. 86).

Com suporte nos resultados das audiências nacionais em 2016, descortinam-se mais dados do monopólio futebolístico: o top 10 de Programas do ano passado, elaborado pela agência de meios *Initiative*, corresponde, por inteiro, a jogos de futebol (ver anexo 1).

O facto de 2016 ter sido ano de Campeonato Europeu - ainda para mais perante a grande campanha da seleção nacional - pode suscitar algumas dúvidas, porém, se atentarmos no ranking dos 12 meses antecedentes, rapidamente se dissipam. Em 2015, o top-20 generalista contemplou somente duas telenovelas (na 15ª e 20ª posições), ao passo que os lugares remanescentes pertenceram a encontros de futebol - o jogo que opôs o Bayern de Munique ao FC Porto foi o mais assistido, com uma audiência de 2.5 milhões de espetadores. Se recuarmos dois anos, os resultados patenteiam maior supremacia, com as vinte primeiras posições a serem rubricadas pelo mesmo tipo de conteúdo - não se negligencie que 2014 foi ano de Campeonato do Mundo, principal competição do futebol internacional.

Relativamente aos canais por cabo, a estação televisiva *Sporttv* apresenta resultados indicativos de sucesso, com ênfase nas transmissões de jogos de futebol. As presenças nos rankings televisivos são uma constante e, se adicionarmos o facto de ser um canal *premium*, o realce acaba por ser ainda maior. Para além do fator económico, Aguiar e Prochnik (2012, pp. 301-302) acrescentam a “capacidade de entretenimento” do futebol e, no tópico das seleções nacionais, a emotividade sobe de patamar, personificada através de sentimentos como “rivalidade, polémica, grandes vitórias e derrotas desoladoras”. Nestes casos, curiosamente, o jornalista desportivo é quase obrigado a assumir uma postura chauvinista. Nas palavras de Coelho (2004, p. 29), “é uma espécie de obrigação moral”, com vocábulos como ‘nós’, ‘eles’, os ‘nossos’ a serem empregues “sem qualquer tipo de problema”.

Entre todos os desportos, o futebol é aquele que tem uma expressão verdadeiramente global sendo, por isso, aquele que mais paixões, e milhões, move no mundo. Não é por isso de estranhar que ocupe igualmente maior espaço nos *media* desportivos, seja na imprensa, na rádio, na televisão ou na Internet. (Giacomelli & Canavilhas, 2015, p. 154)

Segundo dados da plataforma “NetPapers.com.”<sup>11</sup>, o diário desportivo *A Bola*, com conteúdo maioritariamente futebolístico, continua a assumir-se como o mais lido em Portugal, ao passo que os outros dois, *O Jogo* - comercializado em Lisboa - e *Record*, também figuram no top-10 - terceira e nona posições, respetivamente.

A título de curiosidade, saliência para o facto de no top-10 de páginas com mais *likes* na rede social *Facebook* estarem presentes quatro futebolistas - um *ranking* liderado por Cristiano Ronaldo, com 121.111.019 de fãs. Se amplificarmos a pesquisa até ao top-20, as páginas de FC Porto (11º), SL Benfica (14º), Ricardo Quaresma (15º) e Seleções de Portugal (16º) surgem na equação - dados reveladores do domínio futebolístico na rede social mais utilizada no globo<sup>12</sup>. No que concerne aos *blogs*, a posição pioneira pertence à plataforma *Visão de Mercado*, que segue uma lógica similar à dos diários desportivos.

O fenómeno da globalização conferiu ao futebol uma faceta que, apesar de existir, não assumia os contornos atuais - a faceta económica. A Lei *Bosman*, efetivada no final da época de 90 e que, sucintamente, permite aos jogadores “livre-trânsito” - entra em cena o “trabalho comunitário europeu” - foi uma das principais medidas a despoletar o aparecimento dos empresários no futebol. Esta influência tem originado múltiplos temas de conversa e interesses económicos, e daí até aos contratos milionários que se verificam na época atual vai um pequeno passo. Uma dessas permutas está relacionada com os patrocínios dos clubes.

Os recentes contratos assinados pelos três maiores clubes em Portugal (SLB, SCP e FCP) com as operadoras Meo e Nos são mais um reflexo do que o futebol representa, neste caso, a nível

---

<sup>11</sup> Dados recolhidos em <http://www.netpapers.com/jornais-mais-lidos-pais/portugal> (consultado a 12 de maio de 2017)

<sup>12</sup> Dados recolhidos em <http://www.rankupt.com/index.php/paginas> (consultado a 25 de maio de 2017)

doméstico. No total, as operadoras desembolsaram perto de 1400 milhões de euros para assegurar os direitos desportivos dos três emblemas. As restantes modalidades apresentam uma distância enorme destes valores, sendo por isso incapazes de dar resposta a este açambarque. O futebol é, indubitavelmente, uma grande fonte de receitas, fator que redundava em disputas acasas pelos direitos desportivos das equipas.

No entanto, os jornalistas desportivos não podem negligenciar questões éticas, tais como “interesse público, dever de informar corretamente, apuramento dos factos e narração dos acontecimentos de acordo com a deontologia.” A propósito, Finger & Oselame (2014, p. 462) defendem que, muitas vezes, “os valores-notícia são desvirtuados em nome da audiência e da necessidade de vender um determinado produto/evento desportivo”. É nesse âmbito que urge falar do *infotainment* no jornalismo desportivo.

Como vimos, o futebol consegue retirar proveitos económicos, resultantes da elevada mediatização e, na outra face da moeda, os *media* beneficiam das elevadas audiências/vendas que a modalidade despoleta. Contudo, no entender de alguns autores, os fundamentos dessa supremacia colocam, muitas vezes, em causa a própria notícia: “um dos riscos a que o profissional de televisão está exposto é o de pagar qualquer preço - até mesmo o da própria notícia - para atender à necessidade de construção de uma matéria atraente para o telespectador” (Oselame, 2015, p. 41). Padeiro (2015, p. 10), salienta que “o relato jornalístico, seja na televisão, na Internet, no rádio e na própria imprensa escrita, rende-se largamente ao entretenimento para cativar o público consumidor”.

Segundo António Tadeia, jornalista e comentador desportivo português, o jornal *Marca* é o “exponente máximo deste género de ‘jornalismo’”<sup>13</sup>. O analista sublinha que a aproximação às relações públicas - “com a glorificação permanente dos seus campeões” - a partir do final da década de 90 “lhe permitiu ser o único jornal desportivo europeu a não perder vendas no trágico ano de 2002”. Barbeiro & Rangel (2006, p. 13) alertam para a confusão frequente de jornalismo “com o puro entretenimento”, numa linha de raciocínio seguida por Bezerra.

Hoje, o foco principal é buscar informações curiosas, imagens engraçadas e lances divertidos das competições. A linguagem, aliada a muitos recursos visuais, beira o humor. O relato da notícia, a informação em si, é praticamente deixado em segundo plano (Bezerra apud. Pereira, 2011, p. 31)

Em entrevista, Dejavite, pesquisadora brasileira da temática, considera que a “comunicação hoje não pode ser feita sem entretenimento”. O impresso deu o mote, “pois já trazia notícias cujo objetivo era mais entreter do que informar”, seguindo-se a rádio e a televisão. A autora explica que “para o leitor, o telespectador ou o usuário, entretenimento não é antónimo de informação. Para ele, o contrário de informação é aquela notícia que não o atrai”. Em pleno

---

<sup>13</sup> Dados recolhidos em <http://antoniotadeia.com/article/178/> (consultado a 31 de maio de 2017)

século XXI, “com esse boom de tecnologia”, os *smartphones*, por exemplo, são “uma junção de tudo”, pois compilam “comunicação, informação, entretenimento, agenda, um computador” (Padeiro, 2015, pp. 16-17).

As plataformas de informação desportiva em Portugal são ilustrativas disso mesmo, com situações insólitas, vídeos engraçados e foto-galerias de mulheres (muitas vezes esposas de desportistas)<sup>14</sup> a terem secções específicas dentro do *website*. Numa entrevista recente a João Folgado (2017), Bernardo Ribeiro, diretor-adjunto do *Record*, explicou a aposta neste tipo de conteúdo. “Tem muito a ver com a natureza dos homens. No início era muito a relação do desporto com isso, era a namorada daquele jogador, a mulher de outro, foi assim que começou e depois desenvolveu-se”.

Os interesses do público sobrepõem-se, portanto, a tudo o resto, conforme defende Fonseca (*apud* Oselame, p. 41): “a lógica capitalista dominante no negócio jornalismo provoca mudanças nos critérios de noticiabilidade. Os critérios de relevância e interesse público cedem lugar para os de interesse do público”.

O debate oscila ora entre o desencantamento com a perceção do fim do jornalismo tradicional e ora entre o reconhecimento de que o infoentretenimento é inevitável, é uma tendência da mídia contemporânea e que sempre deve ser considerado à luz das transformações culturais de nosso tempo, ou seja, da sociedade do espetáculo. (Oselame, 2015, p. 41)

Nas palavras do Papa Francisco, “o futebol, como determinadas disciplinas, tornou-se um grande *business!*”<sup>15</sup>. Como epílogo, os *media* procuram dar resposta às necessidades dos seus consumidores e, concomitantemente, gerar receitas quantiosas.

---

<sup>14</sup> Dados recolhidos em: <http://www.record.pt/multimedia/fotogalerias/fotos/detalhe/estas-sao-as-trinta-mulheres-mais-desejadas-do-mundo.html#/0> (Consultado a 2 de setembro de 2017)

<sup>15</sup> Dados recolhidos em [https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/speeches/2013/august/documents/papa-francesco\\_20130813\\_squadre-nazionali-argentina-italia.html](https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/speeches/2013/august/documents/papa-francesco_20130813_squadre-nazionali-argentina-italia.html) (consultado a 26 de maio de 2017)



## Capítulo 3. Do papel ao *online*: os desafios do jornalismo desportivo

### 3.1. O jornalismo desportivo na *web*

Nos dias que correm existem três diários desportivos em Portugal, *A Bola* (1945), *Record* (1949) e o *O Jogo* (1985). Nativamente impressos, deparam-se com duas realidades distintas, por via do aparecimento da informação digital. Existem laivos de quebra nas vendas de jornais em papel e a causa parece estar intimamente relacionada com o jornalismo na *web*. De forma a confirmar o declínio, apresentam-se, de seguida, duas tabelas com dados relativos às tiragens/vendas dos jornais *O Jogo* e *Record* (período compreendido entre 2010-2016), baseadas nos números da Associação Portuguesa de Controlo e Tiragem (APCT)<sup>16</sup> (ver anexo 2)

Jornal <i>O Jogo</i> - Tiragens/Vendas (2010-2016) - Valores em média							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tiragens	49633	48120	42533	38355	35233	32586	31223
Diferença (ano para ano)	(-)	1513	5587	4178	3122	2647	1363
Diferença 2010-2016 (total)	18410						
Vendas (circulação)	29947	28395	23889	23536	23165	21275	20450
Diferença (ano para ano)	(-)	1552	4506	353	371	1890	825
Diferença 2010-2016 (total)	9497						

Tabela 2 - Tiragens/Vendas Jornal *O Jogo* (2010-2016)

Jornal <i>Record</i> - Tiragens/Vendas (2010-2016) - Valores em média							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tiragens	112990	105219	97740	86528	81325	80099	78200
Diferença (ano para ano)	(-)	7771	7479	11212	5203	1226	1899
Diferença 2010-2016 (total)	29615						
Vendas (circulação)	70718	63438	56241	52516	48380	46722	42291
Diferença (ano para ano)	(-)	7280	7197	3725	4136	1658	4431
Diferença 2010-2016 (total)	28427						

Tabela 3 - Tiragens/Vendas Jornal *Record* (2010-2016)

Ao analisar as duas tabelas percebe-se que o decréscimo, quer nas tiragens, quer nas vendas se acentua cada vez mais. No caso d'*O Jogo* foram vendidos, em média, menos 9497 exemplares no espaço de seis anos (2010-2016). No caso do jornal *Record*, a realidade é mais gritante: em 2016 venderam-se, em média, menos 28427 jornais que em 2010. No ano vigente

<sup>16</sup> Dados recolhidos em: [http://www.apct.pt/Analise\\_simples.php](http://www.apct.pt/Analise_simples.php) (consultado a 20 de maio de 2017 e 20 de setembro de 2017). O Jornal *A Bola* não consta na base de dados da APCT, daí não ser considerado na análise.

(ver anexo 2), apesar de só ser possível à data consultar dados dos primeiros 3 bimestres, mantém-se a toada decrescente.

Os dados são reveladores do novo paradigma que se vive no jornalismo desportivo. Pode afirmar-se, por isso, que o papel “tem os dias contados”? É de todo oportuno abordar o espaço para onde a informação noticiosa está a migrar, num processo de constantes atualizações. Fala-se, pois, da informação digital.

O aparecimento da informação digital está ligado à criação da Internet, que revolucionou não só o jornalismo (desportivo) como a sociedade em geral. Na época contemporânea, o homem tem possibilidade de fazer transações financeiras de lados antípodas do Mundo, ler jornais sem sair de casa ou até recriar-se com o jogo que outrora só tinha possibilidade de jogar nas máquinas de café. Para Castells (2003, p. 8) “a Internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, em um momento escolhido, em escala global”. Assaz influenciadas por este fenómeno, todas as áreas da sociedade foram - casos mais vincados que outros - obrigadas a uma readaptação e, no entender de Padilha (2009, p. 2), a profissão de jornalista está no topo da pirâmide. “O jornalista contemporâneo tem que saber usufruir da *Web* como ferramenta básica para o seu trabalho. Ela está imposta à sua sobrevivência tanto quanto a escrita”.

A raiz da temática é explicada por Vidigal, desde o fleumático percurso atingido pelos meios de comunicação no final da década de 60, até às adaptações verificadas nos dias de hoje por força do digital:

Os meios tradicionais já estavam consolidados quando a Internet surgiu no final da década de 1960. O jornal impresso, a revista, o rádio e a televisão já desfrutavam de significativa legitimidade e, ao mesmo tempo, disputavam a preferência do público. Com a criação do HTTP e do WWW por Tim Berners-Lee, foi possível promover a difusão da tecnologia que rapidamente transformaria a Comunicação, o Jornalismo, os seus modos de consumir e produzir (Vidigal, 2017, p. 4)

Aliás, sob prisma social, “não há outra atividade profissional para além do jornalismo que tenha como objetivo primordial proporcionar diariamente a leitores, ouvintes, telespectadores ou internautas um retrato da sociedade em que eles estão inseridos” (Oselame, 2015, p. 40).

Os jornais - não só os desportivos - têm hoje possibilidade de informar os leitores ao minuto. O mercado de transferências no futebol é um bom exemplo disso mesmo: se for anunciada a contratação relâmpago de um jogador para clube X às 15 horas, é possível noticiar no imediato. Na versão impressa a notícia só aparece no dia seguinte e, desse modo, acabará por perder atualidade. Consequentemente - se seguirmos esta linha de raciocínio -, as vendas dos jornais impressos decrescerão.

Por enquanto, os jornais impressos e digitais coabitam em simultâneo, pelo menos em solo nacional. Apesar da facilidade no acesso à informação digital, continua a existir alguma parcela da sociedade com fidelidade ao papel. A propósito, Pessoa (2014, pp. 5-6) salienta que “apesar de chegar às bancas, em via de regra, somente um dia após o acontecimento dos factos, a modalidade destaca-se pela profundidade de informações e as análises contextualizadas em relação aos factos”. Uma visão partilhada por Bradshaw que, no entanto, sublinha o crescimento da informação digital. “A cobertura *online* de notícias tem crescido exponencialmente, enquanto a plataforma impressa está sendo usada mais para publicar detalhes e análises.” (Bradshaw, 2014, p. 128).

Um estudo recente de João Folgado (2017) ainda aponta o jornal impresso como preocupação central no caso do jornal *Record*, o que leva muitas vezes a disputas entre jornalistas focados no impresso e focados no *online*.

[...] várias vezes um jornalista do *online* pede uma informação ou confirmação a um dos jornalistas de uma das secções do impresso e esse jornalista ou diz que não sabe, não se esforçando para confirmar a história, ou simplesmente guarda a informação para si, sendo exclusiva do jornal do dia seguinte. Infelizmente, permanece a ideia de que os jornalistas do *online*, hierarquicamente, continuam um patamar abaixo em relação aos outros, não tanto ao nível da Direção, mas para os demais jornalistas da redação (Folgado, 2017, p. 70)

No reverso da medalha, por terras britânicas, o jornal *Independent* - quase três décadas de existência -, largou o papel no ano passado para se dedicar em exclusivo ao digital<sup>17</sup>. Uma tendência que Pedro J. Ramírez, ex-diretor do *El Mundo*, acredita vir a acentuar-se no prazo de 15 anos em plena Península Ibérica: “o sistema de *tablets* e *smartphones* é muito mais eficiente”, apesar de isso comportar um problema em termos de sustentabilidade, pois “há mais leitores que nunca graças ao digital, mas há menos jornalistas e menos dinheiro para financiar conteúdos de qualidade”.<sup>18</sup>

Em suma, as características de ambos diferem, os moldes de atuação são distintos, mas a finalidade principal de ambos é a mesma: informar.

### 3.2. Novas características para um *webjornalismo* desportivo

Como vimos, o advento da web 2.0 transfigurou sobremaneira o jornalismo, outrora apenas produzido em formato papel. Hoje em dia, a Internet assume-se, frequentemente, como um espaço de *avant-garde* a nível informativo, se tivermos em conta o seu universo em crescendo, num processo que, para os jornalistas, acarretou uma série de alterações

<sup>17</sup> Dados recolhidos em: <http://observador.pt/2016/03/26/the-independent-acaba-papel- ficam-as-capas/> (consultado a 2 de junho de 2017)

<sup>18</sup> O jornalista esteve presente em Lisboa há 3 anos para participar numa conferência sobre o poder dos *media*. Dados recolhidos em: <http://www.meiosepublicidade.pt/2014/05/pedro-j-ramirez-jornais- impressos-acabam-dentro-de-15-anos-e-no-online-so-ha-salvacao-com-conteudos-pagos/> (Consultado a 20 de maio de 2017)

relativamente ao meio tradicional. “Na rede” as notícias podem ser atualizadas ao minuto, existe a possibilidade de serem adicionados conteúdos multimédia aos textos produzidos e não há limitação de caracteres à escrita. Neste sentido entram em cena conceitos como hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, instantaneidade, personalização de conteúdo, memória e ubiquidade. É a sua compaginação a dar forma ao *webjornalismo* (Canavilhas et al, 2014, pp. 1-2).

A hipertextualidade está umbilicalmente ligada ao aparecimento da Internet. No comparativo com o papel, a linguagem na web deve obedecer a particularidades distintas, especificamente através do uso de blocos informativos. Se no primeiro caso a opção recai sobre a técnica de pirâmide invertida - apresentar as ideias numa lógica decrescente de importância -, no segundo “o texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (*links*), ou seja, num hipertexto” (Canavilhas, 2014, p. 4). No espaço digital, a notícia deve ser segmentada em quatro níveis de leitura (ver anexo 3):

- a) Unidade Base: “resumo do acontecimento” (o quê, quem, quando, onde)
- b) Explicação: complemento da informação inicial - ligação através de “uma só hiperligação” (como e porquê)
- c) Contextualização: aprofundamento das informações antecedentes
- d) Exploração: Conexões “com outras informações existentes no arquivo da publicação ou *sites* externos”

Sem limitações espaciais, o *webjornalista* tem mais margem de manobra na produção noticiosa, mas há que ter em atenção a aldeia global para quem se dirige, isto é, um público altamente dissemelhante em termos de preferências. De forma genérica, como explica Canavilhas (2014, p. 14) “o mais importante passa a ser a oferta de uma notícia com todos os contextos necessários, sem perder a homogeneidade global do trabalho”.

A Internet é o meio de excelência para aliar todos os recursos multimédia (desde o texto à vibração), utilizados parcialmente por outros meios como a rádio (monomedia - uso exclusivo do som), imprensa (combinação de texto e fotografia) ou a televisão (apesar de multivisual e multisonora, portanto multimédia, não reúne as mesmas potencialidades da *web*). Dentro de um vasto conjunto de elementos multimédia, “atualmente, quem desejar explorar ao máximo o potencial comunicativo da Internet necessita contar com excelentes dotes de escritor e com grandes aptidões para a narrativa gráfica e audiovisual” (Salaverria, 2014, p. 33). A multimedialidade, segundo o autor, abarca consigo oito elementos fundamentais: texto, fotografia, gráficos (iconografia e ilustrações), vídeo, animação, discurso oral, música e efeitos sonoros e vibração. Com as respetivas vicissitudes, “consumimos” cada um deles

através de três sentidos corporais: visão, audição e tato (vibração). Laivos futuros sugerem novos elementos multimédia que nos façam recorrer ao tato, olfato e paladar (ver anexo 4).

Capaz de intermediar a ligação entre a mensagem dos media e os recetores, a interatividade na *web* deve ser entendida de duas formas (ver anexo 5): interatividade seletiva, relacionada com a procura do utilizador mediante as opções de escolha que tem à disposição, ou, como diz Rost (2014, p. 57) “fazer coisas sobre os conteúdos de receção” (por exemplo: motores de busca ou menu de ligações semânticas presente em cada notícia); e interatividade comunicativa, em que o usuário assume o papel de produtor de conteúdos, isto é, “as possibilidades de comunicação e expressão que o utilizador tem entre os conteúdos do meio” (por exemplo: comentários abaixo das notícias, pesquisas ou blogues de cidadãos/as) (idid., p. 58)

O aparecimento da rádio, televisão e, posteriormente, da *web* modificou por completo a memória jornalística. Nas palavras de Palacios (2014, p. 91) o relato tornou-se “contínuo e ininterrupto, nas coberturas jornalísticas (24 horas por dia, sete dias por semana)”.

Nas notícias comemorativas, por exemplo, o jornalista recorre a peças “em arquivo” para recuperar informação relevante sobre determinado acontecimento ou pessoa. Presentemente, as ferramentas *online* permitem ter acesso constante aos ficheiros de repositório, aumentando o leque de “elementos de memória na produção de texto (comparações, analogias, etc.)”, assim como adendas hipertextuais indexadas (“Leia Mais; “Veja Também”, etc.) e (...) reportagens de cunho memorialístico” (Palacios, 2014, p. 97).

Instantaneidade em publicação é a mudança mais visível com a chegada da Internet. Afastado o *handicap* da finitude, “as notícias estão a ser produzidas sem as limitações do espaço físico que sustentava a organização das redações” (Bradshaw, 2014, p. 116). Para além disso, não podemos esquecer o imediatismo, qualquer um pode ser concorrente do jornalista, num fenómeno exacerbado pelas redes sociais. Há liberdade total para a pesquisa, ficando para trás a “seletividade informativa” antes imposta.

No que diz respeito à personalização na *web*, Lorenz divide-a por seis graus distintos:

Grau 1: resposta - mediante o dispositivo (*smartphone*, *tablet*, PC), é necessário fazer adaptações para apresentar a informação. O tamanho de um *tablet* ou *smartphone* é mais reduzido que um PC e deve-se, por isso, fazer ajustes em termos de dimensão.

Grau 2: alterar com base na hora do dia - um aspeto pouco explorado, geralmente, pelos *websites*. Lorenz (2014, p. 143) explica que “apoiado no tempo e nas necessidades do utilizador, o conteúdo adapta-se”. Enquanto no período matinal o utilizador pretende uma visão mais “geral” das notícias, no vespertino o objetivo torna-se “mais focalizado”. À noite é

altura para assistir a vídeos, procurar por conteúdo de maior entretenimento e utilizar os *chats* de conversação.

Grau 3: Interação significativa - com uma relação de proximidade mais vincada que nunca, o utilizador pode, em variadas situações, assumir-se como importante contribuidor informativo. Através de comentários ou como editor de conteúdos (casos do *Wikipedia* ou *Medium*) está aqui uma nova faceta personalizada.

Grau 4: Ajuda na decisão - apesar de não ser uma ferramenta muito proliferada, existem já *websites*/aplicações noticiosos que dão conselhos ao utilizador sobre as melhores opções a tomar. O *New York Times*, por exemplo, criou um aplicativo que permite ao internauta perceber se a melhor opção é arrendar ou comprar imóveis.

Grau 5: Calibração e algoritmos - a informação não é estanque e, como frisa Lorenz (2014, p. 148), “recalibrar os modelos é crucial”. A calibração é fundamental para antecipar e corrigir problemas - facilitando o trabalho ao utilizador - e, para tal, os aplicativos devem medir “de forma significativa”.

Grau 6: adaptável para mudar - As aplicações do futuro devem, de alguma forma, prever e estar preparadas para dar resposta às mudanças. Sugere-se, por exemplo, um aplicativo capaz de reunir informações sobre determinado veículo automóvel (ver anexo 6) através somente do uso do *smartphone*.

Para trás vão os tempos de morosa espera por um jornal do país vizinho no quiosque da esquina. A chegada da Internet tornou a informação ubíqua e coloca-se a questão: vantagem ou desvantagem? Pavlik esclarece que há quatro consequências principais da ubiquidade. A primeira está relacionada com a concorrência do cidadão ou, por outra, “indivíduo em rede”. Obsoleta a terminologia de jornalista cidadão - muitas vezes os indivíduos não possuem skills e/ou formação para merecer o epíteto -, o “indivíduo em rede” tem hoje possibilidade de colocar *online* informações antes do próprio jornalista, através do uso simples de, por exemplo, *smartphones*. Outro aspeto prende-se com a geolocalização, que permite aos indivíduos estar longe mas ao mesmo tempo perto. Ou seja, mormente através do uso de dados GPS, é possível “etiquetar vídeos e outros conteúdos midiáticos com informação sobre a localização” (p. 173). O jornalismo baseado em dados e o declínio da privacidade completam o lote: se, por um lado, há cada vez mais dados recolhidos sobre pessoas e coisas - aumentando o material para os jornalistas -, por outro, os indivíduos parecem temer pelo acesso às suas informações pessoais.

O modo de atuação do jornalista é, na época contemporânea, completamente distinto do passado. Existem novos desafios, não só no que diz respeito à produção de notícias, como também no contacto com o público. Fatores já esmiuçados, como imediatismo e instantaneidade aumentam a probabilidade do erro e, no que concerne ao quesito desportivo,

são vários os exemplos que mostram as diferenças entre o digital e o impresso. Ao atuar no digital, há muito mais probabilidade de um jornalista ser acusado de parcialidade ou incompetência, isto porque a velocidade de produção noticiosa não permite, muitas vezes, ao contrário do que sucede no jornalismo impresso, “rever” e editar as notícias. Leandro (2008, p. 67) dá conta desta pressão, pois “cada erro de um redator desportivo é flagrado com rigor, com o agravante de que a paixão dedicada à modalidade ou ao clube agrava o sentimento de revolta deste leitor, implacável contra o jornalista supostamente desinformado”. No mesmo sentido, Coelho (2004, p. 29) sublinha que “quando essa imparcialidade não é conseguida ou respeitada, são muitas as vozes que se levantam, acusando e criticando a preferência demonstrada”. Silveira segue a mesma linha de pensamento, contudo, na sua ótica, o jornalismo pode retirar benefícios desta interação.

A tecnologia trouxe (...) a possibilidade de ter uma resposta do recetor quanto às informações, ao que é publicado e de que forma. Assim, alguns temas que antes não eram tão valorizados ganham espaço pela “pressão” do público. Esta aproximação com o leitor também é uma segurança para os editores, que com um público de um perfil mais definido, podem direcionar melhor as informações (...). Essa interatividade, então, interessa tanto aos produtores quanto aos recetores dos veículos segmentados (Silveira, 2009, p. 50)

Se o jornalista já estava pressionado na escrita em papel - em que o espaço para o erro era menor -, hoje o patamar subiu. O público espera uma resposta rápida dos meios de comunicação e o jornalista deve estar preparado para contrariar o adágio popular “depressa e bem, não há quem”. Apesar desta exigência de velocidade não deve por isso negligenciar aspetos como rigor, competência e confirmação dos dados. Como explica Bradshaw (2014, p. 134) “a velocidade precisa ser complementada com a profundidade que as pessoas estão dispostas a pagar, seja diretamente por assinaturas e doações, ou indiretamente, via eventos ou filantropia”. Não é uma questão de optar por um aspeto em detrimento de outro, “mas sim a habilidade de escolher e combinar velocidade e profundidade no tempo correto com o objetivo certo.”

Ato contínuo, tal como no jornalismo generalista, “a segmentação também acontece no ciberespaço, fazendo com que as especialidades surjam em função do tema, como é o caso do *webjornalismo* desportivo” (Vidigal, 2017, p. 3). Uma das consequências da prossecução do fenómeno viral está relacionada com a concorrência. Plataformas desportivas nativamente digitais, como o *MaisFutebol* e o *ZeroZero* começaram a produzir conteúdo noticioso similar ao dos jornais desportivos nativamente impressos (*Record*, *A Bola* e o *O Jogo*) - outrora preocupados somente com o papel - e estes viram-se obrigados a um reajustamento. Nos dias que correm, nenhum órgão noticioso pode negligenciar as potencialidades da *web 2.0*, pois, conforme salientado, existe uma rivalidade cada vez mais acentuada. Como explica Zago:

Novos atores entram em cena, tanto na produção quanto na circulação de notícias. Nessa perspectiva, não apenas veículos jornalísticas e jornalistas são considerados nós no processo jornalístico. Outros possíveis nós passam a ser considerados, como a testemunha que relata um fato em um blog, ou o usuário que compartilha uma foto no *Facebook* (2014, p. 417)

O *blog* desportivo *Visão de Mercado* é um exemplo de concorrência aos três diários desportivos portugueses. Atualizado diariamente desde 2009, a maioria das publicações foge ao convencional, com as temáticas a serem tratadas numa ótica muito mais opinativa. O objetivo, segundo os gestores da página, passa por “apresentar e discutir assuntos e pontos de vista alternativos à comunicação social tradicional de um modo construtivo e civilizado”. No passado dia 1 de setembro de 2017, o *blog* dava conta de um novo marco histórico, ao atingir 20,7 milhões de visitas<sup>19</sup> apenas nos três meses antecedentes.

Sim, é verdade, um *blogue* pode não ser uma ameaça para os “gostos” de *CNN*, *The New York Times* e *The Guardian*. Mas quando há milhões de *blogues*, existe também a hipótese de que alguns – centenas, talvez – produzam pontos de vista relevantes e ideias interessantes. Essa ampla oferta pode vir com a melhor forma de apresentar textos, longos ou curtos, com uma melhor forma de apresentar fotos (Lorenz, 2014, p. 141)

Ora, a gratuidade parece ter interferência cada vez mais direta na escolha por parte do leitor, mais inclinado para o clique em detrimento do folhear de um jornal. Apesar da gratuidade não garantir sustentabilidade financeira para quem produz, quase toda a informação presente num jornal impresso é encontrada no espaço digital, *ipsis verbis* ou com pontos de contacto enormes. Os jornais veem-se obrigados, assim, a procurar outras formas de sustentabilidade económica que não as vendas nas bancas - apesar de alguns deles apostarem em conteúdos *premium* -, com destaque evidente para publicidade e *clickbait*<sup>20</sup>

Finda esta parte, avançamos agora para outro aspeto fundamental, o impacto das redes sociais no *webjornalismo* desportivo.

---

<sup>19</sup> Dados recolhidos em: <https://blogvisaodemercado.pt/2017/09/207-milhoes-de-visitas-so-nos-ultimos-3-meses-muito-obrigado-a-todos/> (consultado a 14 de agosto de 2017)

<sup>20</sup> De acordo com o *Oxford English Dictionary*, a definição de *clickbait*, traduzida por Gomes & Costa (2016, p. 67), é a seguinte: “Conteúdo *online* cuja principal finalidade é atrair a atenção e incentivar os visitantes a clicarem em um link para uma página da *web* em particular.”

## Capítulo 4. O jornalismo desportivo na era das redes sociais e dos dispositivos móveis

### 4.1. O impacto das redes sociais no consumo de informação desportiva

Com laços *online* cada vez mais pronunciados, os indivíduos acedem a grande parte da ‘novidade’ por influência do *feed* do *Facebook* ou do *Twitter*. “A Internet não somente é um canal que auxilia na transição da mensagem como também produziu (e ainda produz) ramificações para a emissão das informações” (Vidigal, 2017, p. 4)

MEIOS	%
Diretamente através de <i>websites</i> noticiosos	75%
Usou motor de busca (palavra-chave para site)	60%
Usou motor de busca (palavra-chave para história)	35%
Usou uma app de leitura de notícias	8%
Via rede social ( <i>Facebook, Twitter, Google+...</i> )	69%
Newsletter enviada por email ou através de alerta	12%
Alerta de notícias via sms ou através de uma <i>app</i> no telemóvel	7%
Outro/NS/NR	0%

**Tabela 4** - Meios mais utilizados no conhecimento de novas notícias *online* - PT  
**Fonte:** Públicos e consumo de média - O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países (ECR, 2015, p. 42)

Paradigmático do consumo de informação *online* atual, interessa, no quadro 2, atentar no número percentual relativo ao acesso a novas notícias *online* “via rede social (*Facebook, Twitter*)”. Apesar de ainda prevalecerem as visitas “diretamente através de *websites* noticiosos” (75%), as *social networks* aparecem logo na segunda posição (69%). Excetuando a hipótese “usou motor de busca (palavra-chave para site)”, as restantes opções de escolha apresentam-se muito longe destes valores.

Para Rodrigues (2010, p. 11) “a utilização do *Facebook* pelos media é um dado adquirido, nomeadamente como agregador de notícias, como plataforma de difusão de informação e até como uma forma de captar leitores”. No que diz respeito ao *Twitter*, Sifuentes & Moro (2015, p. 99) explicam que “muitas vezes o usuário acede a ferramenta sem um objetivo de busca, e habitua-se a usar a rede com a proposta de encontrar um grande volume de informação atualizada em um curto espaço de tempo de leitura”. Genericamente, pretende-se do *Twitter* uma distribuição rápida de conteúdo, quanto mais não seja pela limitação de 140 caracteres de escrita. Com a restrição de poucos vocábulos, a preocupação passa por construir mensagens precisas e entendíveis para o público (Silva & Christofolletti, 2010, p. 68). Há programas televisivos sobre desporto a solicitar a participação dos leitores através de *Facebook* e *Twitter* em tempo real. “Essas múltiplas relações entre conteúdos, produtores e circuladores de notícia demonstram as complexas propriedades combinatórias de um

jornalismo em rede” (Zago, 2014, p. 418). Os programas Mais Futebol (TVI 24)<sup>21</sup> e Grande Área (RTP3) são exemplos de aposta nesta funcionalidade, através de Twitter e Facebook, respetivamente, permitindo aos telespetadores/internautas emitir as suas opiniões sobre determinado tema. No segundo caso é frequente a colocação de posts no Facebook como forma de interação com o público - tratado, no caso, como “bancada digital”.



Figura 1 - Exemplo de interação com os telespetadores/internautas

No passado dia 14 de setembro, o jornal *A Bola*, por exemplo, apresentava os seguintes números: 861 075 likes no *Facebook* e 101 mil seguidores na página do *Twitter*. Estes dados traduzem a influência das redes sociais no quotidiano dos indivíduos e, concomitantemente, indicam que a circulação de conteúdo jornalístico é, como vimos, feita através de ramificações. A relação entre informador e informante nunca esteve tão estreita e, com o aparecimento das redes sociais, o público denota alguma dificuldade em reconhecer imparcialidade e isenção ao jornalista. Esta aproximação chegou ao ponto de permitir, realçamos, troca de comentários entre os órgãos noticiosos e os indivíduos.

O modo de informar modifica-se e as exigências para o jornalista aumentam. Para o desportivo, provavelmente ainda mais, pois as paixões dos indivíduos pelo fenómeno são de nível estratosférico.

Em relação às audiências, a informação desportiva extravasa o que ocorre no terreno de jogo: interessa tudo o que rodeia a vida dos desportistas e tudo o que com eles sucede, antes, durante e depois do encontro desportivo e isso consome-se nas redes sociais. (Muros, 2015, p. 453)<sup>22</sup>

A despeito da importância que as redes sociais assumem na transmissão noticiosa, a autora defende que, à exceção de acompanhamentos de jogos e comentários, ainda não é feita uma gestão energética das redes sociais.

<sup>21</sup> Dados recolhidos em: <http://www.maisfutebol.iol.pt/tvi24-comente-com-maisfutebol-no-twitter> (consultado a 26 de agosto de 2017)

<sup>22</sup> En relación a las audiencias, la información deportiva sobrepasa lo que ocurre en el terreno de juego; interesa todo lo que rodea a la vida de los deportistas y todo lo que sucede, antes, durante y después del encuentro deportivo y eso se consume en las redes sociales. (traduzido pelo autor)

Superficialmente abordado no pretérito capítulo, importa aprofundar o conceito de *clickbait*, ferramenta cada vez mais utilizada pelos jornalistas (desportivos) nas redes sociais. Com o propósito de atrair leitores às respectivas plataformas informativas, este método, cognominado pelos brasileiros de “caça-cliques”, “visa aumentar o tráfego dos portais de notícias em detrimento da qualidade do conteúdo ofertado ao público” (Gomes & Costa, 2016, p. 67).

Observou-se anteriormente o poder das redes sociais como meio no consumo de notícias por parte dos internautas. No *online*, interessa atingir o maior número possível de *page-views* - mais receita publicitária - e o Facebook pode ser um grande auxílio neste “chamamento” às plataformas. Com base nesta premissa, surge o fenómeno do *clickbait*.

Gomes & Costa (2016) apresentam cinco padrões de títulos para atrair leitores no Facebook, suportados na análise de 60 *posts* “feitos pelos portais de notícias G1, UOL e R7 no Facebook”. A considerar:

- 1) Utilização de pronomes que escondem o sujeito, de forma a gerar curiosidade no leitor. Exemplo: “Ele está de volta ao Grêmio. E vai seguir passos de Edinho e Maxi” (UOL, 25/06/2015)
- 2) Uso de verbos imperativos. Exemplo: “Conheça a gata que promete roubar a cena no Pan de Toronto” (R7, 12/07/2015)
- 3) Colocar questões no título para suscitar interesse do leitor. Exemplo: “Neymar é flagrado fumando maconha? Saiba a verdade” (R7, 26/06/2015)
- 4) Esconder informações precisas, isto é, “construções textuais com sentido incompleto”. Exemplo: “Quarentona chilena do Pan usa uma técnica incomum um dia antes das provas” (UOL, 12/07/2015)
- 5) Enumerações que, muitas vezes, pressupõem descobertas inusitadas. Exemplo: “7 passos para juntar dinheiro de forma rápida” (UOL, 11/07/2015)

Todos estes padrões desencadeiam curiosidade e interesse no leitor, influenciando-o a carregar num *link* que, grande parte das vezes, não corresponde à informação almejada. Uma pesquisa efetuada no ano de 2014 sobre o comportamento dos internautas norte-americanos ajuda a compreender melhor esta situação. Quando chegados ao site noticioso por influência do Facebook, os leitores permanecem na página durante 1 minuto e 41 segundos (valores médios); quando visitam diretamente a plataforma ficam quase o triplo do tempo - 4 minutos e 36 segundos. Infere-se que a curto prazo a técnica do *clickbait* é vantajosa pois, como afirmam os pesquisadores, “os *links* no Facebook trazem mais visualizações para as notícias”; por outro lado, este método não é, de todo, o mais fiável para fidelizar os leitores, muitas vezes induzidos em erro pelos títulos. (Gomes & Costa, 2016, pp. 71-73).

## 4.2. Novas tendências no consumo informação: as aplicações móveis e o desporto

Como referido, a Internet desempenha um papel cada vez mais importante na vida diária do ser humano. Quando surgiram, os computadores obrigavam à fixação dos indivíduos em determinado local, fosse no quarto, no escritório ou na sala de aula. Os tempos evoluíram, os computadores portáteis começaram a surgir no mercado e hoje em dia o impensável para os indivíduos é não poder transportar consigo o seu *laptop*. O indivíduo do século XXI está compaginado às novas ferramentas tecnológicas: utilizamos o despertador do telemóvel para nos ajudar a acordar, usamos o *tablet* para ler o livro mais recente de J.K. Rowling e a nossa preocupação central ao chegar a um café é solicitar ao empregado a senha do *wifi*.

A informação *online* tem subido a pulso e “requer princípios e técnicas de apuração, investigação, seleção e coerência na construção da notícia transmitida à sociedade” (Silfuentes & Moro, 2015, p. 101). Os dispositivos móveis são uma realidade incontornável no globo e, no que toca à informação, o jornalismo (desportivo) tem de acompanhar o progresso tecnológico. Por conseguinte, da mesma forma que é fundamental existir uma linguagem própria no tradicional, é também imperioso que exista um formato específico para os dispositivos móveis, conforme defende Sandra Méndez Muros.

Não se trata somente da adaptação dos meios tradicionais, também é importante a configuração da mensagem jornalística nos novos dispositivos, como os *tablets* e os *smartphones* que funcionam como suporte e, portanto, são suscetíveis da criação de novas modalidades de expressão para satisfazer as necessidades informativas de um cidadão com uma atitude proativa. (Muros, 2015, p. 453)<sup>23</sup>.

A ligação dos dispositivos móveis ao jornalismo desportivo é bastante pronunciada. No caso dos três diários desportivos, há algum tempo que é possível aos internautas descarregar aplicações para *Iphone*, *Ipad*, *Android* e *Tablet*. Esta tendência, aliás, tem marcado os restantes órgãos de comunicação.

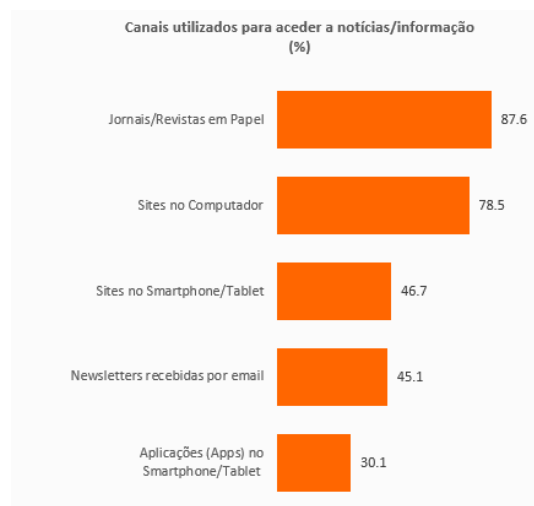
A facilidade de acesso à Internet em qualquer lugar - ubiquidade - é uma das facetas dos dispositivos móveis, a que se juntam características como portabilidade ou utilização pessoal (Canavilhas, 2012, p. 9). De acordo com o mesmo autor, “a rapidez com que estes aparelhos evoluíram e se enraizaram na sociedade é uma consequência da forma como tecnologia e utilizador se influenciam mutuamente”. À exigência procurada pelos utilizadores a tecnologia procura responder com “novas valências”. Com efeito, esta evolução constante trouxe várias ofertas, entre as quais as *apps* (*ibid.*, 2012, p. 6).

---

<sup>23</sup> No sólo se trata de la adaptación de los medios tradicionales, también es importante la configuración del mensaje periodístico en los nuevos dispositivos como las tabletas y los teléfonos inteligentes que funcionan como soporte y, por tanto, son susceptibles de la creación de nuevas modalidades de expresión para satisfacer las necesidades informativas de un ciudadano con una actitud proactiva (traduzido pelo autor).

No caso do jornalismo desportivo existem várias aplicações disponíveis para descarregamento que permitem acesso a informações a qualquer hora. Uma delas intitula-se *meus resultados*: ao aceder à plataforma *online*, o internauta depara-se imediatamente com a possibilidade de descarregamento, quer da aplicação para *Android*, quer para *iPhone/Ipad*. Posteriormente, o utilizador pode optar por receber notificações dos golos de um jogo que tenha anteriormente selecionado. É a imagem dos novos tempos: a informação, aliada à Internet e de braço dado aos dispositivos móveis. Segundo o artigo *The Future of Internet III*<sup>24</sup> (O Futuro da Internet III), estes dispositivos serão a forma mais usual para aceder à Internet em 2020. Muros (2014, p. 450), suportada em dados do *Informe Global 2014*<sup>25</sup> diz que quatro em cada dez espanhóis realizam atividades nos dispositivos móveis ao mesmo tempo que assistem a espetáculos desportivos pela televisão, nomeadamente para consultar resultados de outros jogos, fazer apostas, etc. Se tivermos em conta que os espanhóis são o povo europeu que mais tempo dedica a conteúdos sobre desporto, dados do mesmo estudo, a informação torna-se ainda mais valorosa.

Em solo luso, dados do grupo *Marktest*, retratados no estudo *Bareme Imprensa Crossmedia 2016*, referem que 1.7 milhões de utilizadores acede a notícias através de *apps* no *smartphone/tablet*. A consulta por via de sites no *smartphone/tablet* assume-se como o terceiro canal mais utilizado para aceder a notícias/informação (46.7%), ao passo que as aplicações representam 30.1% das referências - dados que podem ser consultados na tabela seguinte<sup>26</sup>.



**Gráfico 1 - Canais utilizados para aceder a notícias/informação (%)**  
**Fonte: Marktest. Bareme Imprensa Crossmedia 2016**

<sup>24</sup> Disponível em: <http://www.pewinternet.org/2008/12/14/the-future-of-the-internet-iii/> (consultado a 29 de agosto de 2017)

<sup>25</sup> Estudo elaborado por Perform “líder mundial en la comercialización de contenidos de temática deportiva através de plataformas digitais con conexión a Internet – em colaboración con Kantar Media Sport y SportsBusiness Group.

<sup>26</sup> Dados recolhidos em: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id-20c1.aspx> (consultado a 30 de maio de 2017)

A informação é consumida cada vez mais através de *smartphones* ou *tablets*. Há novos públicos para conquistar e, para tal, são necessárias algumas reconfigurações em termos jornalísticos. O público larga cada vez mais a passividade e assume-se muitas vezes como ameaça ou até concorrente ao jornalista desportivo. A simples transposição de conteúdo dos meios tradicionais para o digital já não é suficiente, pois, como Lorenz refere, há todo um mundo de personalização na web 2.0.

## **Parte II. Estudo empírico/de caso**

### **Capítulo 5. Metodologia e desenho de investigação**

Concluído o enquadramento teórico - como elemento capaz de suportar o estudo empírico -, pretende-se agora esclarecer todas as partes correspondentes à investigação: desde o problema de investigação e procedimentos metodológicos à escolha de técnicas de recolha de dados.

#### **5.1. O problema de investigação e os procedimentos metodológicos**

O tema do projeto levado a cabo intitula-se “Jornalismo desportivo - Tendências dos estudantes universitários no consumo de informação desportiva”.

Os estudantes da Universidade da Beira Interior são o foco de análise e a problemática resulta das preferências e hábitos dos alunos do primeiro e segundo ciclo de estudos (licenciatura e mestrado) no que concerne ao consumo de informação desportiva. Por conseguinte, coloca-se a seguinte pergunta de partida: “De que forma os novos media influenciaram o consumo de informação desportiva?”. A esta, acrescem ainda três sub-questões:

1. Quais são os hábitos de consumo de informação desportiva dos estudantes universitários?
2. Até que ponto a Internet e as redes sociais alteraram os hábitos de consumo de informação desportiva?
3. Os jornais desportivos impressos estão a ser afetados com o aparecimento das novas plataformas digitais?

#### **5.2. A escolha das técnicas de recolha de dados**

Para a investigação que se pretende levar avante propõem-se os seguintes objetivos:

1. Identificar os hábitos de consumo de informação desportiva dos estudantes universitários;
2. Detetar a importância das redes sociais no acesso a conteúdos desportivos e, conseqüentemente, nos hábitos de consumo dos estudantes universitários;

3. Identificar o impacto das novas plataformas digitais no consumo de meios impressos entre estudantes universitários.
4. Detetar o papel dos dispositivos móveis no acesso a conteúdos desportivos por parte dos estudantes universitários

De acordo com os objetivos referidos, apresentam-se as hipóteses - que se esperam comprovadas no término da investigação:

1. A especialização em Ciências do Desporto contribui para que os hábitos de consumo de informação desportiva sejam distintos em relação aos estudantes de outros cursos.
2. As redes sociais, especialmente o Facebook, funcionam como pedra basilar no acesso a conteúdos desportivos por parte dos estudantes universitários, quase nativos digitais.
3. As redes sociais e o uso de plataformas digitais acompanham o declínio no acesso aos meios impressos pelos estudantes universitários.
4. Os dispositivos móveis, principalmente os *smartphones*, são um meio cada vez mais utilizado para aceder a conteúdos desportivos.

Para a investigação em curso foram utilizados dois métodos de recolha de dados, um de natureza qualitativa (*focus group*) e outro de natureza quantitativa (inquérito por questionário). Realizaram-se inicialmente duas sessões exploratórias de *focus group*, com o propósito de extrair algumas conclusões para construção posterior do inquérito. Percebidas algumas tendências dos estudantes no consumo de informação desportiva através das sessões de grupo focal, foi possível nortear o inquérito de forma mais fidedigna e sólida.

### **5.2.1. O *focus group***

Visto como um instrumento consolidado em projetos de investigação, o *focus group* é, segundo Silva, Veloso & Keating, “uma técnica que visa a recolha de dados, podendo ser utilizada em diferentes momentos da investigação”. Este método “não é mais do que um diamante em bruto que precisa ser lapidado” pois, por norma, terá de ser complementado por outras técnicas de investigação, como é o caso dos inquéritos. (Galego & Gomes, 2005, p. 176).

Usado para atingir diversos fins, Stewart et al. (apud. Silva, Veloso & Keating, 2014, p. 178) acreditam que os mais comuns passam por:

1. Obtenção de informação sobre um tópico de interesse;
2. Gerar hipóteses de investigação;
3. Estimular novas ideias e conceitos criativos;

4. Diagnosticar os potenciais problemas com um novo programa, produto ou serviço;
5. Gerar impressões sobre produtos, programas, serviços, instituições ou outros objetos de interesse;
6. Compreender como os participantes falam acerca de um fenómeno de interesse, o que facilita o desenvolvimento de inquéritos ou de outros instrumentos de investigação de pendor mais quantitativo;
7. Interpretação de resultados quantitativos obtidos previamente.

Para a implementação deste tipo de procedimento é necessário ter em conta cinco pontos fundamentais<sup>27</sup>. O passo 1 diz respeito à seleção dos participantes, cujo número ideal deve rondar seis a oito pessoas por grupo, “para que cada pessoa tenha oportunidade de intervir”. Os grupos devem ser homogéneos. O passo 2 está relacionado com a seleção e formação dos moderadores, que devem reunir *skills* por exercer a função, possuindo, para tal, boas capacidades de comunicação e exploração de temas “para conseguir uma discussão mais aprofundada” e conhecimento das questões em discussão. Há possibilidade de uma segunda pessoa estar presente, registando “o andamento dos trabalhos, enquanto o moderador conduz a discussão”. É fundamental também definir os tópicos da entrevista (passo 3), devem existir quatro a cinco questões predefinidas e, como o decorrer do debate, serem eventualmente colocadas outras. O passo 4 diz-nos que a discussão pode encetar com uma questão mais genérica e, gradualmente, “aprofundar e cobrir todos os ângulos”. Cabe ao moderador dirigir a sessão e decidir quando se fecham os tópicos. Por fim, na análise e relatório dos resultados deve procurar-se recolher similitudes e diferenças nos grupos de discussão e efetuar a epítome do mesmo.

### 5.2.2. O inquérito por questionário

De forma a tentar suprir as limitações dos grupos focais, nomeadamente no que diz respeito a alterações na perceção das pessoas (efeito Hawthorne - quando conscientes que estão a ser observadas, as atitudes dos indivíduos podem mudar), utilizam-se muitas vezes inquéritos por questionário como complemento. De acordo com Gonçalves (2004, pp. 78-79) o inquérito por questionário dá-nos a possibilidade de recolher atitudes, opiniões, preferências e representações, além de poder ainda sondar-se “o que está a acontecer numa sociedade e os efeitos decorrentes”. Direcionado para estudos de grande escala é fácil e rápido de aplicar, permite efetuar analogias através das respostas dos inquiridos e generalizar resultados da amostra ao universo total. O mesmo autor alerta que “a veracidade não é evidente nem garantida”, apesar desta técnica apresentar resultados significativos de sucesso. É

---

<sup>27</sup> Dados recolhidos em “A avaliação do Desenvolvimento Socioeconómico, MANUAL TÉCNICO 2: Métodos e Técnicas. A Recolha de Dados: *Focus Groups* (Grupos de Discussão) (Consultado a 6 de setembro de 2017)

fundamental construir um questionário válido e fiável, como explica Ghiglione & Matalon (1992, p. 119)

“A construção do questionário e a formulação das questões constituem, portanto, uma fase crucial do desenvolvimento de um inquérito. [...] Qualquer erro, qualquer inépcia, qualquer ambiguidade, repercutir-se-á na totalidade das operações ulteriores, até às conclusões finais.”

No respeitante a conteúdo podemos ter três tipos de questões: fechadas, abertas ou semi-abertas. As primeiras obrigam os inquiridos a selecionarem uma resposta dentre várias inicialmente estipuladas. Devem ser de fácil compreensão, preenchimento, tratamento, interpretação e quantificação. Nas perguntas abertas não existem respostas “moldadas”, isto é, o inquirido dispõe de liberdade para transmitir a sua opinião. Ao contrário das anteriores exigem “normalmente, o recurso à análise de conteúdo”. No que concerne às questões semiabertas são uma espécie de mescla entre as questões fechadas e as questões abertas. Na formulação do questionário, deve ter-se o cuidado de elaborar perguntas o mais claras e curtas possível, para não dificultar a sua compreensão. É importante encandear as questões de forma a manter os inquiridos motivados e interessados, para não correr o risco de não ser concluído. Para precaver eventuais gralhas, torna-se necessário aplicar um pré-teste a um número reduzido de pessoas, preferencialmente com características semelhantes ao público-alvo. A partir das respostas será possível detetar equívocos e/ou erratas nas perguntas, aspetos de ordem linguística, compreensão e interpretação.

## Capítulo 6. Apresentação e discussão dos resultados

### 6.1. Descrição das sessões e dos participantes<sup>28</sup> (*Focus Group*)

Realizadas no dia 4 de maio e 5 de junho de 2017, na sala 2.5a do Centro de Recursos de Ensino e Aprendizagem (CREA) - UBI, as sessões foram moderadas pelo docente da UBI (Departamento de Artes e Letras), Ricardo Morais. Em ambas, o orientando assumiu o papel de observador não-participante.

Com duração aproximada de 1h25, o primeiro grupo focal contou com a presença de sete participantes, dos quais seis estudantes do primeiro ciclo de Ciências da Comunicação e um estudante do segundo ciclo de Relações Internacionais. A saber: Gabriel Gonçalves (20 anos, finalista de mestrado), Sara Alves (22 anos, 3º ano), João Correia (18 anos, 1º ano), João Nave (21 anos, 3º ano), Lisandra Maravilha (19 anos, 2º ano), João Santos (22 anos, 3º ano) e Gonçalo Almeida (20 anos, 3º ano).

A segunda sessão de *focus group* durou 50 minutos, contou com a presença de seis elementos, todos eles estudantes de mestrado na área de desporto: Adriana Gomes (22 anos, 1º ano em Ensino de Educação Física nos Ensinos Básicos e Secundários), Susana Carvalho (21 anos, 1º ano em Ensino de Educação Física nos Ensinos Básicos e Secundários), Luís Gomes (23 anos, 1º ano em Ensino de Educação Física nos Ensinos Básicos e Secundários), Pedro Vargas (25 anos, 2º ano em Ensino de Educação Física nos Ensinos Básicos e Secundários), Marco Pecêgo (23 anos, 2º ano em Ciências do Desporto - Exercício e Saúde), João Santos (25 anos, 2º ano em Ciências do Desporto - Treino Desportivo).

### 6.2. Conclusões do *focus group*

De forma a simplificar o tratamento das informações obtidas nas duas sessões, criaram-se tópicos específicos<sup>29</sup> de acordo com os temas abordados.

#### Sessão 1

##### Tópico 1 (Prática desportiva)

De um modo geral, os elementos já tiveram uma prática desportiva regular, porém, com a entrada no ensino superior, abandonaram.

---

<sup>28</sup> Consultar as fotos em anexo (ver anexo 8)

<sup>29</sup> As transcrições dos grupos focais encontram-se em anexo (ver anexos 10 e 11)

## **Tópico 2 (Eventos desportivos. Frequência, qual o meio de eleição?)**

Futebol, de uma maneira geral, ocupa as preferências dos participantes. Grande parte assiste ao vivo, especialmente futebol, deixando as transmissões por *streaming* em último plano. A televisão é o meio mais utilizado.

## **Tópico 3 (Opinião sobre *streaming*)**

De uma forma global, o *streaming* não é, reitere-se, o meio privilegiado para assistir a jogos ou eventos. Os participantes apontam “muitos entraves” e “atraso em relação à TV” como dois dos principais motivos para tomarem outras opções, nomeadamente a televisão. *Streaming* apenas se tiver “qualidade”.

## **Tópico 4 (O que é o jornalismo desportivo?)**

Questão gera muito burburinho. Elementos acabam por se dispersar, apesar de concordarem que, no jornalismo desportivo, “valoriza-se tudo menos o jogo”. Gabriel e Gonçalo discordam no que diz respeito ao conceito de jornalismo desportivo: o primeiro deixa de lado a ideia de especialização, salientando que “jornalismo é jornalismo”, o segundo alude que “a categorização de jornalismo com jornalismo desportivo não é má”. Os participantes falam ainda dos debates televisivos com conotação negativa. Na sua perspetiva, existem muitas pessoas a considerá-lo jornalismo, o que acaba por ser prejudicial.

## **Tópico 5 (Jornalismo extrafutebol. O que consideram?)**

Elementos vão, gradualmente, de novo ao encontro do futebol (como, aliás, se verificou em quase toda a sessão). Questões de educação “em casa” (figura paternal) e cultura começam a ser apontadas como causas para a monopolização futebolística em relação às demais modalidades. Futebol é “fruto da mediatização”, existindo “pouca informação” em relação aos outros desportos. Participantes são cordatos no que diz respeito à opção dos jornais “pelo que vende” - o jornalismo tem de vender para poder subsistir. Muitas indivíduos, na ótica dos elementos, opinam e criticam bastante, mas nem sequer “pesquisam a fundo” as outras modalidades. Enfoque nas medalhas esporádicas conquistadas nos Jogos Olímpicos ou nas vitórias em campeonatos do Mundo.

## **Tópico 6 (Simulação de semana em termos de consumo de informação desportiva)**

Ver os jogos de futebol é apontado por quase todos com um hábito, nomeadamente quando joga o clube por quem simpatizam. Fins-de-semana, de uma forma geral, são ocupados a ver jogos, seja ao vivo ou na televisão. Quase todos procuram estar a par da atualidade desportiva, mas enquanto uns “há muito deixaram de consumir notícias desportivas”, outros veem “todos os dias” as capas dos três jornais principais. João Santos e Gonçalo revelam que as crónicas dos três diários desportivos impressos acabam por se tornar redundantes, optando, por isso, por procurar conteúdo desportivo diferente, seja em plataformas unicamente desportivas, seja em plataformas generalistas (casos do Observador ou Expresso).

Por princípio, os vídeos são uma forma de captar a atenção, especialmente os resumos das partidas de futebol. Para além disso, o Facebook é uma ferramenta muito utilizada para aceder a informação desportiva, nomeadamente em páginas oficiais de clubes que não pontificam nas ligas principais (Campeonato Nacional de Seniores, atual Campeonato Portugal Prio ou Distritais). Aplicações para *smartphones* ou *tablets*, com enfoque n'os *meus resultados* reúnem igualmente simpatia.

**Tópico 7** (Quem compra diariamente jornais desportivos? E aceder a conteúdos desportivos nos mesmos? E em outras plataformas desportivas?)

Um redondo não no que toca à compra de jornais desportivos em papel. Por outro lado, aceder a conteúdos desportivos, seja em jornais especializados em desporto ou generalistas, é uma opção de muitos.

**Tópico 8** (Contacto com conteúdos desportivos através do Facebook diariamente. Qual a importância que têm os conteúdos desportivos: em 100% do *feed* qual a percentagem correspondente a futebol?)

Unanimemente, todos têm contacto (mesmo que não intencionalmente). Grandes percentagens, apesar de uns mais que outros. Elementos apontam a filtragem em termos de *likes* como uma causa para se ter mais ou menos. As publicações de amigos contribuem sobremaneira para isso, mormente em dias de jogo.

**Tópico 9** (Perfil das pessoas que mais aparecem no *feed*: jornalistas, treinadores de futebol, amigos?)

Treinadores, jogadores, atletas, pessoas que pertencem à área do desporto, jornalistas desportivos, amigos, comentadores desportivos. Gonçalo acrescenta o *Twitter* como ponte de acesso a informação desportiva.

**Tópico 10** (O que leva os participantes a abrir uma notícia desportiva em detrimento de outra: vídeo, imagem, título?)

Vídeos (especialmente com golos) são, indubitavelmente, chamativos para quase todos, assim como os títulos das peças e as descrições ou legendas. Fotos não são um chamariz, pelo menos não o principal. Geralmente, notícias de eventos já vistos (jogos de futebol) não incitam a ver as crónicas, a não ser artigos de sátira.

**Tópico 11** (Tendo em conta o que existe, há espaço para novos meios? E qual o papel que podem vir a ter?)

Realidade virtual, sugere o Gabriel. Tecnologia de uma forma geral. Elementos principiam a discussão do vídeo-árbitro, tema na ordem do dia, tecendo mais críticas que louvores, pois, no seu entender, “vai perder espontaneidade” e “criar ainda mais polémica”.

**Tópico 12** (Relatos desportivos e coberturas de jogos em direto (à luz do que faz a CMTV, em que se mostra uma imagem da bancada e várias pessoas comentam o jogo). Que importância atribuem?)

Os relatos são do agrado de todos, “um espetáculo dentro do espetáculo”. Já as coberturas desagradam por completo, servem apenas para “encher chouriços”.

**Tópico 13** (Canais unicamente dedicados a informação desportiva)

Excepcionalmente, de uma forma clara. Muitas vezes o zapping leva ao canal, mas ninguém reserva tempo necessariamente para esse efeito.

**Tópico 14** (Quais as ações necessárias para as pessoas se interessarem mais por outras modalidades?)

“Faz parte da história de cada país”. Tem muito a ver com a educação. Ainda assim, elementos sentem que as coisas estão a melhorar, através da “descentralização do futebol”, mas ainda é “muito pouco”. Está, também, ligado a aspetos geográficos, isto é, às zonas do país. Em Barcelos, por exemplo, o hóquei é o desporto com maior visibilidade. O sucesso das modalidades (conquista de medalhas em provas internacionais, por exemplo) também serve como íman para atrair pessoas. Quanto a soluções: adaptação da educação em casa (pais, por vezes, instigam os filhos a participar em atividades desportivas que não são do seu agrado. A solução passa por tentar perceber as preferências deles em termos desportivos), por parte dos clubes a nível do preço dos bilhetes.

**Tópico 15** (Responsabilidade dos meios de comunicação no que diz respeito ao monopólio do futebol)

Quota-parte, sim. Para o Gonçalo o jornalismo tem, de facto, o papel social, mas por outro lado “tem que sobreviver”. Comunicação interessa-se pelas modalidades que estão “na crista da onda”. O ciclismo, segundo o Gabriel, já teve um papel “importante” na história portuguesa e, nessa altura, estava nas capas dos jornais. Atualmente, isso passa-se com o futebol. O estudante de relações internacionais considera, no entanto, que o futebol “vai ser relegado para segundo plano” em breve dando lugar às modalidades emergentes (futsal, hóquei). Dificuldades económicas também são referidas como entrave ao desenvolvimento dos desportos por alguns elementos.

## Sessão 2

**Tópico 1** (Prática desportiva)

Com a entrada para a universidade, os hábitos de prática desportiva foram alterados. No entanto, metade dos elementos assume que pratica desporto com regularidade.

## **Tópico 2** (Eventos desportivos. Frequência, qual o meio de eleição?)

Grosso modo, assistir a eventos ao vivo não é prática regular, a não ser eventos com alguma proximidade geográfica. Preferência clara a conteúdos por *streaming*, apesar da televisão também ser mencionada - especialmente para assistir aos jogos das equipas pelas quais se simpatiza.

## **Tópico 3** (A especialização em desporto altera, de alguma forma, a procura por conteúdos desportivos?)

A Adriana salienta um eventual “gosto” maior que os alunos de outras áreas, ao passo que o Luís fala numa pretensa “procura de mais modalidades ou modalidades fora do comum”. Acrescenta o Pedro “identificar alguma situação particular que está a acontecer”, mas todos concordam que não é necessariamente a especialização a levar a uma pesquisa diferente.

## **Tópico 4** (Jornalismo desportivo... O que é? Consideram existir futebolização da informação desportiva?)

Para os presentes não se faz jornalismo desportivo em Portugal, parece estar “a virar fofoca”. O Pedro e o João abordam a questão dos interesses económicos e, subentende-se, sensacionalismo, que muitas vezes afeta questões éticas como “imparcialidade”, ficando para trás “a divulgação” correta e “notícias sobre desporto”. Além disso, vem à tona a monopolização do futebol em relação às demais modalidades, assim como os programas de debate televisivo que mais parecem *reality-shows*, sempre na tentativa de criar polémicas (como gerador de audiências). Substituir os comentadores não ligados à área por especialistas, sugere-se, pode ser a solução para uma melhor informação. A Adriana diz que “o grande problema talvez venha de nenhum jornalista desportivo” ser “realmente um especialista” na área do desporto. No seguimento, coloca-se em cima da mesa a possibilidade de existirem permutas entre jornalistas e profissionais do desporto, conseguindo-se, assim, um *upgrade* para o jornalismo desportivo. Todos concordam que há futebolização do jornalismo desportivo em Portugal. O Luís salienta que, “em termos de jornais”, é “95% futebol”, apesar de na televisão se começar a assistir a “uma melhoria”, através de transmissões de modalidades como andebol e futsal. Ainda assim, no seu entender, a mensagem nem sempre chega ao destino nas melhores condições: “o problema é que as pessoas não sabem que está a dar aquilo. Ou seja, e daí se calhar a importância dos jornais em informar que vai haver aquele evento, naquele canal, àquela hora”. Os participantes, apesar de descontentes, percebem a opção dos jornais por conteúdo maioritariamente futebolístico por ser o “que vende mais”.

## **Tópico 5** (Simulação de semana em termos de consumo de informação desportiva. O digital veio alterar alguma coisa?)

Jornais em papel não fazem parte do quotidiano - a não ser numa situação ocasional -, ao contrário do digital. A gratuidade é um fator decisivo para esta escolha, apesar de a

informação já aparecer “quase sem querer” no *feed* do Facebook. O João refere tem por princípio visitar as plataformas de um ou dois diários desportivos todas as manhãs. Todos concordam que o digital veio alterar sobremaneira a procura por informação desportiva por, entre outras coisas, o jornal em papel não estar atualizado, “foi feito na noite anterior”.

**Tópico 6** (Quais as características das notícias que levam os participantes a abrir uma notícia desportiva em detrimento de outra: vídeo, imagem, título?)

Inicialmente, participantes fogem um pouco ao fulcro da questão. O Marco sublinha que ainda não é dado destaque, por exemplo, “à análise tática de um jogo”, algo que podia “passar logo à frente de muita coisa”, fosse através de texto ou vídeo. Luís insurge-se, afirmando que “hoje em dia há muito isso, não há é nos jornais desportivos”. Casos de páginas como “Visão de Mercado”, “Domínio Tático” que, eventualmente, podem despertar mais interesse para os alunos da área em detrimento dos jornais convencionais. “A informação vai-nos agradar muito mais e vai ser muito melhor, vai ter menos a parte cor-de-rosa”, alega a Adriana. “Vai enriquecer o nosso conhecimento”, complementa o Marco. De volta à pergunta, a Adriana e o Pedro acreditam que não é o vídeo a instigar maior número de visitas a uma página, mas antes o título. O João discorda parcialmente, pois, nas notícias que tem interesse, apraz-lhe que estejam presentes vídeos, apesar de isso não ser decisivo noutro género de informação.

**Tópico 7** (As outras modalidades podem ganhar mais destaque nos *blogs* e outras plataformas?)

A Adriana considera que “esses *blogs* costumam mesmo diferenciar”, mas muita gente está interessada “na parte cor-de-rosa”. O Luís suporta: “a população em geral não acredito que vá de propósito ver esse *blog* para ver como é que joga uma equipa de futebol ou se joga em 4x4x2”. Para os mais velhos, “moldados pelo que leem no jornal em papel” por não terem acesso à Internet, o Pedro considera ser difícil chegar esse tipo de conteúdo.

**Tópico 8** (Responsabilidade dos meios de comunicação no que diz respeito ao monopólio do futebol)

Quase todos concordam que é uma questão cultural, apesar da Susana atribuir percentagem maior do bolo aos meios de comunicação. “O futebol ganha expressão porque é um jogo com regras bastante simples, às vezes as pessoas discutem tanto mas é dos desportos com regras mais simples”, alude o Pedro. A Adriana enfatiza que “se tu tens 70% da população portuguesa que só vê futebol, não vais publicar 30% só de futebol”. Segundo o João, é algo que já está “enraizado”, seguindo a linha de pensamento do Pedro.

**Tópico 9** (Eventual especialização jornalística na universidade contribuiria para uma maior atenção a outras modalidades?)

Quatro dos participantes, enquanto estudantes do Mestrado de Ensino de Educação Física, salientam que muitos alunos revelam total desconhecimento de determinadas modalidades. A

Adriana dá um exemplo concreto: “No basquetebol, os miúdos não sabem que se encestarem uma vez têm dois pontos, acham que é só um”. No entender do Pedro, os profissionais de educação física dispõem de “pouco tempo útil de prática e a nossa organização não se centra essencialmente em dizer aos miúdos para procurarem informação desportiva”, daí ser uma ideia interessante. Uma solução é apontada pelo João. “Podiam ter uma cadeira, um módulo na escola e tinham de cobrir um evento qualquer, inserido em Educação Física. Os miúdos acabavam por aprender mais a ir ali a um jogo de voleibol ou de basquete, em que tinham de fazer uma pequena reportagem ou não sei quê... os miúdos não fazem isso”. Além disso, os estudantes acreditam ser dada primazia excessiva, passe o pleonasma, às disciplinas de Português e Matemática. Com tudo isto, falta espaço para aprofundar conhecimentos sobre a área da educação física e, por extensão, sobre as modalidades periféricas.

**Tópico 10** (Quais as razões que levaram a ingressar num curso de desporto? O futebol teve influência?)

Só o Luís afirma concretamente que o futebol teve um papel decisivo na sua escolha. Os restantes apontam a prática de desporto como importante para a escolha, assim como o gosto pelas várias modalidades e pelo exercício físico.

**Tópico 11** (Aplicações de desporto instaladas nos *smartphones*. Na eventualidade de existir uma aplicação futura, em que o utilizador tem liberdade para filtrar informação específica de cada modalidade, existia interesse? Com informação mais especializada, considerariam o jornalismo desportivo para o vosso trabalho?)

Meus Resultados parece ser uma aplicação de referência para todos. Do agrado de todos a suposta aplicação. Os presentes acreditam que o futuro pode passar por permutas entre os jornalistas e os profissionais de educação física, de forma a torná-lo melhor. Por conseguinte, nenhum nega a possibilidade de vir a exercer essa função. Um trabalho conjunto.

### **6.3. Cruzamento das duas sessões**

Principais semelhanças e diferenças entre sessões:

#### **Prática Desportiva**

A entrada para a universidade afetou, de modo geral, a prática desportiva. Todavia, os alunos de Desporto parecem menos sedentários.

#### **Eventos desportivos**

Preferências distintas em relação ao meio mais usado para assistir a eventos desportivos. Os alunos de desporto privilegiam o *streaming*, ao passo que os participantes da primeira sessão

optam preferencialmente pela televisão. Curiosamente, os segundos parecem mais inclinados para assistir a espetáculos ao vivo.

### **Jornalismo desportivo/futebolização**

Todos concordam que o jornalismo desportivo está focado no futebol, tendo até dificuldade em separar as águas quando desafiados a defini-lo. Os interesses económicos são igualmente abordados e os grupos compreendem, nesse prisma, a opção por conteúdos maioritariamente futebolísticos. Ambos criticam os debates televisivos e o sensacionalismo, mas os especialistas defendem que devia ser alguém ligado ao desporto a comentar e não outras personalidades. Os especialistas acreditam que o futuro pode passar por permutas entre os jornalistas e os profissionais de educação física, de forma a melhorar a área jornalística.

Os estudantes de desporto parecem mais atentos, até pela área de estudos, a modalidades extra-futebol, apesar de todos revelarem gostar de ver os jogos do clube pelo qual simpatizam. Na primeira sessão os participantes desdramatizaram em parte a questão do monopólio futebolístico, pois, muitas vezes os críticos “nem sequer conhecem as outras modalidades”.

### **Consumo de informação desportiva: conteúdos preferidos para aceder a plataformas desportivas (vídeos, imagens, etc.). Apps desportivas.**

Nenhum dos grupos compra jornais em papel, no entanto, todos acedem, muitas vezes involuntariamente, a conteúdo desportivo na Internet. Quanto aos conteúdos, há, desde logo, um aspeto divergente: se por um lado os especialistas não consideram o vídeo como decisivo para abrirem uma notícia em detrimento de outra, os restantes consideram. Quanto aos títulos, estão todos de acordo que se trata de um grande chamariz.

No que concerne às plataformas preferidas, os especialistas salientam optam frequentemente por *blogs* em vez de jornais, não só por ser apazível à leitura, mas também por fornecer conhecimento específico para a área. Os restantes também não privilegiam, modo geral, as plataformas dos três diários desportivos, porém apostam em alternativas com textos mais criativos (Observador, por exemplo) - não necessariamente para se cultivarem a nível profissional. Existe, todavia, uma parcela dos não especialistas a consultar os referidos *blogs*. Quanto a *apps* desportivas, *meusresultados* reúne as preferências de todos.

### **Responsabilidade dos meios de comunicação para o monopólio do futebol. Soluções para alterar o paradigma.**

Quase todos concordam tratar-se de uma questão cultural, exacerbada, gradualmente, pelos meios de comunicação. “Faz parte da história de cada país” foi uma das frases referidas na primeira sessão; na segunda concluiu-se ser algo “enraizado”.

O aspeto económico é mencionado nas duas sessões. A Adriana (sessão 2) diz que “se tu tens 70% da população portuguesa que só vê futebol, não vais publicar 30% só de futebol”, numa

linha de pensamento seguida pelo Gonçalo (sessão 1): “o jornalismo tem o papel social, mas, por outro lado, tem que sobreviver”.

Quanto a soluções, os dois grupos apresentam alternativas distintas: os especialistas consideram que uma eventual especialização jornalística na universidade contribuiria para uma maior atenção a outras modalidades, ao passo que os restantes falam de aspetos como adaptação da educação em casa e por parte dos clubes a nível do preço.

#### **6.4. Descrição do questionário<sup>30</sup>**

De forma a detetar eventuais gralhas, incompreensões ou quaisquer equívocos, foi realizado um pré-teste durante o período compreendido de 14 a 21 de junho, com começo e termino às 22h00. A versão definitiva entabulou-se a partir desse horário e teve termo no dia 2 de agosto de 2017, pelas 13h15. A previsão inicial apontava para um mês, no entanto, de forma a atingir um número maior de respostas, foi alargado o prazo até à data anteriormente referida.

Num universo de 6532 estudantes - 3387 de 1º ciclo, 1176 de 2º ciclo e 1969 de mestrado integrado - foram obtidas 303 respostas, clivadas em 184 de licenciatura, 78 de mestrado e 41 de mestrado integrado), aproximadamente 5% da totalidade. Apresentam-se de seguida tabelas detalhadas com números percentuais por cursos, ciclos e género.

---

<sup>30</sup> O inquérito por questionário elaborado encontra-se em anexo (ver anexo 9)

Tabela 5, 6 e 7. Amostra (Licenciatura - 1º ciclo, Mestrado - 2º ciclo e Mestrado Integrado)

LICENCIATURA 1º CICLO								TOTAL
	Cursos	Total de alunos	F.	M.	Percentage m estudo - Total de alunos (%)	Percentage m estudo - Feminino (%)	Percentagem estudo - Masculino (%)	
Artes e Letras	Ciências da Comunicação	194	141	53	39/194 = 20%	30/141 = 21%	9/53 = 17%	=184/ 3387 = 5,4%
	Ciências da Cultura	62	49	13	11/62 = 18%	9/49 = 18%	2/13 = 15%	
	Cinema	155	76	79	2/155 = 1%	0/76 = 0%	2/79 = 3%	
	Design Multimédia	155	71	84	7/155 = 5%	3/71 = 4%	4/84 = 5%	
	Estudos Portugueses e Espanhóis	61	38	23	2/61 = 3%	2/38 = 5%	0/23 = 0%	
	Filosofia	0	0	0	0%	0%	0%	
<b>TOTAL</b>	-	627	375	252	61/627 = 10%	44/375 = 12%	17/252 = 7%	
Ciências	Bioquímica	151	104	47	3/151 = 2%	3/104 = 3%	0/47 = 0%	
	Biotecnologia	136	69	67	1/136 = 1%	1/69 = 1%	0/67 = 0%	
	Química Industrial	37	17	20	0/37 = 0%	0/17 = 0%	0/20 = 0%	
	Química Medicinal	4	1	3	0/4 = 0%	0/1 = 0%	0/3 = 0%	
<b>TOTAL</b>	-	328	191	137	4/328 = 1%	4/191 = 2%	0/137 = 0%	
Ciências da Saúde	Ciências Biomédicas	179	131	48	6/179 = 3%	4/131 = 3%	2/48 = 4%	
	Optometria e Ciências da Visão	109	68	41	4/109 = 4%	3/68 = 4%	1/41 = 2%	
<b>TOTAL</b>	-	288	199	89	10/288 = 3%	7/199 = 4%	3/89 = 3%	
	Ciência Política e Relações Internacionais	153	93	60	6/153 = 4%	3/93 = 3%	3/60 = 5%	
	Ciências do Desporto	189	31	158	37/189 = 20%	10/31 = 32%	27/158 = 17%	
	Economia	168	82	86	7/168 = 4%	1/82 = 1%	6/86 = 7%	
	Gestão	266	118	148	7/266 = 3%	1/118 = 1%	6/148 = 4%	
	Marketing	123	59	64	6/123 = 5%	1/59 = 2%	5/64 = 8%	
	Psicologia	172	151	21	7/172 = 4%	7/151 = 5%	0/21 = 0%	
	Sociologia	133	97	36	4/133 = 3%	2/97 = 2%	2/36 = 6%	
<b>TOTAL</b>	-	1204	631	573	74/1204 = 6%	25/631 = 4%	49/573 = 9%	
Engenharias	Bioengenharia	53	28	25	0/53 = 0%	0/28 = 0%	0/25 = 0%	
	Design de Moda	162	147	15	7/162 = 4%	7/147 = 5%	0/15 = 0%	
	Design Industrial	138	57	81	4/138 = 3%	1/57 = 2%	3/81 = 4%	
	Engenharia Eletromecânica	146	16	130	2/146 = 1%	0/16 = 0%	2/130 = 2%	
	Engenharia Eletrotécnica e de Computadores	69	10	59	1/69 = 1%	0/10 = 0%	1/59 = 2%	
	Engenharia Informática	291	27	264	5/291 = 2%	0/27 = 0%	5/264 = 2%	
	Informática Web	73	11	62	16/73 = 22%	2/11 = 18%	14/62 = 23%	
	Tecnologias e Sistemas de Informação	8	0	8	0/8 = 0%	0/0 = 0%	0/8 = 0%	
	<b>TOTAL</b>	-	940	296	644	35/940 = 4%	10/296 = 3%	25/644 = 4%

<b>MESTRADO 2º CICLO</b>								<b>TOTAL</b>
	<b>Cursos</b>	<b>Total de alunos</b>	<b>F.</b>	<b>M.</b>	<b>Percentagem estudo - Total de alunos (%)</b>	<b>Percentagem estudo - Feminino (%)</b>	<b>Percentagem estudo - Masculino (%)</b>	
<b>Artes e Letras</b>	Ciência Política	15	9	6	1/15 = 7%	0/9 = 0%	1/6 = 17%	
	Ciências documentais	1	0	1	0/1 = 0%	0/0 = 0%	0/1 = 0%	
	Cinema	23	11	12	0/23 = 0%	0/11 = 0%	0/12 = 0%	
	Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas	44	30	14	7/44 = 16%	5/30 = 17%	2/14 = 14%	
	Design e Desenvolvimento de jogos digitais	39	10	29	0/39 = 0%	0/10 = 0%	0/29 = 0%	
	Design Multimédia	34	11	23	4/34 = 12%	3/11 = 27%	1/23 = 4%	
	Ensino de Filosofia no Ensino Secundário	7	4	3	0/7 = 0%	0/4 = 0%	0/3 = 0%	
	Ensino de Português e Espanhol no 3º ciclo do Ensino Básico e Ensino Secundário	20	16	4	1/20 = 5%	1/16 = 6%	0/4 = 0%	
	Estudos didáticos, culturais, linguísticos e literários	8	3	5	0/8 = 0%	0/3 = 0%	0/5 = 0%	
	Estudo Lusófonos	25	5	20	0/25 = 0%	0/5 = 0%	0/20 = 0%	
	Jornalismo	36	26	10	19/36 = 53%	13/26 = 50%	6/10 = 60%	
<b>TOTAL</b>	-	252	125	127	32/252 = 13%	22/125 = 18%	10/127 = 8%	
<b>78/11 76 = 6,7%</b>								
<b>Ciências</b>	Bioquímica	26	19	7	3/26 = 12%	3/19 = 16%	0/7 = 0%	
	Biotecnologia	22	9	13	2/22 = 9%	2/9 = 22%	0/13 = 0%	
	Matemática para professores	21	2	19	0/21 = 0%	0/2 = 0%	0/19 = 0%	
	Química Medicinal	23	12	11	1/23 = 4%	0/12 = 0%	1/11 = 9%	
<b>TOTAL</b>	-	92	42	50	6/92 = 7%	5/42 = 12%	1/50 = 2%	
<b>Ciências da Saúde</b>	Ciências Biomédicas	65	43	22	3/65 = 5%	1/43 = 2%	2/22 = 9%	
	Optometria e Ciências da Visão	43	35	8	0/43 = 0%	0/35 = 0%	0/8 = 0%	
	<b>TOTAL</b>	-	108	78	30	3/108 = 3%	1/78 = 1%	2/30 = 7%
<b>Ciências Sociais e Humanas</b>	Ciências do Desporto	50	8	42	15/50 = 30%	3/8 = 38%	12/42 = 29%	
	Economia	47	20	27	1/47 = 2%	1/20 = 5%	0/27 = 0%	
	Empreendedorismo e Criação de empresas	14	8	6	0/14 = 0%	0/8 = 0%	0/6 = 0%	
	Empreendedorismo e Inovação	4	3	1	0/4 = 0%	0/3 = 0%	0/1 = 0%	

	Social						
	Empreendedorismo e Serviço Social	1	1	0	0/1 = 0%	0/1 = 0%	0/0 = 0%
	Ensino de Educação Física nos Ensinos Básicos e Secundários	29	9	20	4/29 = 14%	2/9 = 22%	2/20 = 10%
	Gestão	50	31	19	3/50 = 6%	2/31 = 6%	1/19 = 5%
	Gestão de Unidades de Saúde	27	19	8	0/27 = 0%	0/19 = 0%	0/8 = 0%
	Marketing	32	18	14	1/32 = 3%	0/18 = 0%	1/14 = 7%
	Psicologia Clínica e da Saúde	93	79	14	8/93 = 9%	8/79 = 10%	0/14 = 0%
	Relações Internacionais	44	26	18	1/44 = 2%	0/26 = 0%	1/18 = 6%
	Sociologia: Exclusões e Políticas Sociais	29	23	6	2/29 = 7%	1/23 = 4%	1/6 = 17%
	Supervisão Pedagógica	20	3	17	0/20 = 0%	0/3 = 0%	0/17 = 0%
<b>TOTAL</b>		440	248	192	35/440 = 8%	17/248 = 7%	18/192 = 9%
Engenharias	Bioengenharia	6	3	3	0/6 = 0%	0/3 = 0%	0/3 = 0%
	Branding e Design de Moda	37	36	1	0/37 = 0%	0/36 = 0%	0/1 = 0%
	Design de Moda	48	41	7	2/48 = 4%	1/41 = 2%	1/7 = 14%
	Design Industrial	17	4	13	0/17 = 0%	0/4 = 0%	0/13 = 0%
	Engenharia e Gestão Industrial	33	15	18	0/33 = 0%	0/15 = 0%	0/18 = 0%
	Engenharia Eletromecânica	45	2	43	0/45 = 0%	0/2 = 0%	0/43 = 0%
	Engenharia Eletrotécnica e de Computadores	29	4	25	0/29 = 0%	0/4 = 0%	0/25 = 0%
	Engenharia Informática	61	9	52	0/61 = 0%	0/9 = 0%	0/52 = 0%
	Sistemas de Informação Geográfica	8	3	5	0/8 = 0%	0/3 = 0%	0/5 = 0%
<b>TOTAL</b>	-	284	117	167	2/284 = 1%	1/117 = 1%	1/167 = 1%

MESTRADO INTEGRADO								TOTAL
	Cursos	Total de alunos	F.	M.	Percentagem estudo - Total de alunos (%)	Percentagem estudo - Feminino (%)	Percentagem estudo - Masculino (%)	41/1969 = 2,1%
Ciências da Saúde	Ciências Farmacêuticas	252	199	53	13/252 = 5%	9/199 = 5%	4/53 = 8%	
	Medicina	895	618	277	20/895 = 2%	14/618 = 2%	6/277 = 2%	
<b>TOTAL</b>	-	1147	817	330	33/1147 = 3%	23/817 = 3%	10/330 = 3%	
Engenharias	Arquitetura	396	203	193	5/396 = 1%	2/203 = 1%	3/193 = 2%	
	Engenharia Aeronáutica	304	60	244	1/304 = 0,3%	0/60 = 0%	1/244 = 0,4%	
	Engenharia Civil	122	42	80	2/122 = 2%	0/42 = 0%	2/80 = 3%	
<b>TOTAL</b>	-	822	305	517	8/822 = 1%	2/305 = 1%	6/517 = 1%	

Número total de alunos/respostas obtidas	Número total de alunos masculino/respostas obtidas	Número total de alunos femininos/respostas obtidas
303/6532 = 4,6%	161/3424 = 4,7%	142/3108 = 4,6%

**Tabela 8.** Amostra (número total de alunos)

Composto por três grandes grupos (I - Caracterização do inquirido, II - Hábitos de consumo desportivo, III - Perceções e perspetivas sobre a informação desportiva em Portugal), o inquérito por questionário foi aplicado através da plataforma *online Google Docs*. A divulgação foi efetuada mormente através da rede social Facebook - *chats* de conversação e publicações em grupos - mas também *in loco* na biblioteca da UBI.

Durante todo o questionário foram utilizadas respostas estruturadas (fechadas) e não-estruturadas (abertas), com o propósito de juntar à quantificação e tratamento estatístico, informações escritas, para precaver eventuais nuances. Apresentam-se seguidamente as conclusões do mesmo.

## 6.5. Questionário (conclusões)

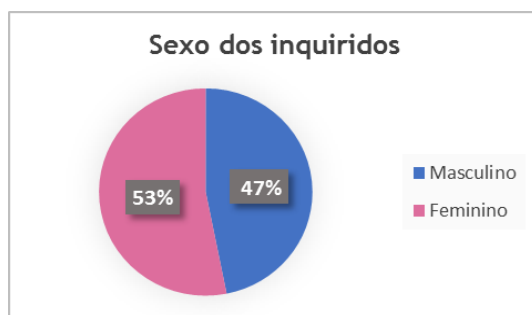


Gráfico 2 - Sexo dos inquiridos

Número equitativo de respostas em termos de sexo. Associado, por vezes, à figura masculina, é importante realçar, por curta margem, a maior percentagem de respostas femininas (53,1%) num questionário sobre jornalismo desportivo.

18-20	21-25	+ de 25
87 (28,7%)	202 (66,7%)	14 (4,6%)

Tabela 9 - Idade dos inquiridos

Solicitou-se aos inquiridos a apresentação da sua idade (seja 19, 20, 21 anos). Todavia, de forma a facilitar a compreensão, fragmentaram-se os dados em três faixas etárias distintas: 18-20; 21-25; + de 25. Predominam as respostas de inquiridos na faixa etária de 21-25 anos (66,7%). Convém, no entanto, salientar o maior número de respostas de alunos na casa das 20, 21 e 22 primaveras.

DISTRITOS	
Aveiro	9 (3%)
Beja	1 (0,3%)
Braga	15 (5%)
Bragança	5 (1,7%)
Castelo Branco	176 (58%)
Coimbra	5 (1,7%)
Faro	3 (1%)
Guarda	11 (3,6%)
Leiria	7 (2,3%)
Lisboa	11 (3,6%)
Portalegre	3 (1%)
Porto	15 (5%)
Santarém	8 (2,6%)
Setúbal	5 (1,7%)
Viana do Castelo	3 (1%)

Vila Real	6 (2%)
Viseu	14 (4,6%)
Ilhas	4 (1,3%)
Internacional	1 (0,3%)
Inválidas	1 (0,3%)
TOTAL	303

Tabela 10 - Localidade dos inquiridos

Dentre as 303 respostas do questionário, foi possível abranger quase todos os distritos nacionais - exceção feita a Évora - assim como ilhas e estudantes internacionais. Por larga margem (58%), Castelo Branco é a zona mais representada, talvez pela proximidade geográfica da UBI.

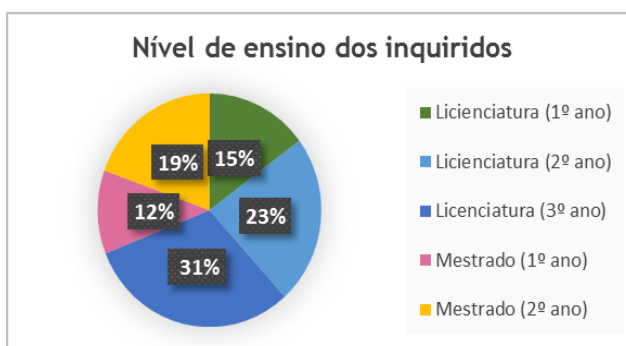


Gráfico 3 - Nível de ensino dos inquiridos

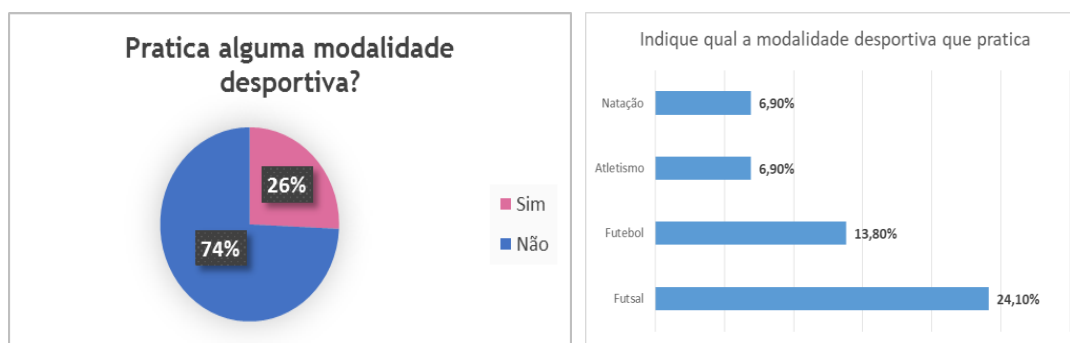
De forma expectável, os alunos de 1º ciclo representam a fatia principal de respostas. Com suporte nos dados do Gabinete de Relações Públicas da Universidade da Beira Interior, relativo ao “Número de inscritos na UBI e na área de Ciências do Desporto relativos a 2016/2017” (ver anexo 7), percebe-se que os alunos do 1º ciclo de estudos estão em maioria (51,9%, 3391) no comparativo com os estudantes de 2º ciclo (18%, 1174) e mestrado integrado (30,1%) - apesar de alguns destes se encontrarem nos três primeiros anos de estudo, isto é, a frequentar a licenciatura. Estes dados estão, de certo modo, espelhados no gráfico em cima, com 69% dos inquiridos a pertencer ao 1º ciclo de estudos (licenciatura 1º, 2º e 3º ano), e apenas 31% ao 2º.

Licenciatura (61%)					
Bioquímica	3	Design Industrial	4	Gestão	7
Biotecnologia	1	Design Moda	7	Informática Web	16
Ciência Política e Relações Internacionais	6	Design Multimédia	7	Marketing	6
Ciências Biomédicas	6	Economia	7	Optometria	4
Ciências da Comunicação	39	Engenharia Eletromecânica	2	Psicologia	7
Ciências da Cultura	11	Engenharia Eletrotécnica	1	Sociologia	4

Ciências do Desporto	37	Engenharia Informática	5		
Cinema	2	Estudos Portugueses e Espanhóis	2		
<b>Mestrado (26%)</b>					
Bioquímica	3	Design de Moda	2	Jornalismo	19
Biotecnologia	2	Design Multimédia	4	Marketing	1
Ciência Política	1	Economia	1	Psicologia Clínica e da Saúde	8
Ciências Biomédicas	3	Ensino de Educação Física nos Ensinos Básico e Secundário	4	Química Medicinal	1
Ciências do Desporto	15	Ensino de Português e de Espanhol no 3º Ciclo do Ensino Básico e Secundário	1	Relações Internacionais	1
Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas	7	Gestão	3	Sociologia: Exclusões e Políticas Sociais	2
<b>Mestrado Integrado (13%)</b>					
Arquitetura	5	Engenharia Aeronáutica	1	Medicina	20
Ciências Farmacêuticas	13	Engenharia Civil	2		

**Tabela 11** - Cursos dos inquiridos

Os estudantes das áreas de Ciências da Comunicação e Ciências do Desporto estão em maioria na resposta ao questionário (1º ciclo de estudos). No que concerne ao 2º ciclo, também se verifica supremacia nos mesmos ramos: Ciências do Desporto (15 respostas), Ensino de Educação Física nos Ensinos Básico e Secundário (4 respostas); Jornalismo (19 respostas) e Comunicação Estratégica - Publicidade e Relações Públicas (7 respostas). Apesar de se pretender avaliar as tendências dos estudantes universitários no consumo de informação desportiva, o suporte principal da dissertação subordina-se a estas duas áreas.



**Gráfico 4 e 5** - Prática desportiva/Modalidade desportiva praticada

A prática de modalidades desportivas é residual nos estudantes universitários. Apenas cerca de ¼ dos inquiridos afirma ser praticante de desporto, o que revela não existir uma ligação direta entre praticar/assistir a eventos. Entre as modalidades mais praticadas destacam-se futsal (24,1%), futebol (13,8%), atletismo e natação (6,9% cada uma).



Gráfico 6 - Sócios de clubes desportivos

O associativismo desportivo não parece atrair os jovens universitários, sendo que apenas 24% se diz sócio de algum clube.

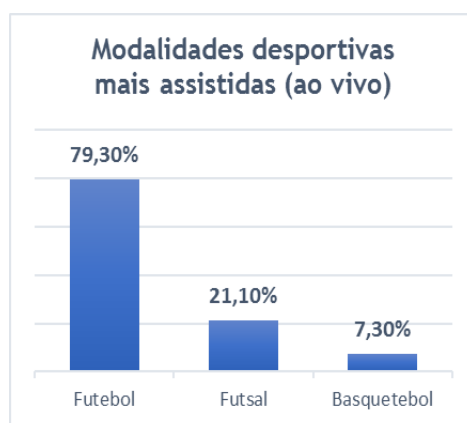
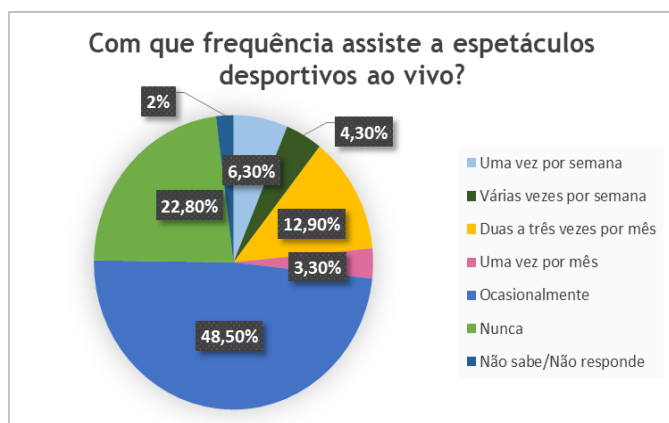


Gráfico 7 e 8 - Espetáculos desportivos ao vivo (frequência)/Modalidades desportivas mais assistidas ao vivo

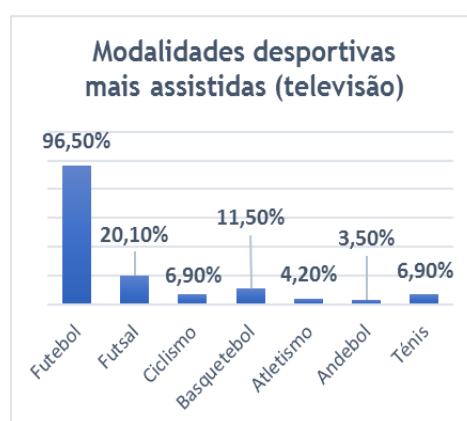
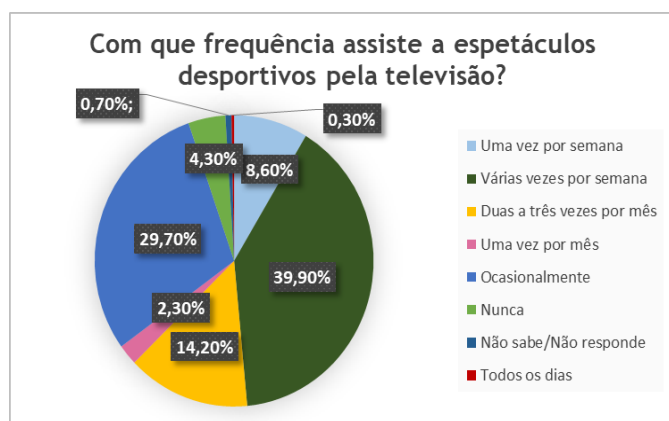


Gráfico 9 e 10 - Espetáculos desportivos pela televisão (frequência)/Modalidades desportivas mais assistidas pela televisão

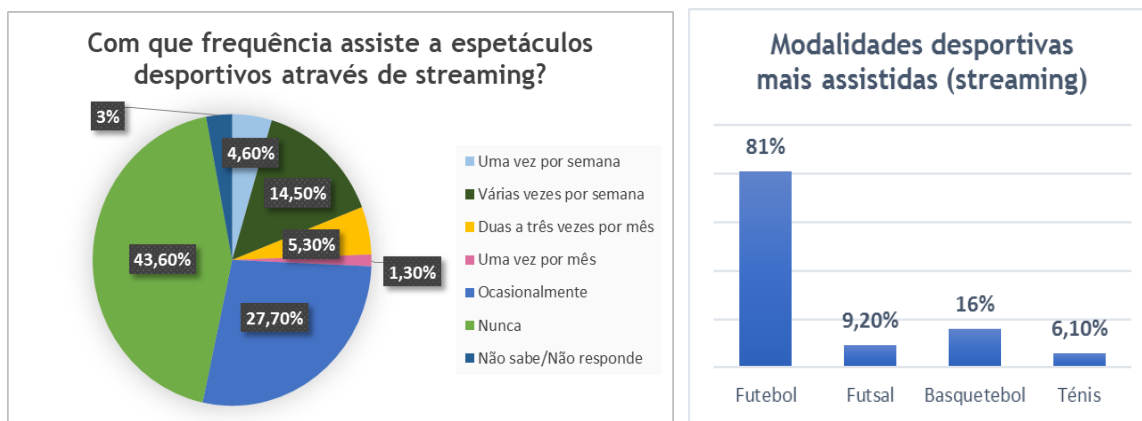


Gráfico 11 e 12 - Espectáculos desportivos através de *streaming* (frequência)/Modalidades desportivas mais assistidas através de *streaming*

A televisão é o meio predileto dos estudantes universitários para assistir a espetáculos desportivos. Muito poucos são ávidos consumidores deste tipo de certames, quer através de *streaming* quer *in loco*. Todavia, tal como se esperava, quando confrontados com a modalidade desportiva mais assistida a escolha recaiu, de forma unânime, no futebol. Nota de destaque para o futsal e basquetebol, ainda que com valores muito inferiores.

De forma a simplificar a compreensão dos dados, foram escolhidas as modalidades com, pelo menos, 10 respostas.

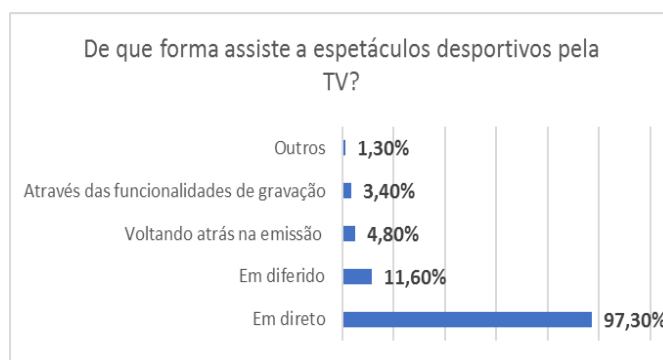
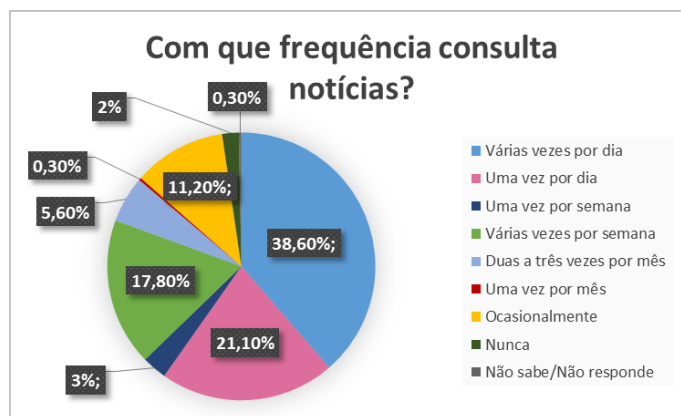


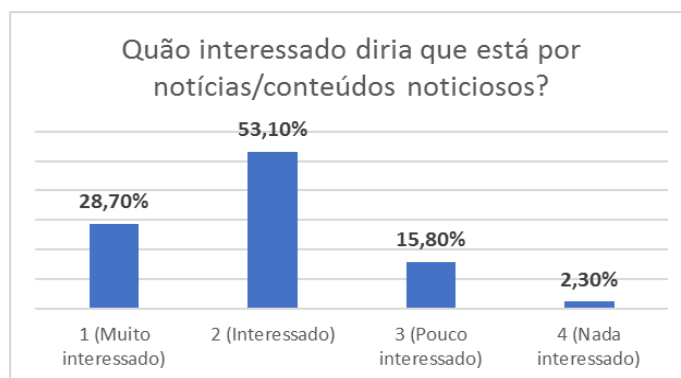
Gráfico 13 - Espectáculos desportivos pela TV (assistência)

Volvidas cinco décadas desde o seu aparecimento, a “caixinha mágica” continua a reunir grande simpatia por parte dos espectadores. Do preto e branco à possibilidade de pausar e voltar atrás na emissão, a preferência é assistir a espetáculos desportivos em direto. Talvez por toda a imprevisibilidade inerente, 97,3% optam por assistir na hora.



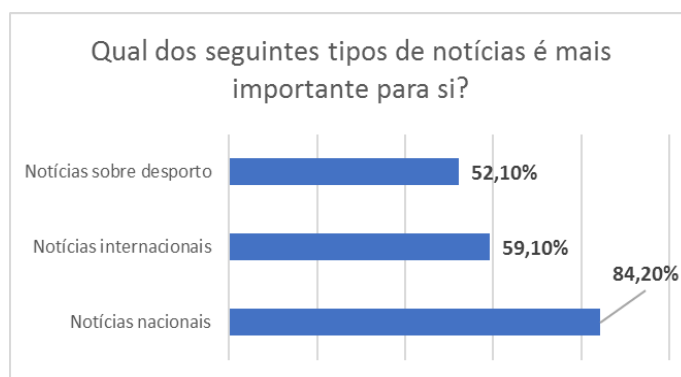
**Gráfico 14 - Frequência na consulta de notícias**

O público universitário demonstra interesse em conteúdos noticiosos. Apenas 0,3% selecionou a opção “nunca”, elucidativo do elevado consumo de notícias.



**Gráfico 15 - Interesse por notícias/conteúdos noticiosos**

A população inquirida revela-se interessada por notícias/conteúdos noticiosos. Uma percentagem exígua (18,10%) mostra-se pouco ou nada interessada.



**Gráfico 16 - Tipos de notícias mais importantes**

Num vasto leque de opções, as notícias sobre desporto são as mais importantes dentro das especializações jornalísticas (52,1%). “Notícias sobre a minha região” (45,2%), “Notícias sobre ciência e tecnologia” (47,2%) e “Notícias sobre saúde e educação” (44,6%) também apresentam resultados significativos. Notícias locais (35%); sobre economia (22,1%); sobre entretenimento, sociedade e celebridades (21,8%); humorísticas, satíricas e insólitas (22,1%); sobre política nacional (21,8%); financeiras e de negócios (13,9%) apresentam-se num segundo plano de interesse. Encabeçado pelas notícias nacionais e internacionais, este resultado evidencia desde logo apetência pelo consumo de notícias desportivas.

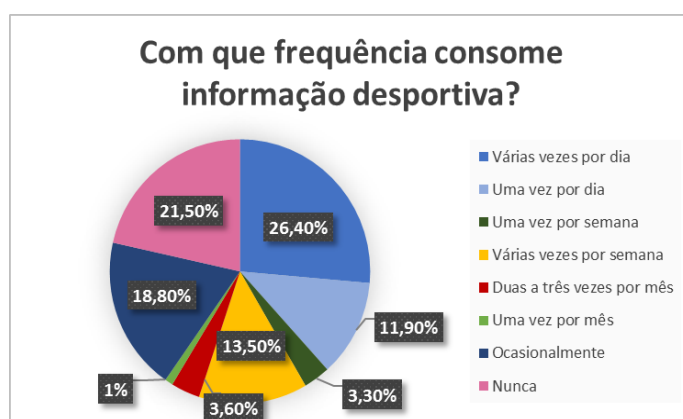


Gráfico 17 - Consumo de informação desportiva (frequência)

Significativo o facto de 26,40% dos inquiridos salientar a procura por informação desportiva várias vezes por dia. No reverso da medalha, 21,5% refere nunca indagar sobre esta área. Parecem existir opiniões algo divergentes no respeitante a consumo de informação desportiva: se por um lado 55,1% tem interesse nesta área no mínimo “uma vez por semana”, 44,9% não faz parte deste nicho.

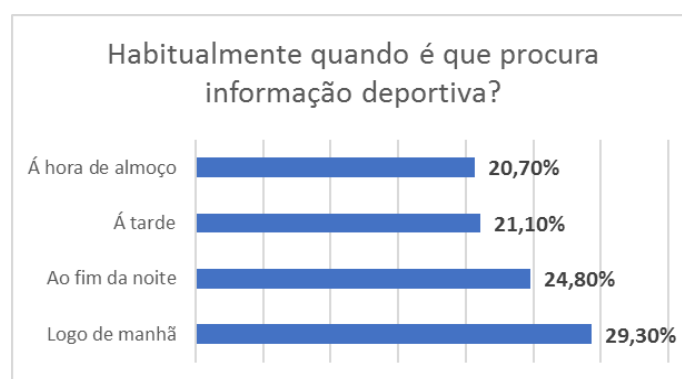


Gráfico 18 - Procura de informação desportiva

O período matutino é o preferido dos consumidores para aceder a informação desportiva, ainda que os valores para “ao fim da noite” não cheguem a uma diferença de 5 valores

percentuais. A explicação pode residir no facto de estes serem dois períodos em que há mais disponibilidade para consulta de informação. Para esta questão, seleccionaram-se as quatro opções de resposta mais seleccionadas (isto é, com pelo menos 50 respostas). Saliente-se a opção “Não sabe/Não responde” (19%), muito provavelmente pelo acesso a estes conteúdos não ser feito em períodos de tempo predefinidos ou, como referido por alguns “Consulto conforme me é sugerido nas páginas noticiosas, ou conforme aparecem no feed de notícias das redes sociais”. “Se tiver tempo”, “Ao fim-de-semana”, “Fundamentalmente nas redes sociais” (todas elas com 0,4%). “Ao início da noite” (15,7%), “Ao fim da manhã” (7,4%), “A última coisa que faço à noite” (6,6%) completam o leque de opções.

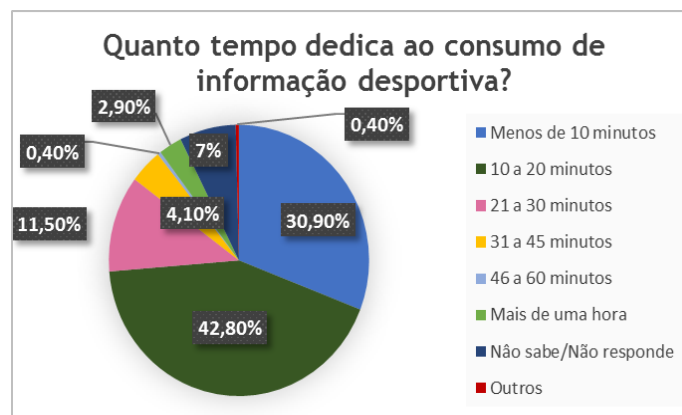


Gráfico 19 - Tempo dedicado ao consumo de informação desportiva

Não há como enganar: os estudantes universitários têm interesse pelo consumo de informação desportiva. No entanto, os mesmos não espelham essa simpatia em grandes quantidades de tempo. Tal como visto no enquadramento teórico, tendo por base uma pesquisa efetuado no ano de 2014 sobre o comportamento dos internautas americanos, o tempo passado nos sites noticiosos não supera os 5 minutos. O que se infere? Apraz aos estudantes universitários esta área jornalística, ainda que a consulta não seja feita por períodos de tempo muito prolongados.

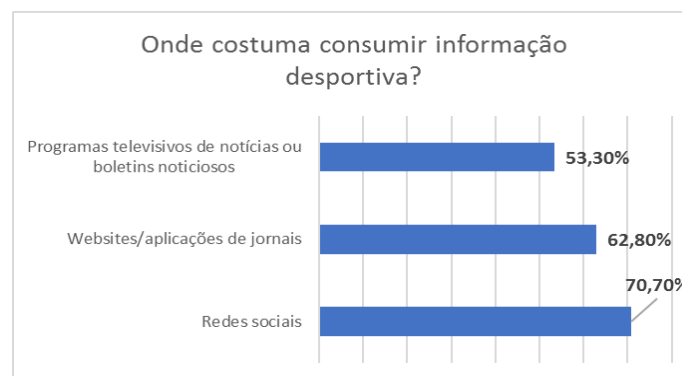
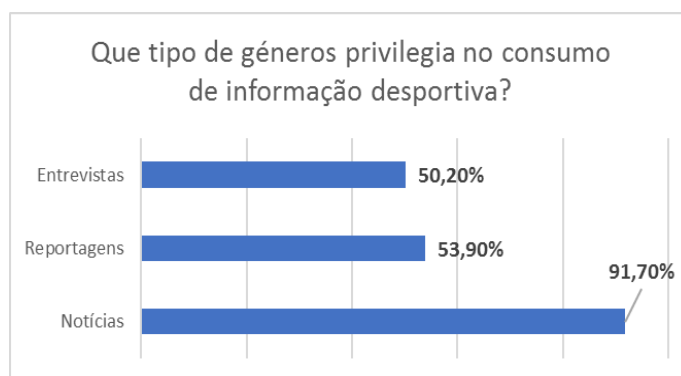


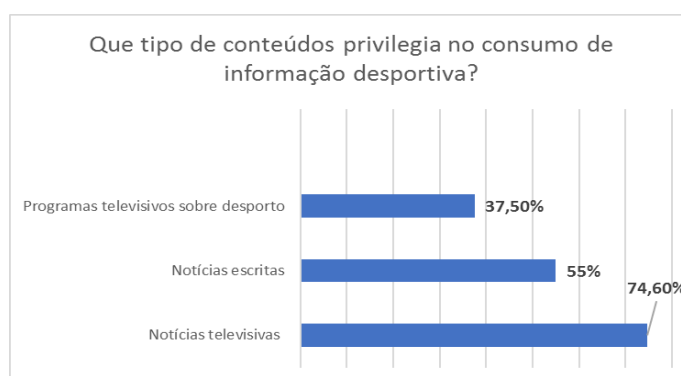
Gráfico 20 - Consumo de informação desportiva (onde costuma aceder)

A imagem dos novos tempos. As redes sociais são, nos dias que correm, um importante meio de difusão informativa. O meio preferido no consumo de informação desportiva são as redes sociais, à frente de websites/aplicações de jornais e programas televisivos de notícias ou boletins noticiosos. As restantes opções de escolha apresentam valores muito distantes. A saber: “Jornais impressos” (28,5%), “Canais noticiosos 24 sobre 24 horas” (22,3%), “Blogues (13,6%), “Websites/aplicações de outros agentes noticiosos (Ex: Portal Sapo)” (13,2%), “Programas noticiosos de rádio” (10,3%), “Websites/aplicações de revistas de notícias” (12%), “Websites/aplicações de empresas de rádio e televisão” (9,9%) e “Revistas impressas” (5,4%).



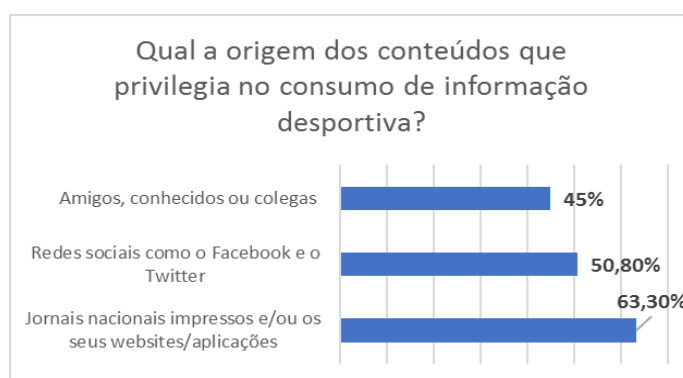
**Gráfico 21** - Gêneros privilegiados no consumo de informação desportiva

As notícias são o tipo de género privilegiado no consumo de informação desportiva (91,7%). Em segundo plano surgem as reportagens (53,9%) e as entrevistas (50,2%), ainda assim, com valores muito discrepantes no comparativo. As hipóteses sobranes apresentam valores ainda mais baixos. Artigos de opinião (20,7%), crónicas (17,4%) e comentários (17%) estão longe de reunir as preferências.



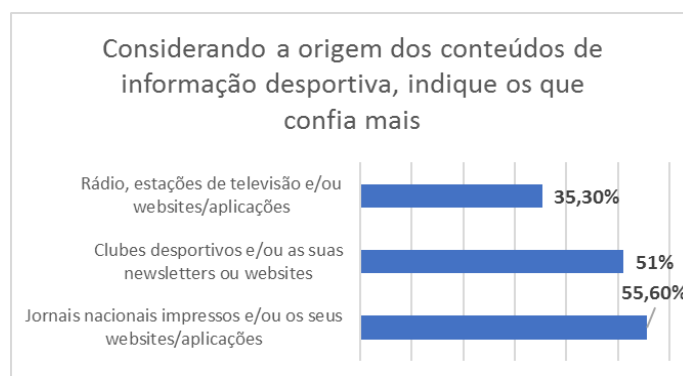
**Gráfico 22** - Conteúdos privilegiados no consumo de informação desportiva

No seguimento do tópic anterior, as notícias encabeçam o tipo de conteúdos privilegiados no consumo de informação desportiva. As televisivas surgem na primeira posição (74,6%), seguidas pelas escritas (55%). Logo de seguida aparecem os programas televisivos sobre desporto (37,5%). Todas as restantes opções apresentam valores abaixo dos 50%. No entanto, as publicações escritas em blogues especializados (25,8%), os *posts* com vídeo (27,5%) e escritos (24,2%) nas redes sociais apresentam não negligenciáveis. Pouco frequentes são as notícias radiofónicas (11,7%), vídeos em blogues especializados (10,8%), *podcasts* (3,3%), *posts* com sons nas redes sociais (3,3%) e programas radiofónicos sobre desporto (1,7%).



**Gráfico 23** - Origem dos conteúdos privilegiados no consumo de informação desportiva

“Jornais nacionais impressos e/ou os seus websites/aplicações” estão na génese de conteúdos privilegiados pelos inquiridos no consumo de informação desportiva (63,3%). O poder das “Redes sociais como o Facebook e o *Twitter*” volta aqui a ser destacado, através de uma percentagem assinalável (50,8%). Com valores não muito díspares “Amigos, conhecidos ou colegas” (45%), “Rádios, estações de televisão e/ou websites/aplicações” (43,8%) são também tidos em conta. Numa segunda linha de análise encontramos os “Clubes desportivos e/ou as suas *newsletters* ou *websites*” (30,4%), os “Websites especializados ou blogues desportivos” (27,9%) e as “Revistas especializadas e/ou websites/aplicações” (14,6%). Irrisórios são os resultados das “Newsletters enviadas por email/alertas” (0,8%).



**Gráfico 24** - Origem dos conteúdos de informação desportiva (confiança)

Se na questão anterior as redes sociais e os amigos, conhecidos ou colegas se apresentam como duas das três principais opções, o rumo dos acontecimentos altera-se quando se fala de confiança. As *social networks*, aliás, descem para a penúltima posição (12,9%), superando apenas as “Newsletters enviadas por email/alertas”. Nas palavras de Júnior (2016, p. 39) “[...] essas plataformas (redes sociais) são acessadas muitas vezes em substituição ao jornal, rádio, televisão, etc.”, no entanto, as mesmas carecem muitas vezes de dados fidedignos, isto é “informações que não foram devidamente checadas”. Os “Jornais nacionais impressos e/ou os seus websites/aplicações” voltam a estar no topo da pirâmide, juntando-se os “Clubes desportivos e/ou as suas *newsletters* ou *websites*” (51%) e a “Rádio, estações de televisão e/ou *websites*/aplicações”. Nota de destaque para os “*Websites* especializados ou blogues desportivos”, capazes de, aparentemente, granjear cada vez mais interessados (28,2%). “Amigos conhecidos ou colegas” (26,6%) e “Revistas especializadas e/ou *websites*/aplicações” (21,2%) fecham o lote de respostas.

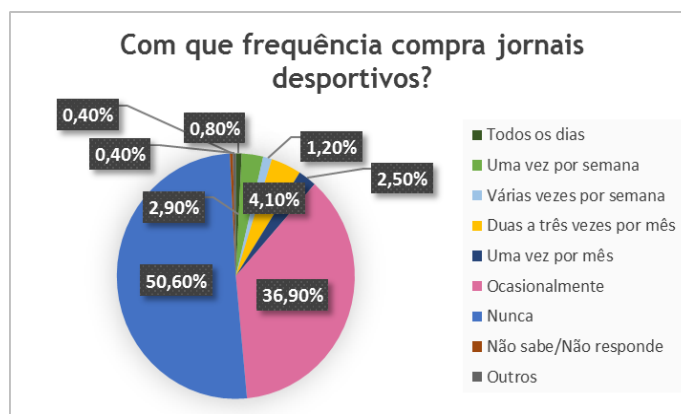


Gráfico 25 - Compra de jornais desportivos (frequência)

Dados da APCT (devidamente escalpelizados no enquadramento teórico) apontam para uma quebra gradual na venda de jornais impressos nos últimos sete anos. Os resultados obtidos nesta questão são consentâneos com essa premissa. Quase 90% (87,5%) nunca ou ocasionalmente compra jornais desportivos, num trilho que, como inúmeros estudiosos preconizam, levará ao seu termo a curto/médio prazo.

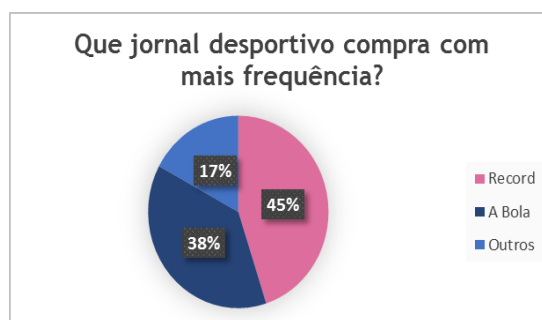


Gráfico 26 - Jornal desportivo comprado com mais frequência

A dominar o mercado desde há uns anos a esta parte, não surpreende que os jornais *Record* e *A Bola* detenham a principal fatia de vendas para os poucos inquiridos fiéis ao papel. Juntos representam aproximadamente 83% das preferências, sobejando um valor exíguo para os restantes periódicos mencionados (*O Jogo* e *Tribuna Desportiva*).

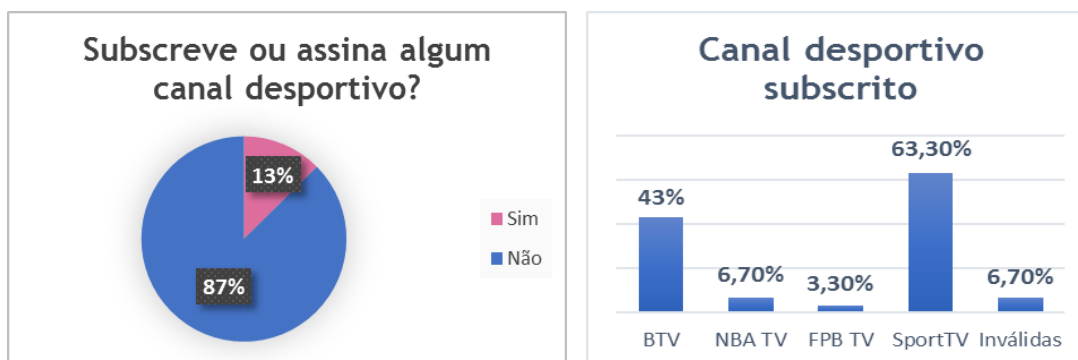


Gráfico 27 e 28 - Subscrição/assinatura de canal desportivo/Canal desportivo subscrito

Muito poucos subscrevem ou assinam algum canal desportivo. Como se pode comprovar pelo gráfico, uma percentagem esmagadora de 87% não é assinante de serviços *premium*. Contudo, no caso dos 30 subscritores (13%), a *SportTV* reúne as preferências (63,3%), seguida pela *BTV* (43%) - canal oficial do *Sport Lisboa e Benfica*, que detém as transmissões exclusivas dos jogos do clube encarnado no seu estádio. Saliência final para a *NBA TV* (6,7%) e a *FPB TV* (3,3%).

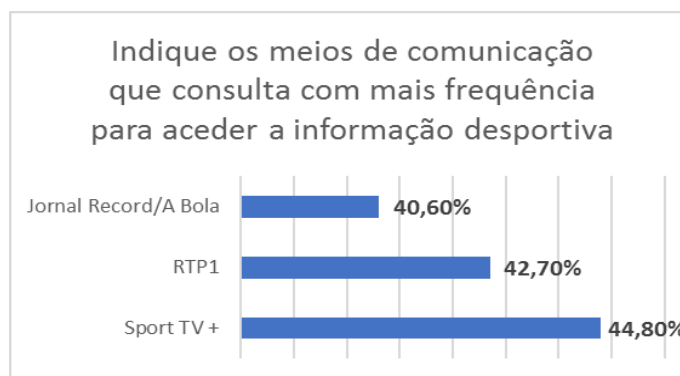


Gráfico 29 - Meios de comunicação consultados com mais frequência para aceder a informação desportiva

Lançado pela *Sport TV* no pretérito ano como “um canal só de notícias e em sinal aberto”<sup>31</sup> - contrariamente aos cinco canais *premium* da estação -, assume-se como o meio consultado com mais frequência pelos estudantes universitários (44,8%). A estação pública *RTP1* surge muito próxima destes valores (42,7%). De seguida, surgem os dois diários desportivos mais

<sup>31</sup> <http://www.dn.pt/media/interior/sport-tv-vai-ter-um-canal-so-de-noticias-e-em-sinal-aberto-5181760.html>

vendidos em Portugal (40,6 cada). Dentro de um vasto leque de opções, nota de destaque para a *TVI24* (31,8%) e *zerozero* (32,6%).

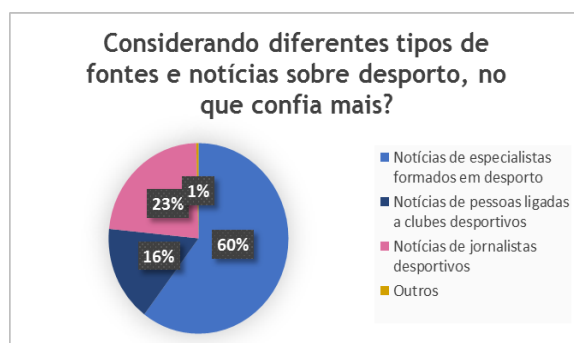


Gráfico 30 - Fontes e notícias sobre desporto mais confiáveis

“A informação desportiva em Portugal tem dado um maior destaque às jogadas de bastidores relativas às mais variadas modalidades (futebol, principalmente) em vez de se basear mais concretamente nas modalidades em si e naquilo que realmente importa. Por vezes, o objetivo principal parece ser o de criar polémica e não o de informar devidamente, acabando por existir cada vez mais informação do interesse do público e não do interesse público.”

O texto em cima, retirado da última questão do inquérito, alude à opinião de um inquirido quando confrontado sobre a informação desportiva em Portugal. Cada vez mais em voga na Internet estão as plataformas de análise desportiva, isto é, sites sobre desporto e recreação cujo propósito principal passa por analisar o jogo em si, de que são exemplo análises táticas feitas através de vídeo. Temos o caso flagrante do “Lateral Esquerdo”<sup>32</sup>, que esteve entre os nomeados para blog do ano<sup>33</sup> em 2016, a que se juntam projetos como “Posse de bola”<sup>34</sup> e “Entredez”<sup>35</sup>. O conteúdo encontrado nestas plataformas é produzido por profissionais da área de desporto, cujos temas não são, eventualmente, suscetíveis de criar polémica. Esta nova faceta de analisar o jogo parece ser do agrado dos inquiridos ou, pelo menos, transluz uma mensagem fidedigna. Conforme enuncia o gráfico em cima, as notícias de especialistas formados em desporto são, de longe, as que os inquiridos mais confiam (60%), superando por larga margem a informação dos jornalistas desportivos (23%) e das pessoas ligadas a clubes desportivos (16%).

<sup>32</sup> [www.lateralesquerdo.com](http://www.lateralesquerdo.com)

<sup>33</sup> [www.blogsdoano.pt](http://www.blogsdoano.pt) (A iniciativa, promovida pela Media Capital, vai já para a sua segunda edição).

<sup>34</sup> [www.possedebolla.blogspot.pt](http://www.possedebolla.blogspot.pt)

<sup>35</sup> [www.entredez.blogspot.pt](http://www.entredez.blogspot.pt)

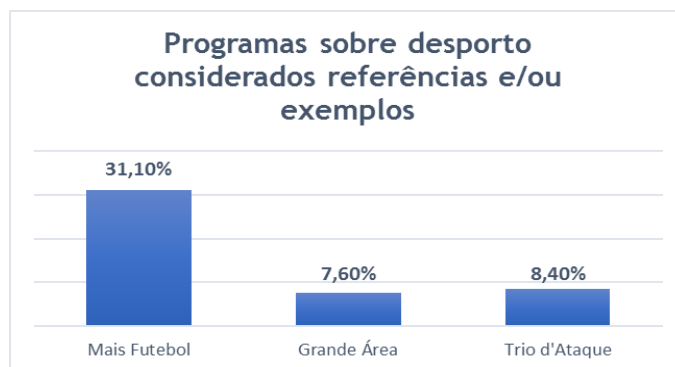


Gráfico 31 - Programas sobre desporto considerados referências e/ou exemplos

Sem obrigatoriedade de resposta, apenas 115 referiram o nome de um programa de desporto considerado como referência e/ou um exemplo. De forma clara, o programa *Maisfutebol*, transmitido pela TVI24, foi o mais citado (31,1%). Seguem-se um leque alargado de respostas, no entanto, com valores muito díspares no comparativo: Trio d'Ataque (8,4%) e Grande Área (7,6%) - ambos transmitidos na RTP3. Se analisarmos o painel do *Maisfutebol* encontramos personalidades distintas: jornalistas desportivos (Cláudia Lopes e Luís Mateus, Luís Francisco e Nuno Madureira), radialistas (Pedro Ribeiro), profissionais da área do desporto (Tomaz Morais - treinador de rugby) e ex-jogadores (Pedro Barbosa). A moderação está a cargo de Cláudia Lopes e, nesse âmbito, podemos abordar levemente a questão da feminização do jornalismo desportivo. Uma tese de mestrado datada de 2014/2015, intitulada "Os estudos de género e os media - uma análise à perceção das jornalistas sobre o jornalismo desportivo em Portugal", da autoria de Liliana Pêgo, debruça-se sobre a questão. O estereótipo do jornalismo desportivo másculo não desapareceu, todavia, nos últimos tempos a figura feminina parece estar a ganhar alguma força. Andreia Sofia Matos, ex-jornalista da TVI, é atualmente o rosto dos conteúdos da Federação Portuguesa de Futebol; Cláudia Martins é a única repórter de campo feminina em Portugal e Inês Gonçalves é um semblante bem conhecido dos espetadores da RTP1, onde apresenta o programa Liga dos Campeões. O aumento feminino nas redações desportivas não é um dado adquirido para todas as onze mulheres entrevistadas por Liliana Pêgo. Cláudia Martins, repórter de pista da Antena1 resume o papel feminino nesta área: "Se falhar um homem, ele enganou-se. Se falhar uma mulher, ela não percebe nada de bola".

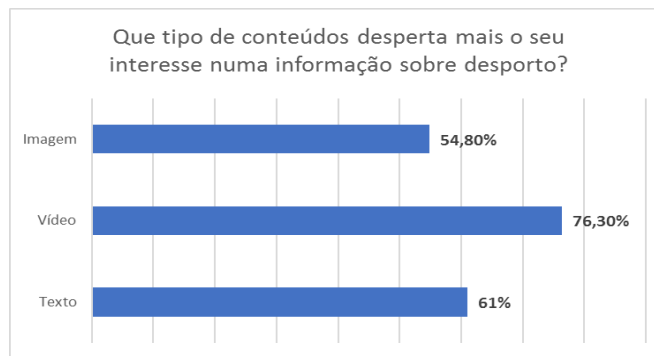


Gráfico 32 - Tipos de conteúdo que despertada mais interesse numa informação sobre desporto

A forma mais cativante numa informação sobre desporto para o público universitário parece ser o vídeo (76,3%). O constante crescimento das redes sociais e plataformas desportivas poderá ter algum impacto nesta decisão, se considerarmos os vídeos como prática comum hodiernamente. O texto (61%) e imagem (54,8%), únicos conteúdos na imprensa desportiva, parecem ser ainda do agrado dos inquiridos, todavia há vários outros a ganhar terreno. Desses, temos de destacar as análises táticas (32,2%) que, como observado previamente, começam a estar presentes em plataformas de jaez desportivo (*Lateral Esquerdo*). Os meios tradicionais (por ex: *Jornal Record*) têm vindo a apostar em conteúdos desse género, de forma a não perder a corrida. Análises táticas<sup>36</sup> feitas por Rui Malheiro<sup>37</sup> (principalmente), Nuno Amado<sup>38</sup> e Pedro Bouças<sup>39</sup> são prática recorrente, quer na plataforma impressa, caso de Rui Malheiro, quer na digital, caso dos três.

Aspetos técnico-táticos	<p>“Mais conteúdo sobre o chamado “jogo jogado” e menos fait-divers como os que assistimos diariamente”</p> <p>“A componente técnica e tática das modalidades”</p> <p>“Análise sobre o sistema ofensivo e defensivo das equipas”</p> <p>“Mais aprofundamento da componente técnica do desporto”</p>
Verdade desportiva/Leis de jogo	<p>“Detalhes dos contratos desportivos”</p> <p>“O dinheiro das vendas de jogadores; A corrupção na venda de jogadores”</p> <p>“Corrupção desportiva”</p> <p>“Situações de anti-jogo”</p> <p>“Arbitragem/Leis de jogo”</p>
Análise estatística	<p>“Análise do jogo, da estatística, das opções”</p> <p>“Análise estatística, scouting”</p>
Mais informações sobre clubes “pequenos”	<p>“Maior análise tática, mais informação sobre as equipas de escalões inferiores”</p> <p>“Que falassem mais dos clubes ditos “pequenos””</p> <p>“Mais visibilidade e informação na TV e jornais desportivos sobre os clubes</p>

<sup>36</sup> Dados recolhidos em: <http://www.record.pt/opiniao/cronistas/pedro-boucas/detalhe/raul-a-ultima-cartada-para-o-tetra.html> (consultado a 18 de agosto de 2017)

<sup>37</sup> Analista e colunista do jornal *Record*, analista e comentador de futebol na RTP (*linkedin*)

<sup>38</sup> Fundador do blog *Entredez*, colaborador da plataforma *Lateral Esquerdo*

<sup>39</sup> Criador da plataforma *Lateral Esquerdo*, professor no Estádio Universitário de Lisboa e treinador de futebol.

	"pequenos" da primeira liga"
Mais informações sobre outras modalidades	"Mais desportos para além do futebol" "Mais informação das várias modalidades e não dar tanto interesse ao futebol"
Informações sobre jovens com potencial	"Informação individual de praticantes não conhecidos e com potencial no futuro" "Jovens promessas, clubes distritais" "Novas contratações desportivas, novas promessas no mundo do desporto"
Desporto feminino e para pessoas deficientes	"Ser mais diversificado quanto aos clubes que normalmente são noticiados, e também dar espaço para o desporto feminino, e também para o desporto de pessoas com deficiência que são esquecidos pelas agências noticiosas"
Opiniões dos intervenientes	"O desporto em si e narração da opinião dos intervenientes (atletas)" "Entrevistas a jogadores"

Tabela 12 - Aspetos que gostaria de ver abordados na informação desportiva

Tratando-se de uma questão de resposta aberta, procedeu-se a uma lógica diferente de análise das restantes. Dissecadas todas as opiniões, foram criados tópicos principais (a azul) e colocadas algumas opiniões sobre "aspetos que gostaria de ver abordados na informação desportiva".

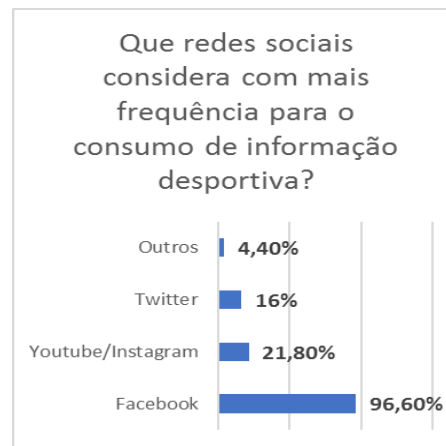
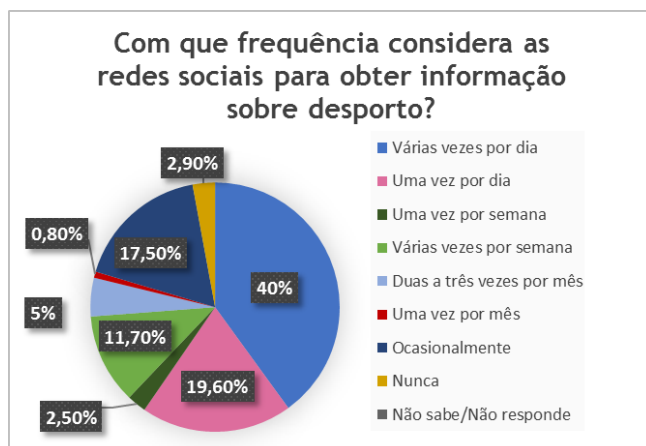


Gráfico 33 e 34 - Frequência com que se

considera as redes sociais para obter informação sobre desporto/Redes sociais consideradas com mais frequência para o consumo de informação desportiva

São inúmeros os indícios que ligam as redes sociais ao jornalismo, conforme vimos no enquadramento teórico. Se recuperarmos os dados respeitantes aos "meios mais utilizados no conhecimento de novas notícias *online*" percebemos isso. Suplantadas apenas pela opção "diretamente através de websites noticiosos" (75%), as redes sociais estão a ganhar terreno para se tornar o veículo principal no conhecimento de novas notícias *online* (69%). Ora, os estudantes universitários são claros no que concerne à frequência com que utilizam este meio para aceder a informações sobre desporto. Quase 60% afirmam considerar as redes sociais pelo menos uma vez por dia para se manterem a par da atualidade desportiva. Se alargarmos

o leque para os que utilizam, no mínimo, “uma vez por semana” a percentagem roça os 75%, ou seja, quase  $\frac{3}{4}$  dos inquiridos. Dados de 2017 da *Reuters Institute for the Study of Journalism* e da *Universidade de Oxford*<sup>40</sup> colocam as redes sociais como principal “veículo de consumo de informação”.

O mesmo estudo aponta o *Facebook*, o *Youtube* e o *WhatsApp* como as três principais plataformas utilizadas no consumo de informação. Para os inquiridos, o *Facebook* é, por larga margem (96,6%) o meio predileto no acesso a notícias desportivas, seguindo-se *Youtube* e *Instagram* (21,8% cada) e *Twitter* (16%). O aparecimento do *WhatsApp* no top3 está muito ligado às comunicações feitas nos países conservadores, ou seja, “onde há menos liberdade de expressão<sup>41</sup>”. A nossa realidade é distinta: os diretos de jogos de futebol começam a ser constantes no *Youtube*, o *Instagram* é cada vez mais utilizado pelos desportistas para publicarem informações (o que resulta, muitas vezes, em notícias<sup>42</sup>) e no *Twitter* chegam a ser geradas notícias/informações por parte de jornalistas desportivos, ainda que muitas vezes não se verifiquem fidedignas. No caso do *Facebook* é por demais evidente, como patenteiam os resultados no gráfico.

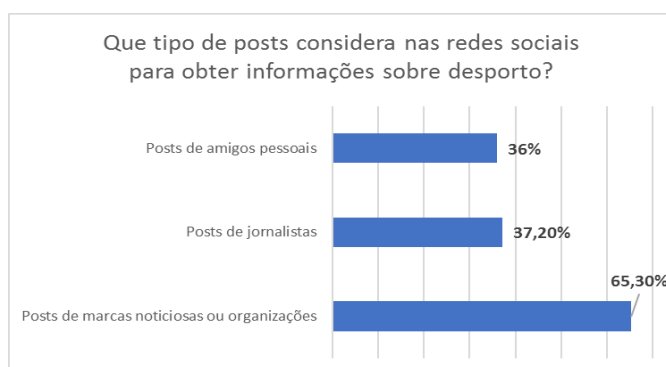


Gráfico 35 - Tipo de *posts* considerados nas redes sociais para obter informações sobre desporto

Quando desafiados a deixar a sua opinião sobre a informação desportiva em Portugal, vários inquiridos destacaram as potencialidades das redes sociais, nomeadamente em termos de rapidez e facilidade de acesso. Alguns deles foram mais longe, referindo que o contacto com informação desportiva é feito única e exclusivamente através do *feed* de notícias do *facebook*. A opinião seguinte sintetiza-o bem: “Tendo por base a minha experiência pessoal nas redes sociais, a verdade é que todos os dias é difundida, no *feed* de notícias das nossas páginas pessoais, informação desportiva, quer através de publicações de pessoas comuns, de desportistas renomados, de páginas de clubes ou associações desportivas, e até mesmo de

<sup>40</sup> <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/overview-key-findings-2017/>

<sup>41</sup> Dados recolhidos em: <http://observador.pt/2017/06/26/redes-sociais-noticias/> (Consultado a 20 de agosto de 2017)

<sup>42</sup> Dados recolhidos em: <http://www.maisfutebol.iol.pt/incrivel/manchester-united/zlatan-ibrahimovic-deixa-mensagem-subliminar-no-instagram> (consultado a 18 de agosto de 2017)

jornais generalistas, o que faz com que acabemos por consultar essa informação, nem que seja por mera curiosidade”. No entanto, também temos a face mais negra, pois “com a Internet surge a facilidade de criar as *fake news*”, são gerados “boatos que acabam por não ser verdade”. Tendo por base estas informações, a procura por informação desportiva é feita nas redes sociais com recorrência maioritária aos “*posts* de marcas noticiosas ou organizações” (65,3%), a que se seguem os *posts* de jornalistas (37,2%) e na terceira posição “os *posts* de amigos pessoais” (36%). Parece existir uma filtragem por parte dos utilizadores, de forma a encontrarem a informação mais fidedigna possível, apesar de ser cada vez mais intrincado escapar a estratégias como o *clickbait*.

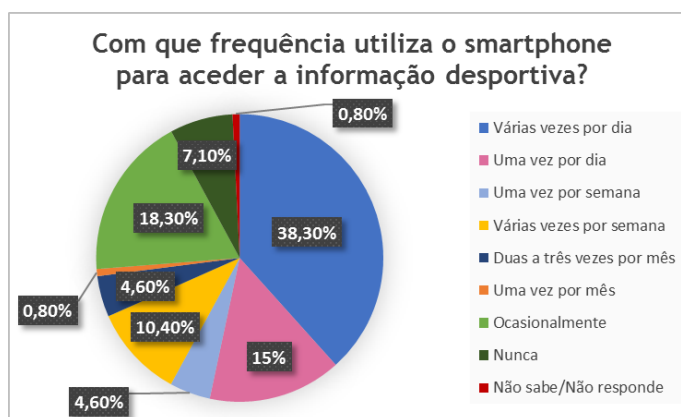


Gráfico 36 - Frequência com que se utiliza o *smartphone* para aceder a informação desportiva

Dispositivos utilizados para aceder a notícias <i>online</i> por faixa etária em Portugal		
Smartphone	15-24	25-34
	53%	46%

\*dados ERC 2015, p. 39

Tabela 13 - Dispositivos utilizados para aceder a notícias *online* por faixa etária em Portugal

É de todo oportuno fazer um paralelismo dos resultados obtidos na questão em cima com informações da *ERC* sobre os dispositivos utilizados para aceder a notícias *online* por faixa etária em Portugal. No estudo em causa apenas um inquirido está acima dos 34 anos, daí ser pertinente fazer uma analogia com os dados da *ERC*. Na faixa etária 15-24 anos foram inquiridos 121 indivíduos dos quais 53% afirmam utilizar o *smartphone* para aceder a notícias *online*. Os que se situam na casa dos 25-34 têm igualmente propensão para recorrer a este método (46%).

O nosso gráfico traduz o poder dos *smartphones* no acesso a informação desportiva. Quase 39% (38,3%) consomem este tipo de informação várias vezes por dia, enquanto 15% o fazem pelo menos uma vez. Se a estes acoplarmos os valores “várias vezes por semana” (10,4%) e “uma vez por semana” (4,6%) atingimos um percentual de aproximadamente 70%. Poucas

dúvidas parecem remanescer, o futuro no acesso a informação desportiva passa pelos *smartphones*.

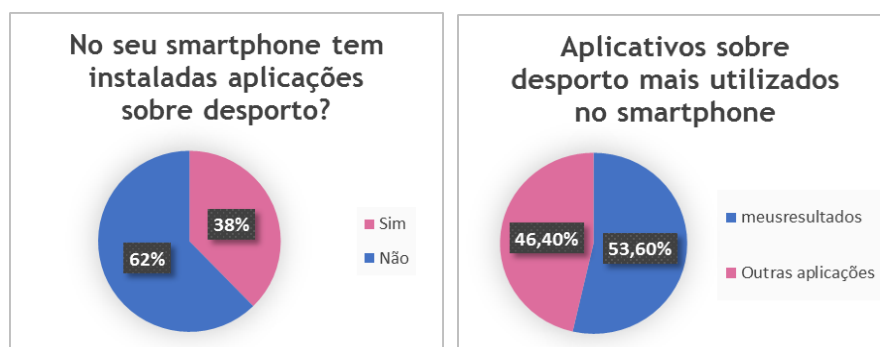


Gráfico 37 e 38 - Aplicações instaladas no *smartphone* sobre desporto/Aplicativos sobre desporto mais utilizados no *smartphone*

Se os *smartphones* são uma forma altamente utilizada para aceder a conteúdos desportivos, as aplicações focadas no tema (desporto) ainda parecem ter um longo caminho a percorrer. Mais de 60% não tem qualquer aplicativo instalado no seu *smartphone* pessoal e, dos que têm (38%), a maioria (53,60%) não usa *apps* de órgãos noticiosos. É clara a supremacia da aplicação *meusresultados*<sup>43</sup> - plataforma cujo foco principal reside na apresentação de resultados das variadas modalidades -, enquanto as aplicações de *Record*, *A Bola*, *Maisfutebol* não são do agrado dos utilizadores. Há preferência por visitar diretamente o *website* ou aceder através das redes sociais.

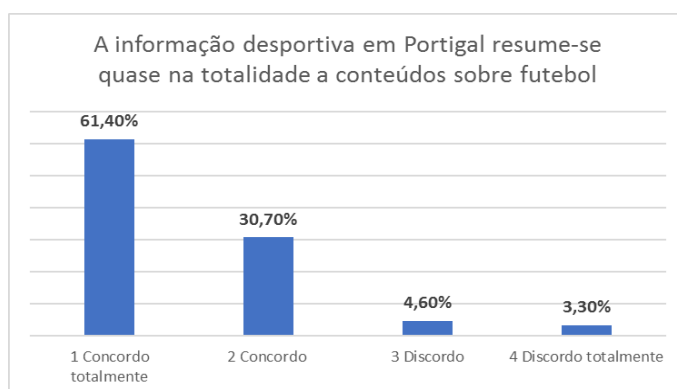
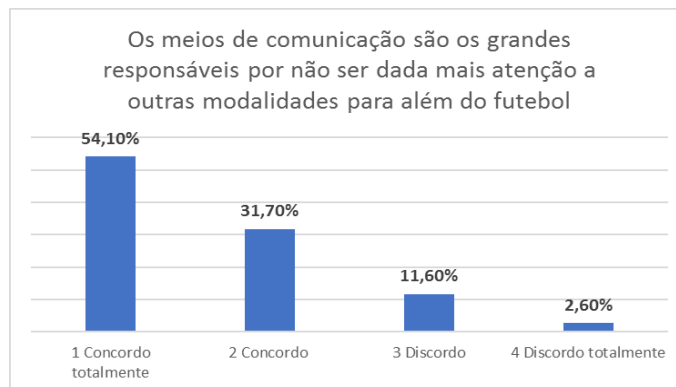


Gráfico 39 - A informação desportiva em Portugal resume-se quase na totalidade a conteúdos sobre futebol

Tendo por base uma escala de 1, correspondente a concordo na totalidade, a 4, discordo na totalidade, os resultados da questão não são, de todo, surpreendentes. O enquadramento teórico deu-nos, desde logo, pistas sobre o monopólio do ludopédio em relação às demais

<sup>43</sup> Com a *app Meusresultados*, estás à distância de um toque de ter a mais rápida informação possível e ao VIVO de resultados, estatísticas, classificações e sorteios de perto de 30 desportos e mais de 5.000 competições em todo o mundo (descrição do aplicativo na plataforma iTunes)

modalidades. Torrijos, no estudo da sua obra *La futbolización de la información deportiva: un estudio de casos de cuatro diarios deportivos europeos*, mostrou o caso paradigmático do jornal *A Bola*, focado quase por inteiro em conteúdos futebolísticos. Em Portugal, existe futebol e as outras modalidades. O quadro mostra-nos isso mesmo: 61,4% está completamente de acordo, 30,7% está de acordo e apenas 7,9% não concorda. Trata-se, portanto, de uma verdade lapalissada.

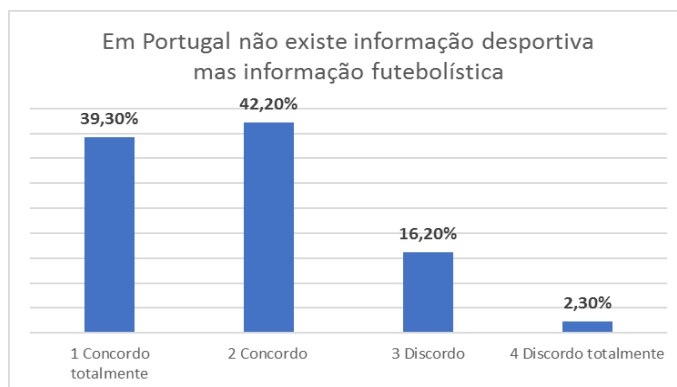


**Gráfico 40** - Os meios de comunicação são os grandes responsáveis por não ser dada mais atenção a outras modalidades para além do futebol

Comprovou-se na parte teórica a predominância de conteúdos desportivos em variados *rankings*, por exemplo nas transmissões de partidas de futebol. De acordo com os dados obtidos neste quesito, os meios de comunicação são os grandes responsáveis por não ser dada mais atenção a outras modalidades além-futebol (54,1% concorda totalmente e 31,7% concorda).

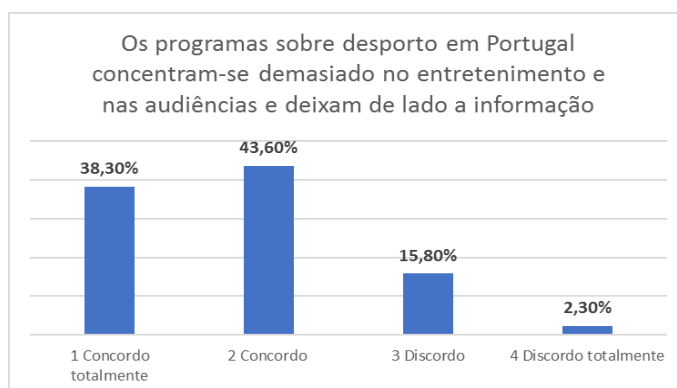
A ligação entre estas duas premissas estabelece-se da seguinte forma: é inegável a supremacia do futebol em relação a qualquer outra modalidade, porém a informação desportiva parece continuar a ser consumida a pulso. Há uma produção de conteúdo de acordo com as preferências da sociedade. A opinião seguinte debruça-se sobre a temática, focando igualmente o próprio papel cultural de cada nação:

“Em Portugal é dado mais ênfase à questão futebolística visto esta ser a que vende mais. E o que vende mais é o que origina lucro e a própria sustentabilidade da empresa. Noutros países já não se verifica tanto isso, também por culpa da educação que é dada à sociedade. Por exemplo, nos Estados Unidos da América dão mais ênfase a quase todos os desportos da mesma forma do que só propriamente ao futebol”.



**Gráfico 41** - Em Portugal não existe informação desportiva mas informação futebolística

Várias pessoas acreditam que as redes sociais vieram, de certa forma, dar espaço a informações sobre outras modalidades. Ainda assim, é o futebol quem continua “dono e senhor” nesta área especializada. “Como diz Hugo Gilberto, não podemos falar de jornalismo desportivo em Portugal, mas sim de jornalismo futebolístico. É o que mais vende e isso impede a projeção de outras modalidades...”. Esta opinião reflete, de uma forma geral, o pensamento dos inquiridos. Quase 82% concorda que “não existe informação desportiva mas futebolística”, apenas 2,3% discorda por completo.



**Gráfico 42** - Os programas sobre desporto em Portugal concentram-se demasiado no entretenimento e nas audiências e deixam de lado a informação

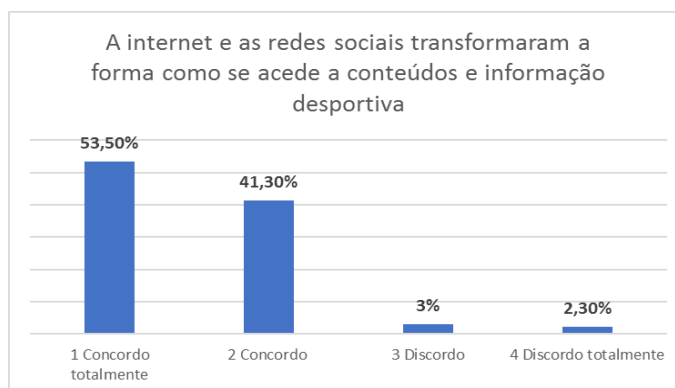
A era do *infotainment* é mesmo uma inevitabilidade? Atentemos nas duas opiniões que se seguem:

“Em Portugal, a informação desportiva aborda maioritariamente o futebol e em certos programas televisivos dão mais importância à parte do entretenimento o que leva a que o conteúdo da informação seja reduzido, ou seja, não é passada informação com qualidade.”

“Existem canais de informação cujos programas pretendem ganhar audiências, mais do que falar sobre o desporto em si.”

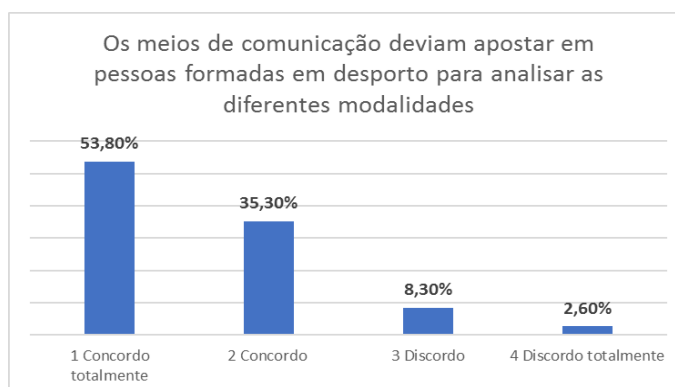
As duas sintetizam o pensamento geral dos inquiridos sobre esta questão em particular. Muitas vezes, a preocupação central passa por granjear audiências - fazendo para isso uso

excessivo do entretenimento (por ex: jogadas de bastidores) - e o processo de informar corretamente fica em segundo plano. Aproximadamente 82% (81,9%) dos inquiridos concordam que o entretenimento está a colocar em causa a informação em troca de sustentabilidade financeira.



**Gráfico 43** - A Internet e as redes sociais transformaram a forma como se acede a conteúdos e informação desportiva

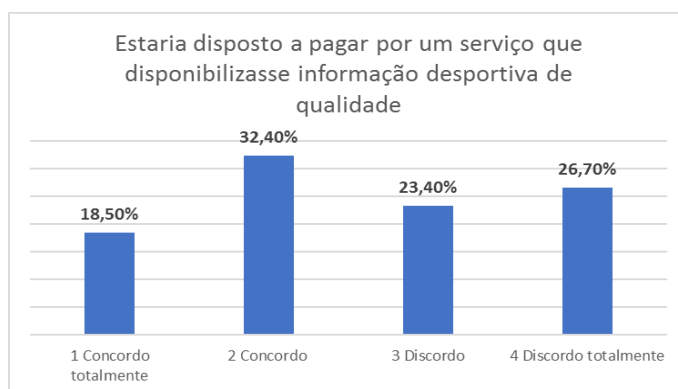
Os questionados são perentórios no que a esta pergunta diz respeito. Tem vindo a ser apontado o poderio das redes sociais no acesso a conteúdos desportivos ao longo deste trabalho. Não é surpresa que quase 95% (94,7%) corroborem esta tendência.



**Gráfico 44** - Os meios de comunicação deviam apostar em pessoas formadas em desporto para analisar as diferentes modalidades

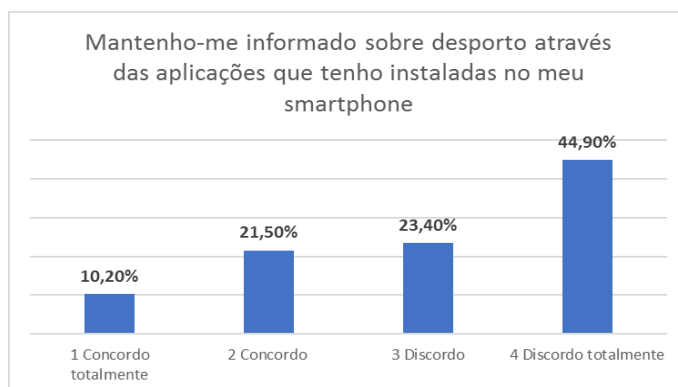
A transmissão de conhecimento por parte de pessoas formadas em desporto parece começar a ganhar o seu espaço, com expressão maior em *blogs* e redes sociais. Analisamos este aspeto previamente e a verdade é que os resultados desta questão sugerem uma maior aposta de especialistas para analisar as diferentes modalidades. Existe um nicho de mercado interessado na análise específica de cada modalidade, como alude a apreciação subsequente: “Na minha opinião, onde se discute e investiga criteriosamente o fenómeno desportivo, seja a componente técnico-táctica, a preparação física dos atletas, o treino psicológico ou até

mesmo a gestão desportiva, é no ramo científico, ou seja em universidades, centros de alto rendimento ou alguns clubes de topo.”



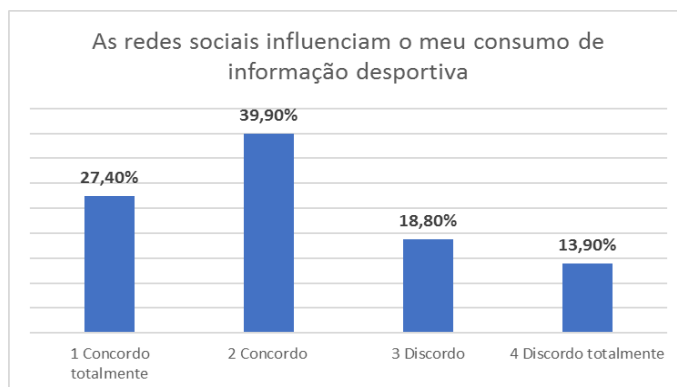
**Gráfico 45** - Estaria disposto a pagar por um serviço que disponibilizasse informação desportiva de qualidade

Os portugueses, de uma forma geral, não parecem propensos a pagar por notícias *online*. Para o dizer, suportamo-nos em dados da *ERC* no que concerne ao tópico “Probabilidade de pagar por notícias *online* no futuro - PT”. Apenas uma pequena parcela (3%) acha muito provável vir a fazê-lo enquanto a larga maioria o considera improvável (34%) ou muito improvável (40%). No nosso estudo os dados são algo diferentes, ainda que mais de metade (50,1%) ache improvável pagar por um serviço desportivo de qualidade.



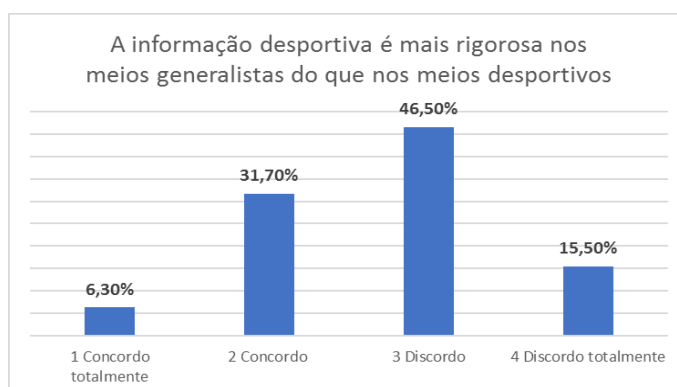
**Gráfico 46** - Mantenho-me informado sobre desporto através das aplicações que tenho instaladas no meu *smartphone*

O mundo das *apps* não é, pelo menos no imediato, um meio muito utilizado para aceder a conteúdos desportivos. Uma percentagem reduzida (10,2%) afirma fazê-lo com regularidade, no entanto 44,9% não faz de todo uso dessa via para se informar sobre desporto.



**Gráfico 47** - As redes sociais influenciam o meu consumo de informação desportiva

Os resultados não são tão categóricos quanto os da questão “A Internet e as redes sociais transformaram a forma como se acede a conteúdos e informação desportiva”. Quando se solicita que quantifiquem o próprio consumo de informação desportiva, 32,7% admite que as redes sociais não são assim tão influenciadoras no próprio consumo de informação desportiva. Pouco mais de ¼ (27,4%) concorda totalmente que as redes sociais são um meio bastante influenciador no consumo deste género informativo.



**Gráfico 48** - A informação desportiva é mais rigorosa nos meios generalistas do que nos meios desportivos

Não parece existir especial destreza entre meios generalistas e meios desportivos no tratamento da informação desportiva com rigor. Uma elevada percentagem de 46,5% apresenta-se discordante, a que se junta uma percentagem de 15,5% em total discordância. A existir falta de rigor na informação desportiva, o problema não parece ser exclusivo dos meios especializados.

<p>Audiências/<i>Infotainment</i>/Vender mais</p>	<p>“Os meios de comunicação social portugueses estão mais interessados nas audiências e naquilo que “vende” mais. Acredito que se apostassem em conteúdos de qualidade as pessoas consumiriam mais”</p> <p>“Por vezes, o objetivo principal parece ser o de criar polémica e não o de informar devidamente, acabando por existir cada vez mais informação do interesse do público e não do interesse público”</p> <p>“Em Portugal, a informação desportiva aborda maioritariamente o futebol e em certos programas televisivos dão mais importância à parte do entretenimento o que leva a que o conteúdo da informação seja reduzido, ou seja, não é passada informação com qualidade”</p>
<p>Falta de destaque a outras modalidades</p>	<p>“Apesar de gostar muito de futebol, acho que a informação desportiva devia também prestar atenção a outras modalidades, como por exemplo, desporto motorizado”</p> <p>“A Internet e, principalmente, as redes sociais alteraram os hábitos de consumo de informação. Com isto, é possível alcançar um maior número de leitores, o que acaba por dar uma maior visibilidade ao desporto. Seria interessante utilizarem esta visibilidade para darem espaço para todo o desporto nacional, ao invés de ser basicamente futebol”</p> <p>“Como diz Hugo Gilberto, não podemos falar de jornalismo desportivo em Portugal, mas sim de jornalismo futebolístico. É o que mais vende e isso impede a projeção de outras modalidades”</p>
<p>Há muitos rumores falsos com as redes sociais. No entanto, há duas perspetivas distintas no que diz respeito a visibilidade de outras modalidades que não o futebol: As redes sociais abriram espaço a novas modalidades ou As redes sociais intensificaram a supremacia do futebol</p>	<p>“As redes sociais não são confiáveis para se ver uma notícia desportiva porque vão de encontro aos rumores e tornam muitas vezes rumores falsos em notícias, que se tornam notícias falsas...”</p> <p>“A Internet e as outras redes sociais vieram facilitar-nos o acesso a informações desportivas, contudo também geram muitos boatos que acabam por não ser verdade”</p> <p>“Em Portugal dá-se muita relevância ao futebol. Com o aparecimento das redes sociais, foi possível dar-se relevância a outras atividades, nomeadamente o ciclismo, remo, futsal, atletismo, etc.”</p> <p>“Não só as redes sociais influenciam bastante o consumo de notícias, como no caso do desporto são mais um espaço onde o futebol é dono e senhor”</p> <p>“Além da grande quantidade de informação disponível nas redes sociais e que influencia o consumo de informação neste caso desportiva nem toda ela é verdadeira. Infelizmente...”</p> <p>“Informação desportiva em Portugal concentra-se demasiado no futebol e as redes sociais vieram acentuar o exagero de informação desportivo sobre a modalidade”</p> <p>“Na minha opinião a Internet e as redes sociais abriram uma “nova porta” ao mundo desportivo, principalmente para aqueles que se interessam em saber mais sobre os clubes que não ganham lugar no panorama da televisão nacional ou jornal desportivo”</p>
<p>A Internet contribuiu para a diminuição na venda de jornais</p>	<p>“Sem dúvida que a Internet aumentou a facilidade com que as pessoas acedem à informação desportiva, o que faz com que cada</p>

	<p>vez diminua mais a compra de jornais/revistas desportivas por parte das pessoas”</p> <p>“A informação desportiva em Portugal direciona-se cada vez mais sob a Internet e as redes sociais. O jornal impresso foi substituído pelos novos meios de consumo que transformaram por completo a difusão da informação desportiva mas também a maneira como ela é tratada.”</p> <p>“As redes sociais vieram facilitar ainda mais o acesso à informação desportiva, visto ser um meio que a maior parte da sociedade usa. Desta forma é evidente que a Internet e as redes sociais influenciam de todo o consumo informativo sobre o desporto. Se eu já tiver lido a notícia na Internet certamente mais dificilmente irei comprar um jornal ou até mesmo acompanhar um programa desportivo até ao fim”</p>
<p>Deve existir mais rigor e cuidado na construção de conteúdos desportivos (recorrendo por exemplo a especialistas da área)</p>	<p>“Existem uma panóplia de diferentes programas onde se fala só de Futebol. E quem fala são indivíduos não especialistas em desporto... São comentadores”</p> <p>“Devia haver programas de análise de diferentes desportos e não só de futebol, programas esses comentados por pessoas informadas e sabedoras dos temas, por exemplo ex-praticantes das modalidades ou até mesmo professores de educação física, por exemplo, ou até jornalistas desportivos, embora muitos sejam tendenciosos e pouco informados.”</p> <p>“Obviamente a Internet terá grande influência na exploração dessa informação por esse motivo deve ser apenas recolhida através de sites fiáveis os quais tiveram jornalistas e peritos nos desportos a escrever os seus artigos”</p>
<p>Sensacionalismo/Jogos de bastidores</p>	<p>“Seguem todos a mesma linha de pensamento. O sensacionalismo e a procura de <i>click's</i> predominam tanto nos jornais como nos <i>blogs</i> desportivos. É necessário sangue novo, um olhar diferente no jornalismo desportivo em Portugal”</p> <p>“Acima de tudo a informação desportiva em Portugal, conta com pessoas mal formadas para determinada área”</p> <p>“Deve ser dado mais ênfase e cobertura a outras modalidades e deve ser feita a mesma divulgação destas, ocorram elas a nível regional, nacional ou internacional, de igual maneira como são feitas com o futebol. Deve também haver mais respeito por parte dos média para com o desporto, menos sensacionalismo e menos especulação, principalmente em altura de transferências e casos mediáticos que envolvam desportistas, técnicos e administradores”</p>
<p>É possível alcançar um maior número de leitores com as redes sociais, mas a informação não é tão fidedigna</p>	<p>““Basta” chegar às redes sociais para se estar informado, claro, que não com o mesmo rigor e exatidão”</p> <p>“As redes sociais facilitam a nossa procura sobre atividades desportivas, mas não me parece ser a via mais segura para obter informação”</p> <p>“Importante será também salientar que apesar de todas estas vantagens (das redes sociais), nem sempre as informações disponibilizadas apresentam a máxima fidelidade e considero que isso possa influenciar a negativamente a opinião de algumas pessoas”</p>

<p>Com as redes sociais o consumo de informação desportiva aumentou (mesmo que indiretamente)</p>	<p>“Creio que graças à Internet e às redes sociais o consumo informativo sobre desporto aumentou, assim como na generalidade. A atualização constante foi o maior contributo”</p> <p>“Por questões de gosto pessoal, os conteúdos desportivos não são, de todo, algo que siga diariamente ou com grande atenção. No entanto, devido ao uso de redes sociais, esse consumo acaba por se fazer de forma natural, um fator que considero bastante positivo”</p> <p>“A verdade é que todos os dias é difundida, no <i>Feed</i> de notícias das nossas páginas pessoais, informação desportiva, quer através de publicações de pessoas comuns, de desportistas renomados, de páginas de clubes ou associações desportivas, e até mesmo de jornais generalistas, o que faz com que acabemos por consultar essa informação, nem que seja por mera curiosidade”</p>
---	---

**Tabela 14.** Opinião sobre a informação desportiva em Portugal, considerando o tipo de conteúdos produzido mas também a influência que a Internet e as redes sociais podem ter no consumo informativo sobre desporto.

De cariz aberto, seguiu-se a mesma lógica referida na análise da tabela 8.

## 6.6. Cruzamento de dados: *Focus group* e questionário

Retiradas conclusões das duas sessões de *focus group*, analisados e discutidos os resultados do questionário, importa agora estabelecer similitudes e diferenças entre os dois. Para tal, optámos, tal como havíamos feito, por segmentar a informação em tópicos específicos e apresentar depois considerações finais e propostas. Veremos agora se as premissas detetadas numa primeira fase são confirmadas no questionário, tendo em conta a possibilidade de efetuar analogias nem sempre lineares, até porque questões abordadas no *focus group* (estudo de natureza qualitativa) têm uma natureza distinta do questionário. É relevante salientar que as duas sessões não seguiram exatamente o mesmo fio condutor - pelas contingências de cada grupo -, o que pode levar ao estabelecimento de algumas conclusões com enfoque maior numa delas.

### Prática desportiva

A tendência das sessões de *focus group* ratificou-se através do questionário: os estudantes não são, modo geral, praticantes de modalidades desportivas apesar de consumirem bastante informação desse género. Não há, portanto, uma correlação entre praticar e assistir a eventos desportivos.

### Assistir a eventos desportivos

Assistir a eventos desportivos ao vivo não está no topo da hierarquia dos estudantes universitários. Nas sessões de *focus group* recolheram-se dados algo divergentes pois, se por

um lado, os estudantes de Ciências do Desporto se interessam por conteúdos de *streaming*, os restantes mostraram-se mais adeptos da televisão. Foram apontadas algumas falhas nas transmissões digitais, nomeadamente paragens e atraso em relação à emissão televisiva. Afastada dos grandes centros urbanos, a Covilhã não apresenta qualquer equipa na divisão máxima do futebol português e, nas restantes modalidades, a oferta não é propriamente frutífera. Estes fatores, aliados à conjuntura económica atual (os estádios estão cada vez mais vazios nas ligas profissionais<sup>44</sup>) podem ajudar a explicar a fraca adesão aos espetáculos desportivos *in loco*.

#### Consumo de informação desportiva (quando, onde, tempo, frequência)

De forma a logarmos conclusões mais detalhadas, segmentámos este tópico em quatro questões distintas: quando, onde, tempo e frequência em relação ao consumo de informação desportiva.

O acesso a informações de jaez desportivo é quase uma rotina para grande parte da população inquirida. Denotou-se nas sessões de grupo focal uma tendência para procurar este tipo de conteúdos, sendo que o questionário veio comprová-lo com números.

Na primeira sessão de forma mais direta, na segunda de forma mais indireta, percebeu-se o poder das redes sociais para consulta de informações desportivas ou como ponte para *websites* especializados. Uma percentagem de quase 71% segue este pensamento no questionário e, se tivermos em conta alguns pareceres transcritos anteriormente sobre a temática, percebemos não ser fundamental a existência de premeditação para o fazer, o que torna este meio ainda mais poderoso.

Com o aparecimento da informação digital as notícias tornaram-se ubíquas e instantâneas. Ato contínuo, não é possível traçar com exatidão os períodos de maior procura por este conteúdo específico - dados do inquérito dizem-nos que 26,4% (a maioria) consome informação desportiva “várias vezes por dia”. Ainda assim, dados do questionário, a que se somam informações do *focus group*, apontam os períodos matutinos e noturnos (fim da noite) como preferidos para consulta. Não é incomum consultar as capas dos três diários desportivos de manhã, mas o acesso a conteúdos audiovisuais é geralmente feito à noite.

O tempo despendido no consumo de informação desportiva parece ser, mais uma vez, consequência do imediatismo e facilidade com que se acede hodiernamente a conteúdos desportivos. Vejamos: 42,8% dos inquiridos acede diariamente entre 10 a 20 minutos a informações desportivas e 30,9% menos de 10 minutos. Muito provavelmente estes dados revelam uma procura cada vez mais acentuada, independentemente do horário.

#### Conteúdos/géneros que despertam mais interesse, de maior confiança, origem

Os títulos (aqui acrescem descrições ou legendas) assumem-se como uma característica fundamental para a prossecução da leitura de uma peça desportiva ou para aceder ao

---

<sup>44</sup> Dados recolhidos em: <http://www.record.pt/futebol/futebol-nacional/detalhe/estadios-ainda-mais-vazios-apos-alargamento-das-ligas-profissionais-928921.html> (consultado a 9 de setembro de 2017)

conteúdo em si, isto se o contacto tiver sido feito através das redes sociais. Nas duas sessões obteve-se unanimidade, no entanto, registaram-se algumas diferenças noutros aspetos. Os especialistas parecem de alguma forma mais interessados em vídeos com análises táticas, enquanto os restantes têm maior propensão para assistir a resumos de jogos ou golos. Este conteúdo audiovisual é, se adicionarmos os dados do questionário aos das sessões, um importante meio para atrair indivíduos ou despertar o seu interesse. Com uma percentagem de 76,3%, o vídeo assume-se claramente como o tipo de conteúdo mais atrativo, à frente do texto (61%) e imagens. Destacar as análises táticas que, como vimos, começam a ganhar alguma notoriedade no meio do jornalismo desportivo: 32,8% revelam-se fãs.

#### O papel dos profissionais formados em desporto na análise de diferentes modalidades

A transmissão de conhecimentos por parte de especialistas formados na área de desporto parece começar a ganhar o seu espaço no jornalismo desportivo. Maior ênfase para *blogs* e plataformas desportivas especializadas na segunda sessão de *focus group*, ainda que na primeira o assunto tenha também sido debatido. É curioso constatar que os profissionais formados na área são aqueles que os estudantes mais confiam enquanto fonte de notícias desportivas. Uma esmagadora percentagem (53,8% completamente de acordo, 35,3% de acordo) também apoia a análise das diferentes modalidades por estes profissionais. Na sessão destinada aos especialistas veio à tona um eventual trabalho conjunto entre jornalistas desportivos e especialistas desportivos, como forma de complementar informações e conhecimento.

#### Jornais desportivos em papel/subscrição ou assinatura de canais

Numa tendência esquadrihada desde o enquadramento teórico, os estudantes universitários, assim como a população em geral, não compram jornais desportivos em papel com regularidade. No que toca à subscrição ou assinatura de canais desportivos a situação pouco se altera. Com sustentação nas sessões de grupo focal, pode afirmar-se que apraz aos estudantes universitários, em algumas circunstâncias, ler jornais em papel e/ou assistir a espetáculos desportivos pela televisão. Todavia, em grande parte dos casos, esse consumo é feito em locais públicos, nomeadamente cafés.

#### Redes sociais

Constatámos opiniões de universitários cujo acesso a conteúdos desportivos é exclusivamente feito através das redes sociais (e de forma indireta). Nos debates de grupo focal falou-se sobre o aparecimento de informação desportiva no *feed* de notícias. É interessante verificar que profissionais da área desportiva - especialmente treinadores - sejam seguidos nas suas páginas de Facebook por estudantes de outras áreas. Os *posts* de marcas noticiosas ou organizações dominam as preferências para obter informação sobre desporto, no entanto, e de acordo com dados quer do questionário, quer da primeira sessão do *focus group*, *posts* de jornalistas, de amigos pessoais, comentadores desportivos, são também tidos em conta.

Dados da penúltima pergunta do questionário (“As redes sociais influenciam o meu consumo de informação desportiva”), cuja intenção passava por manifestar o grau de concordância, não revelam, ainda assim, uma percentagem avassaladora de concordância. Uma percentagem de 27,4% concorda totalmente, enquanto 39,9% estão de acordo.

#### Dispositivos móveis (apps desportivas)

Os dispositivos móveis funcionam atualmente como importante meio de acesso a conteúdos desportivos. Há dados categóricos a confirmá-lo e os estudantes universitários deram mais uma prova nesse sentido.

Existe consonância na *app* mais utilizada para aceder a informações desportivas (*meusresultados*). É de salientar, contudo, o desapego pelas aplicações dos três diários desportivos, assim como das restantes plataformas desportivas (caso do *Maisfutebol*).

Enquanto veículo promotor de informação desportiva, os aplicativos não reúnem grande simpatia, com quase 70% a manifestar-se discordante relativamente à afirmação “Mantenho-me informado sobre desporto através das aplicações que tenho instaladas no meu *smartphone*”.

#### Jornalismo desportivo/futebolização

Não há como escamotear que o futebol é a modalidade mais assistida, mais falada e mais discutida em Portugal. Dessa forma, quando a solicitação passa por definir jornalismo desportivo quase sempre lhe vemos associado o futebol. Globalmente, os inquiridos afirmam compreender a monopolização dos media em relação a esta modalidade em particular, pois é aquela que gera mais recursos financeiros.

Críticas a esta sobrançeria são frequentes, no entanto, para os participantes da primeira sessão de *focus group* isso representa um contra-senso. Isto é, muitas vezes apoiados em feitos (a conquista de medalhas, por exemplo) de atletas de outras modalidades, os indivíduos apontam o dedo aos meios de comunicação, porém, quando nem sequer “conhecem nada dessas modalidades”.

#### Responsabilidade dos meios de comunicação para o monopólio do futebol/Foco nas audiências e entretenimento.

Compaginando os dados de ambos os métodos de estudo, chegamos a duas conclusões: por um lado, como referido nas sessões de *focus group*, o aspeto cultural não pode ser dissociado deste interesse por conteúdos maioritariamente futebolísticos. Num segundo foco de análise, os meios de comunicação parecem ter acentuado esta superioridade. A necessidade de vender ajuda a explicar a aposta em conteúdos de entretenimento e o colocar no pináculo da informação desportiva a modalidade rainha em Portugal, o futebol.



## Capítulo 7. Considerações finais e propostas

Chegados ao epílogo do trabalho, importa responder à questão de partida, assim como às três sub-questões propostas. É igualmente fundamental verificar se as hipóteses colocadas inicialmente respondem aos objetivos estipulados. Recordemo-las:

Pergunta de partida: “De que forma os novos *media* influenciaram o consumo de informação desportiva?”

Sub-questões:

1. Quais são os hábitos de consumo de informação desportiva dos estudantes universitários?
2. Até que ponto a Internet e as redes sociais alteraram os hábitos de consumo de informação desportiva?
3. Os jornais desportivos impressos estão a ser afetados com o aparecimento das novas plataformas digitais?

Objetivos:

1. Identificar os hábitos de consumo de informação desportiva dos estudantes universitários;
2. Detetar a importância das redes sociais no acesso a conteúdos desportivos e, consequentemente, nos hábitos de consumo dos estudantes universitários;
3. Identificar o impacto das novas plataformas digitais no consumo de meios impressos entre estudantes universitários.
4. Detetar o papel dos dispositivos móveis no acesso a conteúdos desportivos por parte dos estudantes universitários

Hipóteses:

1. A especialização em Ciências do Desporto contribui para que os hábitos de consumo de informação desportiva sejam distintos em relação aos estudantes de outros cursos.
2. As redes sociais, especialmente o Facebook, funcionam como pedra basilar no acesso a conteúdos desportivos por parte dos estudantes universitários, quase nativos digitais.
3. As redes sociais e o uso de plataformas digitais acompanham o declínio no acesso aos meios impressos pelos estudantes universitários.
4. Os dispositivos móveis, principalmente os *smartphones*, são um meio cada vez mais utilizado para aceder a conteúdos desportivos.

Tendo por base toda a análise do estudo empírico, apresentam-se, de seguida, as treze conclusões principais de todo o trabalho. Através delas será possível responder às pretensões referidas, ratificar-se as hipóteses colocadas na fase inicial e ainda traçar outras tendências.

1. O futebol relega as outras modalidades para segundo plano na informação desportiva.
2. As redes sociais seguem uma tendência crescente no acesso a conteúdos desportivos. Grande parte dos estudantes afirma consultá-las, especialmente o Facebook, várias vezes por dia para ter contacto com informação desportiva.
3. Comprar jornais desportivos em papel é uma raridade entre estudantes universitários, o que confirma a inevitabilidade do seu desaparecimento.
4. A subscrição de canais desportivos não é substancial.
5. Não há uma relação direta entre praticar modalidades e assistir a eventos desportivos.
6. Não há uma relação direta entre ser associado de clubes desportivos e assistir a eventos dessa estirpe.
7. As transmissões de espetáculos desportivos pela televisão são as favoritas dos estudantes universitários, ficando para trás o *streaming* e os espetáculos ao vivo.
8. Dentre as várias especializações jornalísticas, a desportiva é a que desperta mais interesse nos estudantes universitários.
9. A procura por conteúdos desportivos é feita várias vezes por dia, através de espaços temporais reduzidos (<10-20 minutos)
10. Os estudantes de Ciências do Desporto estão mais interessados em conteúdos produzidos por *blogs* e/ou *websites* especializados, apesar deste ser um aspeto em crescendo de uma forma geral.
11. A televisão, os *websites* desportivos e as redes sociais são os meios favoritos no acesso a conteúdos desportivos.
12. Os profissionais da área de Desporto são quem transmite maior confiança aos alunos universitários.
13. Os *smartphones* são usados com bastante regularidade para consulta de informação desportiva, apesar dos aplicativos desportivos não terem adesão significativa.

Em resposta à pergunta de partida podemos afirmar que os novos *media* influenciaram de forma brutal o consumo de informação desportiva para a população em geral e para os estudantes universitários em particular. O consumo deste género de informação através de plataformas digitais e redes sociais está a aumentar quase de forma incomensurável e as vendas dos jornais em papel são residuais. Não se pode adiantar concretamente o desaparecimento dos jornais desportivos em papel, mas há um facto irrefutável: as vendas estão a cair de ano para ano e só a população idosa, menos familiarizada com as novas plataformas digitais, parece manter a fidelidade ao antigo meio.

Confrontando a informação obtida ao longo de todo o trabalho com as hipóteses sublinhemos a ratificação de todas elas. Por partes:

- 1) A especialização em Ciências do Desporto influencia, em certa medida, os hábitos de consumo de informação desportiva em relação a estudantes de outros cursos. Mais propensos à consulta de *blogs* e *websites* especializados em detrimento de plataformas e jornais desportivos convencionais, muitas vezes a informação é utilizada como auxílio profissional (casos de treinadores, por exemplo). Por outro lado, há a considerar também uma maior atenção a outras modalidades extra-futebol, provavelmente ligada ao seu aprofundamento durante o curso em questão. Estes dados foram obtidos maioritariamente com base nas duas sessões de grupo focal. Há ainda a considerar a confiança depositada pelos estudantes universitários nos profissionais desta área, como vimos previamente, numa demonstração qualitativa deste trabalho. Pode-se estar a abrir uma nova porta para colaborações entre jornalistas desportivos e profissionais formados em Ciências do Desporto.
- 2) As redes sociais, com destaque evidente para o Facebook, são um meio poderoso no acesso a conteúdos desportivos. Podemos afirmá-lo: os estudantes universitários são quase nativos digitais e a filtragem de conteúdos desportivos feita pelo Facebook torna-o como veículo principal no acesso a informações do género. Até os menos interessados no fenómeno desportivo, como comprovámos, são hoje confrontados indiretamente com conteúdos de cariz desportivo.
- 3) As redes sociais e o uso de plataformas digitais acompanham o declínio no acesso aos meios impressos pelos estudantes universitários. A distância gratuita e curta de um clique é mais apelativa que a compra, por mais módico que seja o valor, de um jornal desportivo em papel. A juntar ao menor (nulo) custo, juntam-se aspetos como atualizações constantes e uso de conteúdo audiovisual (vídeos, som, etc.). Os espaços públicos parecem ser dos poucos locais de leitura de jornais desportivos impressos por parte dos estudantes universitários.
- 4) Os dispositivos móveis, principalmente os *smartphones*, são um meio cada vez mais utilizado para aceder a conteúdos desportivos. Como vimos, apesar da consulta em vários períodos do dia, o tempo despendido é relativamente curto (no máximo 20 minutos consecutivos). Este fator está, por certo, relacionado com a utilização de *smartphones*. Enquanto dispositivos móveis, de menor dimensão que os *tablets*, apresentam-se como um meio simples para aceder a conteúdos sobre desporto, a qualquer hora e em qualquer lugar. O uso de *smartphones* em espaços públicos é muito mais prático, cómodo e discreto no comparativo com os computadores, por exemplo. Já no que diz respeito aos aplicativos, ainda parece existir um caminho a

percorrer. Na segunda sessão de grupo focal foi lançada para debate uma eventual aplicação com informações centradas não só no futebol como em várias modalidades. Os recetores pareceram agradados, por outro lado não parece existir vontade particular em pagar por conteúdos de qualidade.

## Referências

Abiahy, A, (s.d.). O Jornalismo especializado na sociedade da informação. Consultado a 30 de março de 2017, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahy-ana-jornalismo-especializado.pdf>

Aguiar, L.; Prochnik, L. (2012) Estratégias narrativas no jornalismo esportivo e interculturalidade: análise de sites português, brasileiro e argentino sobre a Seleção Brasileira. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 09, n. 02, pp. 299-312. Consultado a 25 de abril de 2017, disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p299/23347>

Bahia, Juarez (2009). Jornal, História e Técnica: as técnicas do jornalismo.

Barbeiro, H; Rangel, P. (2006) Manual do jornalismo esportivo. São Paulo: Contexto.

Canavilhas, J. et al. (2014). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros Labcom. Consultado a 14 de agosto, disponível em [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)

Canavilhas, J.; Giacomelli, F. (2015) O lugar do esporte na rádio: estudo de caso no Brasil e em Portugal. Revista Rádio-Leituras. Mariana-MG, v. 06, n. 02, pp. 153-172. Consultado a 23 de março de 2017, disponível em [https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4356/1/ARTIGO\\_O%20lugar%20do%20esporte%20na%20r%C3%A1dio.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4356/1/ARTIGO_O%20lugar%20do%20esporte%20na%20r%C3%A1dio.pdf)

Candelas, L. (2003) Estructura y fundamentos del periodismo especializado. Madrid: Editorial Universitas

Canavilhas, J. (2012). Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimediática e personalizada. Actas do IV CILCS - Congreso Internacional Latina de Comunicación. Consultado em 10 de setembro de 2017, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-para-dispositivos-moveis.pdf>

Castells, M. (2003) A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra.

Coelho, J. N. (2004) “Vestir a camisola” - jornalismo desportivo e a selecção nacional de futebol. *Media & Jornalismo*, n. 4, pp. 27-39. Consultado a 20 de maio de 2017, disponível em <http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocidigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/n4-03-Joao-Nuno-Coelho.pdf>

Curto, D. R. (2006). *Estudos de Sociologia da Leitura em Portugal no Século XX*. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2015). *Públicos e consumos de média - O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países (Primeiro Relatório do projeto ERC - Públicos e Consumos de Média)*. Consultado a 16 de junho, disponível em <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM4OiJtZWRpYS9lc3R1ZG9zL29iamVjdG9fb2ZmbGluZS82OS4xLnBkZiI7czo2OiJ0aXR1bG8iO3M6MzU6ImVzdHVkby1wdWJsaWNvcy1lLWNvbnN1bW9zLWRRLW1lZGhljt9/estudo-publicos-e-consumos-de-media>

Ferreira, J. (2013). “O Jornal ABOLA - do papel para o digital”. (Relatório de Estágio para obtenção do grau de Mestre). Instituto Politécnico de Tomar, Portugal. Consultado a 5 de fevereiro de 2017, disponível em <http://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/5804>

Finger, C.; Oselame, M. (2014) *Futebolização do Esporte na Televisão: compromisso com o jornalismo ou com os números de audiência?*. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 11, n. 02, pp. 459-471. Consultado a 8 de maio, disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n2p459/28239>

Folgado, J. (2017) *A produção de informação desportiva para diferentes plataformas: o caso do jornal Record* (Relatório de estágio para obtenção do grau de mestre na Universidade Católica Portuguesa). Consultado a 4 de setembro, disponível em <http://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/22766>

Júnior, D.D.B. (2016). *O boato na era das redes sociais digitais: Uma análise do caso Guarujá*. Porto Alegre. (Dissertação para obtenção do grau de mestre pelo programa de pós graduação da Faculdade de comunicação social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Consultado a 29 de agosto de 2017, disponível em <http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/9863>

Galego, C. & Gomes, A. (2015) *Emancipação, ruptura e inovação: o “focus group” como instrumento de investigação*. *Revista Lusófona de Educação*, n.5, 173-184. Consultado a 2 de

setembro de 2017, disponível em  
<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/reducacao/article/view/1012>

Ghiglione, R. e Matalon, B. (1992). *O Inquérito. Teoria e prática*. Oeiras: Celta Editora.

Gomes, T. & Costa, G. (2016) Caça-cliques no jornalismo: 5 padrões de títulos para atrair leitores no Facebook. *Revista Temática*, n. 07, pp. 60-75. Consultado a 9 de setembro, disponível em <http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/viewFile/29794/15766>

Gonçalves, A. (2004). *Métodos e técnicas de investigação social I (Relatório apresentado à Universidade do Minho para Provas de Agregação no Grupo Disciplinar de Sociologia)*. Consultado a 2 de setembro de 2017, disponível em <https://tendimag.files.wordpress.com/2012/09/mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-investigac3a7c3a3o-social-i.pdf>

Leandro, P. R. (2008). *Jornalismo esportivo como especialização capaz de ampliar a autonomia em relação a fontes interessadas em desenvolver carreira política*. *Revista Diálogos Possíveis*. Salvador. Consultado a 14 de março de 2017, disponível em <http://www.faculdadesocial.edu.br/revistas/index.php/dialogospossiveis/article/viewFile/111/75> >

Lemos, M. M. (2006), *Jornais Diários Portugueses do Século XX*, Coimbra: Ariadne

Messa, F. (2005) *Jornalismo Esportivo não é só entretenimento*. 8º Fórum Nacional de Professores de Jornalismo. Consultado a 12 de junho de 2017, disponível em <http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/jornalismo-esportivo-nao-e-so-entretenimento%5B169%5D.pdf>>.

Muros, S. M. (2015) *El reto formativo en tecnologías para el periodismo deportivo*. *Opción*, Año 31, n.1, pp. 449-467. Consultado a 23 de abril, disponível em <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/viewFile/20128/20053>

Oselame, M. (2015) *Fim da notícia: o “engraçadismo” no campo do jornalismo esportivo de televisão*. *Sessões do Imaginário*, v. 20, n. 34, pp. 39-47. Consultado a 26 de agosto, disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/fo/ojs/index.php/famecos/article/view/20717/14050>

Padeiro, C. (2015). *O infotenimento aplicado ao jornalismo esportivo: entrevista com Fabia Dejavite*. *REGIT*, 3(1). Consultado a 10 de agosto, disponível em <http://www.fatecitaqua.edu.br/revista/index.php/regit/article/view/REGIT3-ENT>

Padilha, S. (2009) A Internet, o jornalista e as inquietações. Biblioteca *on-line* de Ciências da Comunicação. Consultado a 26 de julho, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-padilhainternet.pdf>

Pêgo, L. (2015) Os estudos de género e os media - Uma análise à perceção das jornalistas sobre o jornalismo desportivo em Portugal. (Dissertação para obtenção do grau de mestre no Instituto Politécnico de Portalegre). Consultado a 1 de setembro de 2017, disponível em <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/12658/1/Tese%20de%20Mestrado%20-%20Liliana%20P%C3%A7o.pdf>

Pereira, S. (2011) Nova linguagem do telejornalismo esportivo: os gêneros e a proposta de Tadeu Schmidt. (Monografia apresentada à Banca Examinadora do Curso de Jornalismo da Faculdade Araguaia para obtenção do título de jornalista). Consultado a 10 de julho, disponível em <http://www.fara.edu.br/sipe/index.php/anuario/article/view/107/96>

Pessoa, P. (2014) Análise dos critérios de produção e edição de notícias esportivas dos jornais Correio e Paraíba. (Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do grau de Bacharel). Universidade Estadual da Paraíba, Brasil. Consultado a 20 de abril, disponível em <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/5321/1/PDF%20-%20Paulo%20Jos%C3%A9%20do%20Nascimento%20Pessoa.pdf>

Pinheiro, F. (2010) História da Imprensa Desportiva em Portugal. Porto: Edições Afrontamento.

Sifuentes, L.; Moro, F. (2014) O Twitter como ferramenta para o jornalista desportivo: o caso da TV Esporte Interativo. *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, n. 31, pp. 96-111. Consultado a 29 de agosto, disponível em <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/48012/32201>

Silva, F.; Christofolletti, R. (2010) Jornalismo em 140 toques: análise de três contas do Twitter do Brasil, *Intexto*, n. 22, pp. 65-80. Consultado a 2 de setembro, disponível em <http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/13377/8695>

Silva, I.; Veloso, A. & Keating, J. (2014) *Focus group*: Considerações teóricas e metodológicas. *Revista Lusófona de Educação*, n. 26, pp. 175-190. Consultado a 20 de agosto, disponível em <http://www.scielo.mec.pt/pdf/rle/n26/n26a12.pdf>

Silveira, N. (2009). Jornalismo desportivo: conceitos e práticas. (Monografia para obtenção do título de Bacharel). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil. Consultado a 5 de fevereiro, disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/22683/000740013.pdf>

Sousa, J. P. (2008). Uma História do Jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril. Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo. Consultado a 15 de maio de 2017, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf>

Tavares, F. (2007). Percursos entre o Jornalismo e o Jornalismo Especializado. Trabalho apresentado ao GT Jornalismo, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul. Consultado a 14 de maio de 2017, disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0648-1.pdf>

Tavares, F. (2009). O jornalismo especializado e a especialização periodística. Estudos em Comunicação, n.5, pp. 115-133. Consultado a 14 de maio de 2017, disponível em <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>

Tavares, F. (2012). A especialização jornalística como teoria e objeto: contornos e limites. Revista Comunicação Midiática, v.7, n.1, pp. 96-116. Consultado a 15 de maio de 2017, disponível em <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3934932.pdf>

Torrijos, J. (2012). La futbolización de la información deportiva. Un estudio de casos de cuatro diarios deportivos europeos. Comunicação & Cultura, n. 13, pp. 77-95. Consultado a 21 de julho de 2017, disponível em <http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/04.-Jos%C3%A9-Luis-Rojas-Torrijos.pdf>

Vidigal Rocha, Liana: *Webjornalismo* e modalidades esportivas no Brasil: preferências e expectativas. In: Revista Desafios 4 (2017), 1, pp. 3-13. Consultado a 24 de junho, disponível em <https://dx.doi.org/10.20873/uft.2359->

Zago, G. (2014). Enquanto você lia este título, a Alemanha fez mais um gol: a Copa da zoeira nos sites de rede social. Estudos em Jornalismo e Mídia, 11(2), pp. 415-423. Consultado a 5 de agosto, disponível em <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n2p415>

## **Páginas web consultadas**

Tadeia, A. (2016). Jornalismo, relações públicas e a crise. António Tadeia. Consultado a 31 de maio de 2017, disponível em <http://antioniotadeia.com/article/178/>

Clementina, S. (2013). Discurso do Papa Francisco às seleções de futebol da Itália e da Argentina. Consultado a 26 de maio de 2017, disponível em

[https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/speeches/2013/august/documents/papa-francesco\\_20130813\\_squadre-nazionali-argentina-italia.html](https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/speeches/2013/august/documents/papa-francesco_20130813_squadre-nazionali-argentina-italia.html)

Dinis, R. (2017). The Independent: Acaba o papel, ficam as capas. Observador. Consultado a 2 de junho de 2017, disponível em <http://observador.pt/2016/03/26/the-independent-acaba-papel-ficam-as-capas/>

Marques, R. (2014). Pedro J. Ramírez: jornais impressos acabam dentro de 15 anos e no *online* só há qualidade com conteúdos pagos. Meios & Publicidade. Consultado a 20 de maio de 2017, disponível em <http://www.meiosepublicidade.pt/2014/05/pedro-j-ramirez-jornais-impressos-acabam-dentro-de-15-anos-e-no-online-so-ha-salvacao-com-conteudos-pagos/>

Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (2010-2017). Análise simples do segmento desportivo: jornais *Record* e *O Jogo*. Consultado a 20 de maio de 2017 e 20 de setembro de 2017, disponível em [http://www.apct.pt/Analise\\_simples.php](http://www.apct.pt/Analise_simples.php)

Casa dos Bits (2016). Acesso à internet através de dispositivos móveis continua a crescer. SapoTek. Consultado a 21 de abril de 2017, disponível em [http://tek.sapo.pt/noticias/internet/artigo/acesso\\_a\\_internet\\_atraves\\_de\\_dispositivos\\_moveis\\_continua\\_a\\_crescer-49044vee.html](http://tek.sapo.pt/noticias/internet/artigo/acesso_a_internet_atraves_de_dispositivos_moveis_continua_a_crescer-49044vee.html)

Net Papers (2017). Jornais mais lidos de Portugal. Net Papers - jornais *online* de todo o mundo. Consultado a 12 de maio de 2017, disponível em <http://www.netpapers.com/jornais-mais-lidos-pais/portugal>

RankUPt (2017). Ranking global. Ranking de Páginas Portuguesas no Facebook. Consultado a 25 de maio de 2017, disponível em <http://www.rankupt.com/index.php/paginas> (consultado a 25 de maio de 2017)

Record (2017). Estas são as trinta mulheres mais desejadas do mundo. Jornal *Record*. Consultado a 2 de setembro de 2017, disponível em <http://www.record.pt/multimedia/fotogalerias/fotos/detalhe/estas-sao-as-trinta-mulheres-mais-desejadas-do-mundo.html#/0>

Bouças, P. (2017). Raúl, a última cartada para o tetra. Jornal *Record*. Consultado a 18 de agosto de 2017, disponível em <http://www.record.pt/opiniaao/cronistas/pedro-boucas/detalhe/raul-a-ultima-cartada-para-o-tetra.html>

Record (2015). Estádios ainda mais vazios após alargamento das ligas profissionais. Jornal *Record*. Consultado a 9 de setembro, disponível em <http://www.record.pt/futebol/futebol->

nacional/detalhe/estadios-ainda-mais-vazios-apos-alargamento-das-ligas-profissionais-928921.html,

GrupoMarktest (2016). 1.7 milhões acedem a notícias através de apps. Grupo Marktest. Consultado a 30 de maio de 2017, disponível em <http://www.marktest.com/wap/a/n/id-20c1.aspx>

Blog Visão de Mercado (2017). 20,7 milhões de visitas só nos últimos 3 meses... Muito obrigado a todos. Visão de Mercado. Consultado a 14 de agosto de 2017, disponível em <https://blogvisaodemercado.pt/2017/09/207-milhoes-de-visitas-so-nos-ultimos-3-meses-muito-obrigado-a-todos/>

MaisFutebol (2011). TVI24: comente com #maisfutebol no Twitter. MaisFutebol. Consultado a 26 de agosto de 2017, disponível em <http://www.maisfutebol.iol.pt/tvi24-comente-com-maisfutebol-no-twitter>

MaisFutebol (2017). Zlatan Ibrahimovic deixa mensagem subliminar no Instagram. Consultado a 18 de agosto de 2017, disponível em <http://www.maisfutebol.iol.pt/incrivel/manchester-united/zlatan-ibrahimovic-deixa-mensagem-subliminar-no-instagram>

Rainie, L. & Anderson, J. (2008). The Future of the Internet III. Pew Research Center, Internet & Technology. Consultado a 29 de agosto de 2017, disponível em <http://www.pewinternet.org/2008/12/14/the-future-of-the-internet-iii/>

Manuais Técnicos do EVASELD (s/d). A Avaliação do Desenvolvimento Socioeconómico, MANUAL TÉCNICO II: Métodos e Técnicas. Observatório do QREN. Consultado a 6 de setembro de 2017, disponível em [http://www.observatorio.pt/item1.php?lang=0&id\\_page=548](http://www.observatorio.pt/item1.php?lang=0&id_page=548)

Jornalismo Especializado (2010). Jornalismo desportivo em Portugal - Mito ou futebol?. Blog de Jornalismo Especializado, Universidade Lusófona Porto. Consultado a 13 de maio de 2017, disponível em <http://jornalismoespecializado.blogs.sapo.pt/5492.html>

Observador (2017). As redes sociais já são a principal fonte de notícias. Observador. Consultado a 20 de agosto de 2017, disponível em <http://observador.pt/2017/06/26/redes-sociais-noticias/>

# Anexos

## Anexo 1. Top 10 Programas 2016 (Elaborado por Initiative)

### TOP 10 PROGRAMAS 2016

TOP	CANAL	PROGRAMA	HORA INÍCIO	AUDIÊNCIA MÉDIA (.000)	AUDIÊNCIA MÉDIA (%)	SHARE (%)
1	RTP1	EURO 2016: FINAL PORTUGAL X FRANÇA	19:42	3 702	38.2	80.5
2	RTP1	LIGA DOS CAMPEÕES BENFICA X BAYERN MUNIQUE	19:30	2 521	26.0	53.2
3	RTP1	EURO 2016: MEIAS FINAIS ALEMANHA X FRANÇA	19:49	2 502	25.8	58.8
4	RTP1	FUTEBOL - MUNDIAL 2018: QUALIFICAÇÃO PORTUGAL X LETÓNIA	19:35	2 335	24.1	50.1
5	RTP1	LIGA DOS CAMPEÕES BAYERN MUNIQUE X BENFICA	19:28	2 257	23.3	48.9
6	RTP1	LIGA DOS CAMPEÕES BENFICA X ZENIT	19:31	2 183	22.5	45.4
7	RTP1	LIGA DOS CAMPEÕES SPORTING X REAL MADRID	19:28	2 118	21.9	45.8
8	RTP1	A SELEÇÃO - EURO 2016: JOGO DE PREPARAÇÃO PORTUGAL X BÉLGICA	19:36	2 098	21.7	47.3
9	RTP1	EURO 2016: MEIAS FINAIS PORTUGAL X PAÍS DE GALES	17:07	2 076	21.4	56.8
10	RTP1	LIGA DOS CAMPEÕES BENFICA X NÁPOLES	19:30	2 043	21.1	45.1

Elaborado por Initiative/ Mediabrands Insight sobre dados CAEM/Gfk reproduzidos em MMW, Telereport – Mediamonitor; Alvo: IND. 4+ Anos; Direto+VosDal

Fonte: <http://www.meiosepublicidade.pt/2017/01/a-tv-que-os-portugueses-viram-em-2016/>

## Anexo 2. Tiragens e vendas (O Jogo e Record: 2010-2017)

### O Jogo - Tiragens e vendas (2017)

Vendas/CIRCULAÇÃO	2017	Tiragens	2017
1º Bimestre	18769	1º Bimestre	29715
2º Bimestre	18250	2º Bimestre	28951
3º Bimestre	18651	3º Bimestre	28916
4º Bimestre	*	4º Bimestre	*
5º Bimestre	*	5º Bimestre	*
6º Bimestre	*	6º Bimestre	*
Média	18556,66667	Média	29194
Número inteiro	18557	Número inteiro	29194
Diferença (em relação a 2016)	1893	Diferença (em relação a 2016)	2029

### Record - Tiragens e vendas (2017)

Vendas/CIRCULAÇÃO	2017	Tiragens	2017
1º Bimestre	36019	1º Bimestre	70554
2º Bimestre	34710	2º Bimestre	64950
3º Bimestre	38663	3º Bimestre	66778
4º Bimestre	*	4º Bimestre	*
5º Bimestre	*	5º Bimestre	*
6º Bimestre	*	6º Bimestre	*
Média	36464	Média	67427,33333
Número inteiro	36464	Número inteiro	67427
Diferença (em relação a 2016)	5827	Diferença (em relação a 2016)	10773

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

Jornal "O Jogo" - Tiragens/Vendas (2010-2016) - Valores em média							
Tiragens (OJOGO)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1º Bimestre	48935	45649	42056	38084	34353	32563	30416
2º Bimestre	45502	46484	41660	36144	33289	32822	29955
3º Bimestre	48975	51207	41757	37809	33646	32047	30509
4º Bimestre	57376	56436	48498	44870	42148	36929	35603
5º Bimestre	50725	46968	42712	38045	35500	31424	31094
6º Bimestre	46286	41978	38515	35177	32461	29733	29759
Média	49633	48120	42533	38355	35233	32586	31222,66667
Número inteiro	49633	48120	42533	38355	35233	32586	31223
Diferença (ano para ano)	(-)	1513	5587	4178	3122	2647	1363

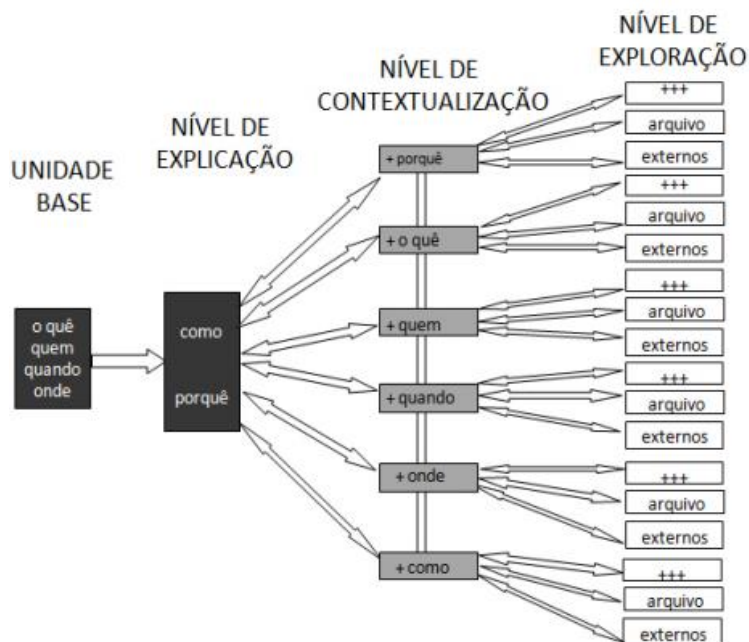
Vendas/CIRCULAÇÃO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1º Bimestre	28340	26934	23414	22038	22171	20976	20366
2º Bimestre	26249	27963	23201	20732	22133	20569	19097
3º Bimestre	30131	32524	23266	23961	22399	20662	20065
4º Bimestre	37139	33799	28302	28966	28453	25173	24555
5º Bimestre	29985	25869	23383	23326	22720	20584	19768
6º Bimestre	27839	23283	21768	22190	21112	19683	18849
Média	29947	28395	23889	23536	23165	21275	20450
Número inteiro	29947	28395	23889	23536	23165	21275	20450
Diferença (ano para ano)	(-)	1552	4506	353	371	1890	825

Jornal "Record"								
Tiragens	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Diferença anual 2010-2016 (em média)
1º Bimestre	114819	100411	96099	84480	80079	75949	75987	34790
2º Bimestre	115064	106163	97120	84558	79667	75426	75491	
3º Bimestre	114049	101192	95390	81865	78241	81942	77292	
4º Bimestre	122515	119993	110787	97301	92011	91438	87252	
5º Bimestre	111218	106594	100134	88492	81003	80676	79472	
6º Bimestre	100273	96961	86907	82470	76950	75164	73708	
Média	112989,7	105219	93879	86528	81325	80099	78200,333	
Número inteiro	112990	105219	97740	86528	81325	80099	78200	
Diferença (ano para ano)	(-)	7771	7479	11212	5203	1226	1899	

Vendas/CIRCULAÇÃO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Diferença anual 2010-2016 (em média)
1º Bimestre	69478	62673	55197	51044	46277	43286	43547	28427
2º Bimestre	71361	62159	57005	50499	47677	42210	41788	
3º Bimestre	74847	62510	55792	50578	47295	47532	41693	
4º Bimestre	82944	75440	65650	61599	57087	56866	50346	
5º Bimestre	65666	62301	52736	50886	47161	48213	40499	
6º Bimestre	60011	55543	51063	50488	44783	42224	35870	
Média	70717,83	63437,67	56241	52516	48380	46722	42290,5	
Número inteiro	70718	63438	56241	52516	48380	46722	42291	
Diferença (ano para ano)	(-)	7280	7197	3725	4136	1658	4431	

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

### Anexo 3. Modelo proposto por João Canavilhas



Fonte: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)

### Anexo 4. Elementos Multimédia Presentes e Futuros (Salaverría)

Elementos Multimédia Presentes e Futuros

	Presente			Futuro	
	Visão	Audição	Tacto	Olfacto	Paladar
Texto	•				
Fotografia	•				
Gráficos, iconografia e ilustração	•				
Video	•				
Animação digital	•				
Discurso oral		•			
Música e efeitos sonoros		•			
Vibração			•		
Temperatura				•	
Forma				•	
Aroma				•	
Sabor					•

Fonte: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)

## Anexo 5. Diferenças entre as modalidades da interatividade

	<b>Interatividade Seletiva</b>	<b>Interatividade Comunicativa</b>
Interatuentes	A interação das pessoas com os conteúdos (ou com a máquina ou com o sistema)	Interação entre pessoas
Em que consiste a interação	Um indivíduo escolhe uma opção e o sistema responde	Há emissores e recetores que podem trocar de papéis
Papel do leitor	O utilizador é um recetor (interativo) de conteúdos	O utilizador é também produtor de conteúdos
Previsibilidade das respostas	Número de possibilidades de resposta limitado	Infinitas possibilidades de resposta
Dimensão da interatividade	A participação do leitor não adquire relevância pública: só tem uma dimensão individual	O resultado da participação do utilizador toma uma dimensão pública
Opções interativas	Ligações hipertextuais, motores de busca, infografias, modalidades de personalização, RSS	Comentários, blogues, fóruns, entrevistas abertas, <i>chats</i> , envio de notas/fotografias/videos

Fonte: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)

## Anexo 6. Exemplo de aplicativo no futuro



Fonte: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf)

## Anexo 7. Número de inscritos na Universidade da Beira Interior relativos a 2016/2017



	2014/15			2015/16			2016/17			2017/18		
	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total
<b>1º Ciclo</b>	1681	1702	3383	1690	1723	3413	1692	1695	3387	1558	1578	3136
Artes e Letras	357	256	613	353	235	588	375	252	627	335	220	555
Ciências	200	106	306	196	118	314	191	137	328	186	139	325
Ciências da Saúde	216	89	305	227	97	324	199	89	288	190	82	272
Ciências Sociais e Humanas	645	638	1283	632	600	1232	631	573	1204	572	527	1099
Engenharia	263	613	876	282	673	955	296	644	940	275	610	885
<b>Mestrado Integrado</b>	1089	885	1974	1095	862	1957	1122	847	1969	1094	730	1824
Ciências da Saúde	804	348	1152	826	326	1152	817	330	1147	868	311	1179
Engenharia	285	537	822	269	536	805	305	517	822	226	419	645
<b>2º Ciclo</b>	592	469	1061	552	494	1046	610	566	1176	549	449	998
Artes e Letras	127	88	215	126	122	248	125	127	252	104	98	202
Ciências	63	18	81	51	23	74	42	50	92	46	49	95
Ciências da Saúde	79	36	115	60	26	86	78	30	108	49	27	76
Ciências Sociais e Humanas	243	183	426	232	180	412	248	192	440	236	134	370
Engenharia	80	144	224	83	143	226	117	167	284	114	141	255
<b>Total</b>	<b>3362</b>	<b>3056</b>	<b>6418</b>	<b>3337</b>	<b>3079</b>	<b>6416</b>	<b>3424</b>	<b>3108</b>	<b>6532</b>	<b>3201</b>	<b>2757</b>	<b>5958</b>

Fonte: SI, 28SET17

28-09-2017

	2014/15													2014/15 Total		
	Artes e Letras			Ciências			Ciências da Saúde			Ciências Sociais e Humanas			Engenharia			
	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F		M	Total
<b>1º Ciclo</b>	357	256	613	200	106	306	216	89	305	645	638	1283	263	613	876	3383
BIOENGENHARIA													34	30	64	64
BIOQUÍMICA				102	36	138										138
BIOTECNOLOGIA				79	61	140										140
CIÊNCIA POLÍTICA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS										66	79	145				145
CIÊNCIAS BIOMÉDICAS							113	48	161							161
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO	146	60	206													206
CIÊNCIAS DA CULTURA	32	13	45													45
CIÊNCIAS DO DESPORTO										46	200	246				246
CINEMA	66	71	137													137
DESIGN DE MODA													141	14	155	155
DESIGN INDUSTRIAL													50	78	128	128
DESIGN MULTIMÉDIA	62	92	154													154
ECONOMIA										86	105	191				191
ENGENHARIA ELETROMECÂNICA													10	159	169	169
ENGENHARIA ELETROTÉCNICA E DE COMPUTADORES													2	47	49	49
ENGENHARIA INFORMÁTICA													24	218	242	242
ESTUDOS PORTUGUESES E ESPANHÓIS	50	17	67													67
Filosofia	1	3	4													4
GESTÃO																
INFORMÁTICA WEB										130	149	279				279
MARKETING										49	47	96	2	24	26	26
OPTOMETRIA E CIÊNCIAS DA VISÃO							103	41	144							144
PSICOLOGIA										154	22	176				176
QUÍMICA INDUSTRIAL				2	2											2
QUÍMICA MEDICINAL				17	9	26										26
SOCIOLOGIA										114	36	150				150
TECNOLOGIAS E SISTEMAS DA INFORMAÇÃO															43	43
<b>2º Ciclo</b>							804	343	1152				285	137	422	1974
ARQUITETURA													188	200	388	388
CIÊNCIAS FARMACÉUTICAS							221	59	280							280
ENGENHARIA AERONÁUTICA													49	219	268	268
ENGENHARIA CIVIL													48	118	166	166
MEDICINA							583	289	872							872
<b>3º Ciclo</b>	127	86	213	63	18	81	79	96	175	243	183	426	80	144	224	1965
BIOENGENHARIA																27
BIOQUÍMICA				23	4	27										27
BIOTECNOLOGIA				16	10	26										26
BRANDING E DESIGN DE MODA													18	2	20	20
CIÊNCIA POLÍTICA	4	4	8													8
CIÊNCIAS BIOMÉDICAS																66
CIÊNCIAS DO DESPORTO							42	24	66							66
CIÊNCIAS DOCUMENTAIS	6	3	9							8	23	31				31
CINEMA	12	15	27													27
COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA: PUBLICIDADE E RELAÇÕES PÚBLICAS	28	12	40													40
DESIGN DE MODA													29	7	36	36
DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE JOGOS DIGITAIS	4	15	19													19
DESIGN INDUSTRIAL																34
DESIGN MULTIMÉDIA	13	21	34													34
ECONOMIA										9	20	29				29
EMPREENDEDORISMO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS										5	17	22				22
EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO SOCIAL																20
EMPREENDEDORISMO E SERVIÇO SOCIAL																4
ENGENHARIA CIVIL: GEOTECNIA E AMBIENTE/ESTRUTURAS E CONSTRUÇÃO										18	2	20	2	2	4	4
ENGENHARIA E GESTÃO INDUSTRIAL													17	20	37	37
ENGENHARIA ELETROMECÂNICA													1	40	41	41
ENGENHARIA ELETROTÉCNICA E DE COMPUTADORES													4	15	19	19
ENGENHARIA INFORMÁTICA													9	56	65	65
ENGENHARIA MECÂNICA																3
ENSINO DE ARTES VISUAIS NO 3º CICLO DO ENSINO BÁSICO E NO ENSINO SECUNDÁRIO	1	1	2													2
ENSINO DE EDUCAÇÃO FÍSICA NOS ENSINOS BÁSICO E SECUNDÁRIO										6	34	40				40
ENSINO DE FILOSOFIA NO ENSINO SECUNDÁRIO																1
ENSINO DE FÍSICA E QUÍMICA NO 3º CICLO DO ENSINO BÁSICO E NO ENSINO SECUNDÁRIO				1	1											1
ENSINO DE MATEMÁTICA NO 3º CICLO DO ENSINO BÁSICO E NO ENSINO SECUNDÁRIO				1	1											1
ENSINO DE PORTUGUESES E DE ESPANHÓIS NO 3º CICLO DO ENSINO BÁSICO E NO ENSINO SECUNDÁRIO	33	3	36													36
ESTUDOS DE CULTURA																3
ESTUDOS DIDÁTICOS, CULTURAIS, LINGÜÍSTICOS E LITERÁRIOS	3	3														3
ESTUDOS LUSÓFONOS																14
GERONTOLOGIA							12	2	14							14
GESTÃO										43	27	70				70
GESTÃO DE UNIDADES DE SAÚDE										20	5	25				25
JORNALISMO	23	14	37													37
MARKETING										23	16	39				39
MATEMÁTICA PARA PROFESSORES																35
OPTOMETRIA E CIÊNCIAS DA VISÃO							25	10	35							35
PSICOLOGIA CLÍNICA E DA SAÚDE										74	13	87				87
QUÍMICA INDUSTRIAL				12	2	14										14
QUÍMICA MEDICINAL				10	2	12										12
RELAÇÕES INTERNACIONAIS										20	10	30				30
SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA													1	1		1
SOCIOLOGIA: EXCLUSÕES E POLÍTICAS SOCIAIS										14	4	18				18
SUPERVISÃO PEDAGÓGICA										3	12	15				15
<b>Total</b>	<b>484</b>	<b>344</b>	<b>828</b>	<b>263</b>	<b>124</b>	<b>387</b>	<b>1099</b>	<b>473</b>	<b>1572</b>	<b>888</b>	<b>821</b>	<b>1709</b>	<b>628</b>	<b>1294</b>	<b>1922</b>	<b>6418</b>

Fonte: SI\_28SET17

2015/16															
Artes e Letras			Ciências			Ciências da Saúde			Ciências Sociais e Humanas			Engenharia			2015/16 Total
F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	
353	235	588	196	118	314	227	97	324	632	600	1232	282	673	955	3413
			105	36	141							37	30	67	67
			72	67	139				72	70	142				141
						136	54	190							139
138	48	186													142
44	12	56													190
									36	161	197				186
71	76	147													56
												148	21	169	197
												51	78	129	147
64	84	148													169
									82	98	180				129
												7	163	170	148
												9	49	58	170
												26	260	286	197
36	14	50													169
1	1														129
															148
															180
															180
															170
															170
															58
															286
															50
															1
															291
															291
															52
															110
															134
															174
															21
															13
															138
															24
															24
															1037
															371
															268
															284
															150
															684
126	122	248	51	23	74	60	92	152	232	180	412	83	143	226	1096
			21	7	28										28
			14	9	23										23
															29
9	6	15													15
															51
															53
4	3	7													7
13	13	26													26
27	15	42													42
															33
7	27	34													34
															9
16	28	44													44
															30
															9
															5
															11
															41
															36
															22
															51
															110
															30
															5
3	2	5													5
															1
23	4	27	1		1										27
															11
4	7	11													5
															59
															35
															37
20	17	37													30
															30
															30
															83
															3
															19
															33
															5
															23
															11
479	357	836	247	141	388	1113	449	1562	864	780	1644	634	1352	1986	6416

2016/17															
Artes e Letras			Ciências			Ciências da Saúde			Ciências Sociais e Humanas			Engenharia			2016/17 Total
F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	
375	252	627	191	137	328	199	89	288	631	573	1204	296	644	940	331
			104	47	151							28	25	53	53
			69	67	136										151
									93	60	153				134
						131	48	179							153
141	53	194													179
49	13	62													194
									31	158	189				62
76	79	155													189
												147	15	162	155
												57	81	138	162
71	84	155													138
									82	86	168				155
												16	130	146	168
												10	59	69	146
												27	264	291	146
38	23	61													138
															155
									118	148	266				168
									59	64	123	11	62	73	168
						68	41	109							146
									151	21	172				146
			17	20	37										146
			1	3	4				97	36	133				146
														8	133
														8	133
						817	330	1147				305	517	822	133
						199	53	252				203	193	396	396
												60	244	304	252
												42	80	122	304
															122
						618	277	895							895
125	127	252	40	50	90	78	31	109	248	192	440	117	167	284	117
			19	7	26							3	3	6	6
			9	13	22										22
9	6	15				43	22	65				36	1	37	37
									8	42	50				15
	1	1													65
11	12	23													50
30	14	44													1
												41	7	48	23
10	29	39													44
												4	13	17	48
11	23	34													39
									20	27	47				17
									8	6	14				34
									3	1	4				47
									1		1				14
															4
															1
												15	18	33	33
												2	43	45	45
												4	25	29	29
												9	52	61	61
4	3	7							9	20	29				29
															7
16	4	20													20
3	5	8													8
5	20	25													25
									31	19	50				50
									19	8	27				27
26	10	36							18	14	32				36
			2	19	21										32
						35	8	43							21
									79	14	93				43
															93
			12	11	23										23
									26	18	44				44
												3	5	8	8
									23	6	29				29
									3	17	20				20
500	379	879	233	187	420	1094	449	1543	879	765	1644	718	1328	2046	6532

2017/18 (À data de 28/01/17)															
Artes e Letras			Ciências			Ciências da Saúde			Ciências Sociais e Humanas			Engenharia			2017/18 (À data de 28/01/17)
F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	
335	220	555	186	139	325	190	82	272	572	527	1099	275	610	885	3126
			88	44	132							25	25	50	50
			76	62	138				91	56	147				132
						120	45	165							138
123	31	154													147
43	16	59							32	152	184				165
															154
59	66	125													59
															184
															125
															140
												126	14	140	123
69	86	155										55	68	123	155
									69	82	151				151
												13	111	124	124
												12	58	70	70
												31	257	288	288
41	21	62													62
															232
									102	130	232				88
									61	57	118	13	75	88	118
						70	37	107							107
									143	22	165				165
			22	31	53										53
			2	2	4				74	28	102				2
														2	102
														2	2
						868	311	1179				226	419	645	1017
						210	48	258				151	156	307	307
															258
												52	201	253	253
												23	62	85	85
						658	263	921							921
104	98	202	46	49	95	49	27	76	236	134	370	114	141	255	921
			26	7	33							5	3	8	8
			10	12	22										33
															22
3	5	8										42	3	45	45
															8
						27	21	48							48
									7	31	38				38
9	7	16													16
24	11	35													35
												30	1	31	31
11	25	36													36
												11	18	29	29
10	13	23													23
									14	18	32				32
									9	4	13				13
									3	1	4				4
															37
												12	25	37	37
												2	30	32	32
												5	17	22	22
												6	42	48	48
2	2	4													4
															2
	2	2							10	9	19				19
															2
7	1	8													8
9	2	11													11
															30
7	23	30													30
															51
									30	21	51				24
									17	7	24				31
22	9	31													27
									18	9	27				25
			3	22	25										28
						22	6	28							93
									82	11	93				1
			1		1										14
			6	8	14										33
									26	7	33				3
												1	2	3	26
									19	7	26				10
									1	9	10				10
439	318	757	232	188	420	1107	420	1527	808	661	1469	615	1170	1785	5958

## Anexo 8. Fotografias do *focus group*

### Sessão 1



### Sessão 2



## Anexo 9. Inquérito por questionário

Secção 1 de 4



# Hábitos de consumo de conteúdos desportivos (destinado a alunos da Universidade da Beira Interior)

Este questionário insere-se no âmbito da dissertação de Mestrado "Jornalismo desportivo - Tendências dos estudantes universitários no consumo de informação desportiva", desenvolvida no âmbito do Mestrado em Jornalismo, na Universidade da Beira Interior. Destina-se a recolher dados sobre os hábitos de consumo de conteúdos desportivos por parte dos estudantes universitários, bem como avaliar a importância das redes sociais no contexto do consumo de informação desportiva.

O questionário está organizado em três partes: a primeira tem por objectivo recolher dados que permitam caracterizar os estudantes e as restantes visam obter dados sobre as práticas desportivas e os hábitos de consumo de informação desportiva.

Deve responder a cada questão, escolhendo a opção que melhor traduz a sua opinião. Consideramos muito importante a sua colaboração para o desenvolvimento deste estudo. Agradecemos o máximo cuidado no preenchimento do questionário. Todas as respostas são confidenciais e anónimas, e usadas apenas para fins académicos. Agradecemos desde já a participação.

Secção 2 de 4

## Caracterização do inquirido

Descrição (opcional)

1 - Sexo \*

Masculino

Feminino

2 - Idade \*

Texto de resposta curta

3 - Local de Residência (Cidade) \*

Texto de resposta curta

4 - Indique qual o nível de ensino que se encontra a frequentar/frequentou no ano lectivo 2016/2017 \*

- Licenciatura (1º ano)
- Licenciatura (2º ano)
- Licenciatura (3º ano)
- Mestrado (1º ano)
- Mestrado (2º ano)

5 - Indique qual o curso que frequenta ou frequentou. \*

Texto de resposta curta  
.....

6 - Pratica alguma modalidade desportiva a titulo amador ou profissional? \*

- Sim
- Não

6.1. (Se sim) indique qual a modalidade desportiva que pratica.

Texto de resposta curta  
.....

7. É sócio de algum clube desportivo?

- Sim
- Não

## Hábitos de consumo desportivo

Descrição (opcional)

...

8. Com que frequência assiste a espectáculos desportivos ao vivo? \*

- Uma vez por semana
- Várias vezes por semana
- Duas a três vezes por mês
- Uma vez por mês
- Ocasionalmente
- Nunca
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

8.1. Qual/Quais a(s) modalidade(s) desportiva(s) a que assiste com mais frequência ao vivo? (Caso tenha selecionado anteriormente a opção 'nunca', responda 'nenhuma') \*

Texto de resposta curta

9. Com que frequência assiste a espectáculos desportivos pela televisão? \*

- Uma vez por semana
- Várias vezes por semana
- Duas a três vezes por mês
- Uma vez por mês
- Ocasionalmente
- Nunca
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

### 9.1 De que forma assiste a espectáculos desportivos pela televisão?

- Em direto (no momento em que o evento está a decorrer)
- Em diferido (numa reposição que o canal faz do espectáculo)
- Voltando atrás na emissão/programação
- Através das funcionalidades de gravação
- Outra opção...

### 9.2. Qual/Quais a(s) modalidade(s) desportiva(s) a que assiste com mais frequência através da televisão? (Caso tenha selecionado anteriormente a opção 'nunca', responda 'nenhuma')

Texto de resposta curta

.....

### 10. Com que frequência assiste a espectáculos desportivos através de serviços de streaming?

- Uma vez por semana
- Várias vezes por semana
- Duas a três vezes por mês
- Uma vez por mês
- Ocasionalmente
- Nunca
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

### 10.1. Qual/Quais a(s) modalidade(s) desportiva(s) a que assiste com mais frequência via streaming? (Caso tenha selecionado anteriormente a opção 'nunca', responda 'nenhuma')

Texto de resposta curta

.....

11. Pensando em notícias nacionais, regionais/locais sobre diferentes temáticas, acedidas via rádio, televisão, jornais ou online. Normalmente com que frequência consulta notícias? \*

- Várias vezes por dia
- Uma vez por dia
- Uma vez por semana
- Várias vezes por semana
- Duas a três vezes por mês
- Uma vez por mês
- Ocasionalmente
- Nunca
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

12. Quão interessado diria que está por notícias/conteúdos noticiosos? \*

	1	2	3	4	
Muito interessado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nada interessado

13. Qual dos seguintes tipos de notícia é mais importante para si? (Escolha pelo menos três) \*

- Notícias nacionais
- Notícias sobre a minha região
- Notícias internacionais
- Notícias locais sobre a minha cidade
- Notícias financeiras e de negócios
- Notícias sobre economia
- Notícias sobre entretenimento, de sociedade e celebridades
- Notícias humorísticas / satíricas / insólitas
- Notícias sobre saúde e educação
- Notícias sobre arte e cultura
- Notícias sobre desporto
- Notícias sobre política nacional
- Notícias sobre ciência e tecnologia
- Nenhuma destas
- Outra opção...

14. Com que frequência consome informação desportiva? (Caso responda 'nunca' avance até à questão 34.) \*

- Várias vezes por dia
- Uma vez por dia
- Uma vez por semana
- Várias vezes por semana
- Duas a três vezes por mês
- Uma vez por mês
- Ocasionalmente
- Nunca
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

15. Habitualmente quando é que procura informação desportiva?

- Logo de manhã
- Ao fim da manhã
- À hora de almoço
- À tarde
- Ao início da noite
- Ao fim da noite
- A última coisa que faço à noite
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

16. Quando consome informação desportiva, quando tempo dedica a esse consumo?

- Menos de 10 minutos
- 10 a 20 minutos
- 21 a 30 minutos
- 31 a 45 minutos
- 46 a 60 minutos
- Mais de uma hora
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

17. Onde costuma consumir informação desportiva? (Escolha no máximo três opções).

- Programas televisivos de notícias ou boletins noticiosos
- Canais noticiosos 24 sobre 24 horas
- Programas noticiosos de rádio
- Jornais impressos
- Revistas impressas
- Websites/aplicações de jornais
- Websites/aplicações de revistas de notícias
- Websites/aplicações de empresas de radio e televisão
- Websites/aplicações de outros agentes noticiosos (Ex. Portal Sapo)
- Redes sociais
- Blogues
- Outra opção...

---

18. Que tipo de géneros privilegia no consumo de informação desportiva? (Indique no máximo três).

- Notícias
- Reportagens
- Artigos de opinião
- Crónicas
- Entrevistas
- Comentários
- Outra opção...

19. Que tipo de conteúdos privilegia no consumo de informação desportiva? (Indique no máximo três).

- Notícias televisivas
- Notícias radiofónicas
- Notícias escritas
- Publicações escritas em blogs especializados
- Podcasts
- Vídeos em blogs especializados
- Posts escritos nas redes sociais
- Posts com vídeos nas redes sociais
- Posts com sons nas redes sociais
- Programas televisivos sobre desporto
- Programas radiofónicos sobre desporto
- Outra opção...

20. Qual a origem dos conteúdos que privilegia no consumo de informação desportiva? (Indique no máximo três).

- Amigos, conhecidos ou colegas
- Jornais nacionais impressos e/ou os seus websites/aplicações
- Rádio, estações de televisão e/ou websites/aplicações
- Revistas especializadas e/ou websites/aplicações
- Clubes desportivos e/ou as suas newsletters ou websites
- Websites especializados ou blogues desportivos
- Newsletters enviadas por email/alertas
- Redes sociais como o Facebook e Twitter
- Nenhuma
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

21. Considerando a origem dos conteúdos de informação desportiva, indique os que confia mais (Indique no máximo três).

- Amigos, conhecidos ou colegas
- Jornais nacionais impressos e/ou os seus websites/aplicações
- Rádio, estações de televisão e/ou websites/aplicações
- Revistas especializadas e/ou websites/aplicações
- Clubes desportivos e/ou as suas newsletters ou websites
- Websites especializados ou blogues desportivos
- Newsletters enviadas por email/alertas
- Redes sociais como o Facebook e Twitter
- Nenhuma
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

---

22. Com que frequência compra jornais desportivos?

- Todos os dias
- Uma vez por semana
- Várias vezes por semana
- Duas a três vezes por mês
- Uma vez por mês
- Ocasionalmente
- Nunca
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

22.1. Que jornal desportivo compra com mais frequência?

- A Bola
- Jornal Record
- O Jogo
- Outra opção...

23. Subscreve ou assina algum canal desportivo?

Sim

Não

23.1. (Se sim) indique qual o canal desportivo que subscreve.

Texto de resposta curta

---

24. Considerando os seguintes meios de comunicação indique os que consulta com mais frequência para aceder a informação desportiva (indique pelo menos três)

RTP1

RTP2

RTP3

SIC

TVI

SICNotícias

TVI24

CMTV

SporTV+

Rádio Renascença

RFM

Antena1

Antena2

- Antena3
- TSF
- RádioComercial
- CidadeFM
- MegaHits
- StarFM
- M80
- Público
- Diário de Notícias
- Correio da Manhã
- Jornal de Notícias
- Jornal I
- Jornal de Negócios
- Observador
- A Bola

---

- Jornal Record
- O Jogo
- Expresso
- Sol
- Visão
- Sábado
- Sporting TV
- Benfica TV
- Mais Futebol
- Zerozero
- Outra opção...

25. Considerando diferentes tipos de fontes e notícias sobre desporto, no que confia mais?

- Notícias de especialistas formados em desporto
- Notícias de pessoas ligadas a clubes desportivos
- Notícias de jornalistas desportivos
- Outra opção...

26. Indique o nome de um programa sobre desporto que considera ser uma referência e/ou exemplo.

Texto de resposta curta  
.....

27. Que tipo de conteúdos desperta mais o seu interesse numa informação sobre desporto (indique pelo menos três características).

- Texto
- Vídeo
- Imagens
- Som
- Infografias e gráficos
- Comentários
- Análises táticas
- Outra opção...

28. Indique os aspetos que gostaria de ver abordados na informação desportiva.

Texto de resposta curta  
.....

29. Com que frequência considera as redes sociais para obter informação sobre desporto?

- Várias vezes por dia
- Uma vez por dia
- Uma vez por semana
- Várias vezes por semana
- Duas a três vezes por mês
- Uma vez por mês
- Ocasionalmente
- Nunca
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

30. Que redes sociais considera com mais frequência para o consumo de informação desportiva?

- Twitter
- Facebook
- YouTube
- Storify
- Reddit
- Instagram
- Pinterest
- LinkedIn
- Google Plus
- Outra opção...

---

31. Que tipo de posts considera nas redes sociais para obter informação sobre desporto?

- Posts de marcas noticiosas ou organizações
- Posts de jornalistas
- Posts de outras pessoas que siga
- Posts de amigos pessoais
- Posts de organizações
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

32. Com que frequência utiliza o smartphone para aceder a informação desportiva?

- Várias vezes por dia
- Uma vez por dia
- Uma vez por semana
- Várias vezes por semana
- Duas a três vezes por mês
- Uma vez por mês
- Ocasionalmente
- Nunca
- Não sabe/Não responde
- Outra opção...

33. No seu smartphone tem instaladas aplicações sobre desporto?

- Sim
- Não

33.1. (Se sim) indique quais e a qual recorre com mais frequência para obter informações desportivas (meus resultados, por exemplo)?

Texto de resposta curta

Secção 4 de 4



## Grupo III - Percepções e perspectivas sobre a informação desportiva em Portugal

Descrição (opcional)

...

34. Considere as seguintes afirmações e manifeste o seu grau de concordância em relação a cada uma.

Descrição (opcional)

A informação desportiva em Portugal resume-se quase na totalidade a conteúdos sobre futebol. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

Os meios de comunicação são os grandes responsáveis por não ser dada mais atenção a outras modalidades para além do futebol. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

Em Portugal não existe informação desportiva mas informação futebolística. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

Os programas sobre desporto em Portugal concentram-se demasiado no entretenimento e nas audiências e deixam de lado a informação. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

A Internet e as redes sociais transformaram a forma como se acede a conteúdos e informação desportiva. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

Os meios de comunicação deviam apostar em pessoas formadas em desporto para analisar as diferentes modalidades. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

Estaria disposto a pagar por um serviço que disponibilizasse informação desportiva de qualidade. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

Mantenho-me informado sobre desporto através das aplicações que tenho instaladas no meu smartphone. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

As redes sociais influenciam o meu consumo de informação desportiva. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

A informação desportiva é mais rigorosa nos meios generalistas do que nos meios desportivos. \*

	1	2	3	4	
Concordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Discordo totalmente

35 - Deixe a sua opinião sobre a informação desportiva em Portugal, considerando o tipo de conteúdos produzido mas também a influência que a Internet e as redes sociais podem ter no consumo informativo sobre desporto.

Texto de resposta longa

## Anexo 10. Transcrição da sessão de *focus group* 1

Duração: 1h25

Nº de participantes: 7

Moderador: Ricardo Morais

Ricardo Morais

Boa tarde a todos, vamos aqui fazer uma sessão de *focus group*. Para começarmos e ficar registado, que é importante também, pedia que se apresentassem (dissemos o vosso nome, de que curso são, apesar de ser um bocado óbvio (risos) e a idade que têm)". A partir daí avançamos. Podemos começar por aqui, e fazer a mesa toda.

Gabriel

Olá a todos. O meu nome é Gabriel, tenho 20 anos, sou finalista do mestrado de relações internacionais e sou também vice-presidente e local representativo da Associação Erasmus Student Network Covilhã.

Sara

Boa tarde, o meu nome é Sara Alves, tenho 22 anos e sou aluna do 3º ano de Ciências da Comunicação

João Correia

Boa tarde, sou o João Correia, tenho 18 anos e sou do 1º ano de Ciências da Comunicação.

João Nave

Boa tarde. João Nave, 3º ano de Ciências da Comunicação

Lisandra

Olá a todos, sou a Lisandra Maravilha, 2º ano de Ciências da Comunicação e tenho 19 anos

João Santos

João Santos, do 3º de Comunicação e tenho 22 anos

Gonçalo

Olá, boa tarde. Sou o Gonçalo, tenho 20 anos e sou do 3º ano de Comunicação

Ricardo Morais

Ok. Feitas as apresentações, o Renato já vos deve ter explicado qual é que era o propósito, mas, de qualquer das maneiras... O objetivo desta sessão é contribuir para a investigação aqui do Renato. O objetivo é, então, perceber um conjunto de aspetos relacionados com informação desportiva. Vou fazer, vamos adotar aqui um modelo, algumas questões e vamos, pelo menos numa primeira ronda, seguir a lógica da mesa em termos de organização, mas depois a ideia será lançar um tópico e cada um apresentar a sua opinião em relação a esse tópico. Não há propriamente uma ordem, nem necessidade de haver propriamente uma questão. Há um tópico que é apresentado e vocês, a partir daí, manifestam aquilo que é a vossa opinião, sendo que o objetivo é precisamente esse: recolher opiniões em relação a determinados aspetos. Para começarmos, e antes de entrarmos a fundo na temática, começava por perguntar - será a única questão em que cada um responde pela ordem que estamos, a partir daí, cada pessoa, por iniciativa própria, pode falar - quem é que, de vocês, tem algum tipo de, em termos de hobbie, alguma atividade desportiva? Se tem, o quê? Se não tem, se já teve, nem que seja a nível escolar, o que já praticou em termos de desporto. Começamos pelo Gabriel

Gabriel

Atualmente, não tenho qualquer tipo de prática desportiva. Tirei a licenciatura em desporto com o Renato. Apesar de não praticar qualquer tipo de desporto de momento, quando andava no secundário fui campeão e duplo vice-campeão distrital de basquetebol e voleibol pela Guarda. E, basicamente, resume a minha experiência desportiva até ao momento

Sara

Não pratico nenhum desporto. Praticar desporto a sério, a nível de competição e assim, nunca o fiz, mas andei na natação durante alguns anos. Nunca chegando à parte das competições, por opção, mas sim, foi a única prática que tive

João Correia

Eu joguei nos campeonatos distritais de Setúbal até ao ano passado e, atualmente, estou na Estação com a equipa dos traquinas e com os guarda-redes da equipa sénior

João Nave

Em termos de prática desportiva, atualmente também não faço nada, mas já fui atleta, quando era mais novo, das camadas jovens do Sporting da Covilhã

Lisandra

Eu já sou federada de voleibol há sete anos, estou atualmente a praticar no voleibol da AAUBI. E fui dois anos campeã por futsal.

João Santos

No meu caso, jogo futebol já há doze anos, federado aqui no distrital. Ao mesmo tempo, também treino uma equipa de traquinas, ali como o caso do João, mas em Belmonte

Gonçalo

Neste momento não exerço nada, acho que se nota (risos), mas já exerci: durante cinco anos joguei basquetebol federado no Sampaense e depois passei para o futebol e estive lá durante três anos, no distrital de Coimbra

Ricardo Morais

Ok. Feita esta primeira ronda, como vos expliquei, agora vou lançar um tópico. A pessoa, por iniciativa própria, falará. A ideia será que todos manifestem a sua opinião em relação a esse tópico e também que, mais do que simplesmente uma resposta, estabeleçam depois pontos de vista similares ou não entre vocês para se perceber aqui a questão das diferenças. Tendo em conta aquilo que vocês apresentaram em relação à prática desportiva que já tiveram (ou não), um tópico que gostávamos de abordar tem a ver com o facto de assistirem a eventos desportivos: se assistem, se não assistem, com que frequência, mas mais do que a frequência o tipo de desporto, a questão de assistirem a eventos desportivos. E depois, uma lógica importante: perceber ao vivo e com que frequência é que assistem, seja pela televisão, mais através da Internet, enfim, perceber um pouquinho os vossos hábitos tendo em conta estes aspetos. Toma a palavra quem quiser começar, depois os restantes podem responder, podem falar entre

vocês também. Quem quiser tomar a iniciativa, pode começar. Estamos a falar então aqui da questão de assistir ou não a eventos desportivos e quais as modalidades envolvidas, se ao vivo, se através de meios de comunicação, também através da internet - a questão do streaming - sim ou não. Um pouquinho perceber a vossa experiência em relação a esta questão. Quem quiser, pode tomar a iniciativa

João Santos

Posso começar. Olhando, tendo em conta o trabalho que desenvolvo em Belmonte a nível de jornalismo, acompanho algum tipo de desporto, mas é mais futebol e futsal, mas isto porque é a única prática desportiva que existe em Belmonte, sendo que já assisti ao campeonato de taekwondo e de judo, mas foi uma coisa esporádica. Mas, olhando ao que existe em Belmonte, só assisto ao vivo em termos de futsal ou futebol. Mas, por outro lado, gosto também de outras modalidades, como é o caso do basquete, do andebol e também o caso do hóquei, mas aí tenho de ver via streaming ou televisão. Hoje em dia a TVI 24 passa bastante esse tipo de desportos, mas mais através de streaming

Ricardo Morais

Mais alguém?

Sara

O que eu vejo com mais frequência é futebol. Tanto, ao vivo vejo, por norma, fim-de-semana sim, fim-de-semana não quando, no meu caso, o Paços joga em casa, em Paços de Ferreira. Na televisão, todos os fins-de-semana, tanto jogos do campeonato nacional como de outros campeonatos, sempre por televisão. Como tenho tanto Sporttv, Benfica Tv não uso a Internet para assistir aos jogos. Outra coisa que vejo, não tão regularmente, mas sempre que posso, são os campeonatos de nataçao. E no meu caso é mais isso. Outras modalidades como futsal, hóquei, pontualmente.

Ricardo Morais

Ok

João Correia

Eu costumo procurar assistir aos jogos do Distrital de Setúbal sempre que estou lá por baixo e sempre que posso ir ver o Benfica ao estádio. Ver jogos no que toca à Internet não gosto. Prefiro ir ver para um café na televisão e no que toca às modalidades sempre que posso acompanhar pela televisão também gosto de ver um jogo de modalidades, seja ela qual for, dependendo do clube que estivesse envolvido

João Nave

No meu caso, vou sempre que o Covilhã joga em casa e estou cá, eu vou ver o jogo. Também esporadicamente vejo alguns jogos fora, quando há alguma coisa mais em questão, como subida ou descida de divisao. Também vejo bastante futebol a nível de I Liga na televisão, que é o desporto que eu gosto mais. Futsal também vejo algum, nas alturas de maior interesse. E... posso dizer que andebol, vólei e hóquei também não tenho problema nenhum em ver. Talvez o basquetebol seja mesmo aquele que eu me identifico menos, se calhar também porque nunca tive muita altura (risos) e sempre tive alguma dificuldade na escola. Mas pronto, é isso

Lisandra

Sim, eu de uma maneira geral também costumo seguir mais desportos pela televisão, prefiro. Costumo acompanhar os campeonatos de voleibol, por interesse pessoal. Vejo sobretudo atletismo também, que é uma das modalidades que mais aprecio e sobretudo também futebol. Mas procuro sempre que seja pela televisão porque os meios também assim o permitem. Agora, acho que é melhor

Gabriel

Apesar de não ser fã de assistir a eventos desportivos ao vivo, tenho a possibilidade de ver pela televisão ou em streaming geralmente eventos de rally ou todo o terreno e, apesar de em Portugal não dar muita importância ao futebol ou outras modalidades proeminentes aqui no país, quando estive de Erasmus em Espanha ganhei o hábito de ir ver um evento cultural e desportivo que eles têm, que é "Os Casteleers" (?). E... passei a ver ao vivo e, sempre que tinha oportunidade, ia ao autódromo de F1 da Catalunha ou então mesmo ver o rally que eles têm

Gonçalo

Eu não costumo ver muito ao vivo, quando vejo é o Oliveira do Hospital quando joga em casa na 1ª divisao distrital. Na jornada passada ganhou 10-0 ao Lousanense (risos). De vez em quando vejo basket, volto a Sampaio de Gramaços, essa bela aldeia, para ver o Sampaense. Pela televisão... prefiro ver pela televisão do que pela Internet, num café, mais pelo ambiente envolvente, mas às vezes tenho de ver pela Internet, quando não posso ver de outra forma. E vejo principalmente futebol ou NBA

Ricardo Morais

Ok. Pegando um pouquinho naquilo que foi dito e já temos aqui várias questões, vários tópicos para explorar. Primeiro, o que eu queria que vocês se manifestassem, tendo em conta aquilo que acabaram de uma forma geral de responder, é a vossa opinião sobre o acesso a conteúdos desportivos. Neste caso aqui, estamos a falar de transmissões em direto, mas através da Internet e nomeadamente através dos serviços de streaming. Uma opinião sobre essa prática. Há aqui pessoas que se manifestaram que o fazem, outras pessoas que não recorrem tanto, não gostam. No caso do João (Correia), por exemplo, prefere dirigir-se a um café. Qual é que é a vossa opinião em relação a esta prática de transmissão através de streaming e precisamente acesso a conteúdos desportivos através de streaming? Manifestem-se à vontade, sem necessidade de uma ordem e se, eventualmente não concordarem ou tiverem um ponto de vista discordante em relação a outro colega, podem entrar em diálogo, não há qualquer problema. Estejam à vontade

João Santos

Eu fui dos que disse que recorria, mas é mais por não ter uma rotina muito diária de televisão. A televisão é uma coisa que eu não utilizo muito e acabo por recorrer ao streaming precisamente por ter uma rotina muito ligada ao computador. Eu passo muitas horas ao computador, ou seja, acabo por ter a necessidade de estar a escrever ou coisa do género e ter lá a janelinha com o streaming para ver, mas é mais por não ter rotinas diárias de televisão, não necessariamente por ser uma opção direta o streaming.

Ricardo Morais

Eu não disse no início, mas, ou se disse relembro agora aqui a questão: não há aqui propriamente respostas erradas ou certas. Cada um dá a sua opinião consoante aquilo que faz porque é aquilo que efetivamente nos interessa perceber aqui, é os vossos hábitos e as tendências

Gabriel

Pegando agora assim na opinião dele, eu acho que o serviço de streaming veio colmatar uma falta nos hábitos televisivos da população em geral, uma vez que chegar a casa, cozinhar, tudo mais, passando tantas horas ao

computador, creio que foi um passo lógico passar do sinal analógico, de uma caixa de televisão, para um sinal mais digital.

Sara

Eu, pessoalmente, não gosto de ver jogos pelo computador. Para já, no meu caso, encontrava muita, tinha a dificuldade de encontrar boas transmissões porque normalmente as melhores aquilo ficava cheio, por assim dizer, muito rápido e a qualidade, tanto da imagem como no decorrer do jogo, falhava muito, havia muitos atrasos e coisas assim e, por isso, eu não gosto. E lá está, como o João (Correia) prefiro ir a um café, se não tiver oportunidade de ver em casa do que ver pela Internet. E outra questão é mesmo porque quando estou a ver um jogo gosto de ver em grande (risos), por assim dizer, já que não posso estar no estádio que tenha ao menos as melhores condições possíveis, por assim dizer, para vê-lo através da televisão.

João Correia

Sim, pegando aqui um bocado na questão da Sara, o streaming ainda tem muitos entraves, que é o facto da qualidade da transmissão e haver sempre um certo atraso em relação ao que é a transmissão televisiva. Acho que ninguém gosta de estar em casa e receber uma mensagem de um amigo a dizer que foi golo e ainda temos de estar ali à espera que o lance aconteça. Daí também a minha preferência de me dirigir a um café. Mas o streaming veio, de facto, como diz o João Santos, colmatar uma necessidade para quem está em casa e tem o hábito de estar sempre a mexer no computador. Quem não liga muito a televisão, o streaming veio colmatar uma necessidade para ligar, para ver um jogo não preciso de estar ligado à televisão, não preciso de ter dois ou três aparelhos ligados, vejo tudo no mesmo sítio

João Nave

Pegando no que eles disseram, eu também dou sempre primazia a ver ao vivo, televisão e só depois recorrer ao streaming. Agora, há situações que, infelizmente, não é possível nem a primeira nem a segunda e sobra a terceira opção. Eu, felizmente, até consigo arranjar algumas transmissões com qualidade. Claro que aquilo tem sempre uma paragem ou outra - e estamos sempre dependentes de ter alguma sorte - mas há situações em que, ou não me apetece sair de casa para ir ao café, variadas razões, e acabo por recorrer a esse serviço. Não com tanta regularidade, mas acho que é importante porque veio, de facto, dar outras possibilidades para ver esse tipo de eventos desportivos.

Lisandra

Sim, acaba por ser um bocado tudo o que já foi dito. Eu, pessoalmente, também prefiro a televisão e acho que, se uma ou duas vezes recorri ao streaming, foi muito, exatamente também pelo que a Sara colocou: o facto das paragens, a qualidade de imagem. Se puder assistir ao vivo ou ver na televisão é muito melhor.

Gonçalo

Prefiro também ver ao vivo, claro, mas atualmente acho que o serviço de streaming é bastante útil. E desde que descobri um site que praticamente não falha (risos) e que dá os jogos em alta definição, opto muito mais vezes por ver no streaming do que muitas vezes ter de me deslocar para algum café, caso não tenha o canal onde dá o jogo, para o ver. Por isso, sou um bocado a favor do streaming

João Santos

Sim, e houve uma coisa que também me foi útil e eu não disse, foi conseguir acompanhar um jogo, neste caso o Campeonato Nacional de Futsal Masculino mas que envolvia uma equipa do concelho de Belmonte, que é o Cariense, e consegui acompanhar um jogo inteiro fora de casa e para fazer notícia, ou seja, já é um complemento que nos permite até trabalhar.

Ricardo Morais

Considerando aquilo que também disseram, agora gostava que explorassem um pouquinho a ideia, apesar de algumas pessoas já terem ido para aquilo que se pretende, mas o que é que entendem, o que é que, o que é jornalismo desportivo? O que é que vocês consideram que é jornalismo desportivo e informação desportiva?

João Santos

Mais complicado (risos)

Gonçalo

Posso começar esta aqui. Eu acho que é errado esta ideia de fazer diferenciação. Por exemplo (pausa), jornalismo é jornalismo e o facto de haver jornalismo desportivo parece que já estamos a dizer mal do jornalismo desportivo. Ou seja, quando nós vamos fazer uma notícia de uma peça de teatro ou vamos fazer uma notícia de um concerto não é jornalismo artístico nem é jornalismo de arte, é jornalismo. Então por que é que quando eu vou ver um jogo de futebol ou vou fazer uma peça sobre o jogo tem de ser jornalismo desportivo? Acho que esta ideia é um bocadinho errada e talvez um bocado pejorativa para o desporto porque o jornalismo desportivo, como lhe chamam, está associado a tudo atualmente menos ao jogo em si e a tudo o que envolve o jogo. E acho que esta ideia de definir aquilo que é jornalismo desportivo ou aquilo que é jornalismo de outro tipo, é errada. É jornalismo é jornalismo.

João Santos

E seguindo isso há um descrédito completo - e cada vez maior - do desporto em Portugal (...)

Gonçalo

Pois...

João Santos

(...) precisamente por isso. E as pessoas já não veem o desporto da mesma maneira e muito menos o jornalismo desportivo. Acaba por ser quase, sei lá, um reality show e não um jogo de futebol, por exemplo.

Gonçalo

Sim.

João Santos

E o que eu mais procuro no jornalismo desportivo é mesmo a história de um jogo, contar uma história. E nisso o Renato, por acaso, é uma das pessoas que é exímia a fazer esse tipo de coisas e é isso que eu gosto de ler, não é que houve confusão ali

Gonçalo

Sim

João Santos

ou confusão ali, gosto de ler o que se passou no jogo, uma história.

Sara

Sim, mas se nós formos a ver na maior parte dos jornais e isso, há precisamente este problema. Notícias que encontramos acerca do jogo em si são muito poucas, é aquela normal do que fala, pronto, vai relatando o marcador e isto e os lances mais perigosos e assim porque, de resto, é tudo confusão que houve cá fora, bate-boca dos presidentes (pausa), coisas que acabam por prejudicar, lá está, a imagem que existe do jornalismo dito desportivo.

João Santos

E do próprio desporto

Sara

Sim, porque de desporto fala-se muito pouco. Fala-se é das jogadas de bastidores e de tudo o que há à volta disso.

Lisandra

Ah, eu aqui pego nessa questão porque, por exemplo, tendo em conta a definição daquilo que é o jornalismo, na minha opinião é informar, pronto. E agora, acho que o jornalismo desportivo informa, mas procura informar aquilo que acha que os leitores, ou melhor, tenta encontrar só aquele público-alvo por isso é que, por exemplo, pegamos num jornal ou no jornalismo *online* e aquilo que vemos não é a história do jogo em si, como eles pegaram, ou seja, não é conseguirmos, sem estarmos a ver um jogo de futebol, perceber o que é que aconteceu no jogo em si, portanto nos 90 minutos, e é mais o que aconteceu depois como a Sara disse. Por exemplo, no caso agora do jogo em si, o que foi importante no jogo do Real com o Atlético. A questão foi o hat-trick do Cristiano Ronaldo, nada mais. Ou seja, eu, se quiser ir procurar uma notícia para estar a ver todos os lances do jogo, é raro encontrar isso. Sei o que aconteceu no fim, ou seja, como se fosse não balanço total mas um resumo apenas dos pontos fulcrais e acho que isso... peca um bocadinho por isso.

Sara

E há outra coisa. Por exemplo, quando são os jogos ditos grandes, os dérbis e os clássicos, o que se nota no dia a seguir... de que é que se fala? Não se fala no jogo, fala-se... No final do jogo, vemos os jornalistas todos à espera de falar, ou com o presidente, ou com não sei quem

Lisandra

Hum, hum...

Sara

E a tentar arranjar assuntos das semanas anteriores que possam provocar

João Santos

Sim, sim, exatamente

Sara

Ainda mais o ambiente que há.

João Santos

E até os dias antes, até os dias antes.

(Falamos todos ao mesmo tempo)

Gonçalo

É isso, é isso.

Lisandra

É, eu ia dizer isso.

João Santos

A questão é já os confrontos, é os presidentes, os bate-bocas

Sara

E depois no dia seguinte, no dia seguinte e nas versões *online* o que nós vemos não é notícias sobre o jogo. Encontramos aquela normal, não é? Mas depois é tudo: e o presidente isto, disse isto e acusação daquilo e, pronto, perde muito por aí.

Lisandra

E até pegando naquilo que o João disse, os dias antes, se repararmos na televisão, por exemplo, vamos imaginar: um jogo começa às 19h45, a partir das 18h30 já mostra o pessoal a ir para o estádio. Então a televisão divide-se em duas formas, que é: uma que mostra um quadradinho pequenino que mostra o pessoal dentro do campo e o resto tudo são imagens de pessoal já a espancar-se cá fora (risos)

Ou a entrar, ou um adepto que já está a mandar boca a outro. Ou seja, aquilo que acaba por ser mais importante, que é o jogo em si, está no quadradinho pequenino da televisão. O resto toda a imagem é coberta pelo que se vai passar a ir para o estádio

João Santos

E não só. E pobres coitados dos jornalistas que têm de ir para a porta do estádio

Lisandra

Para a porta, exatamente.

(ao mesmo tempo)

Sara

Sim, sim, sim.

Gonçalo

São assaltados

João Santos

E fazer as mesmas perguntas tipo uma hora a encher chouriços, que aquilo é terrível, deprimente

(todos ao mesmo tempo)

João Correia

E as próprias perguntas que são feitas são de modo a criar também

(todos ao mesmo tempo novamente)

Lisandra

Sim

Sara

Mais crispação.

João Correia

As próprias perguntas são feitas de modo a criar polémica

Sara

Pois...  
João Correia  
Não são a querer perguntar para ter informação sobre o jogo, é sobre polémica que o jogo vai ter  
Sara  
Exatamente  
João Correia  
Tanto antes como depois  
Gonçalo  
E eu acho que muito da culpa, o grande culpado disso é principalmente, acho que são os debates televisivos porque  
Sara  
É nisso que eu também falava  
Gonçalo  
Porque, por exemplo, pôr três ou quatro pessoas a falar de futebol que pouco percebem de futebol acho que é um erro enorme. É querer falar de tudo, menos de futebol.  
Gabriel  
E o que...  
Sara  
E eu não sei se estou errada ou não, mas acho que as pessoas acabam por ter a ideia de que esses debates  
Gonçalo  
São jornalismo  
Sara  
É jornalismo, e não é. E acho que isso também faz com que as pessoas  
Gonçalo  
Exatamente  
João Santos  
E o descrédito vai por aí  
Gonçalo  
Pois...  
Sara  
Percam  
Ricardo Morais  
Vamos ouvir o Gabriel também...  
Gabriel  
Eu creio que aqui o jornalismo desportivo peca por pegar um bocadinho da mediatização de que o jornalismo em si traz. Eu creio que aqui a categorização de jornalismo com jornalismo desportivo não é má, é uma separação, mas, devido à cultura do povo português e ao tipo de notícias que realmente o povo quer, o jornalismo português pega pela mediatização dos problemas. No fundo, são um reflexo do que as pessoas passam cá fora e realmente é o que leva as pessoas à televisão e não é propriamente o jogo em si. Desse ponto de vista, creio que a distinção de desporto, ah... jornalismo desportivo é mais benéfica porque, mesmo assim, separa as águas entre o jornalismo mediático - da política, dos escândalos e assim - do jornalismo desportivo.  
Gonçalo  
Mas essa distinção é completamente anulada, por exemplo, quando abrem jornais de notícias, abrem logo com futebol. Normalmente, ah, por exemplo, se nós formos para os jornais nórdicos, o jornal tem para aí meia hora. Em Portugal, o jornal tem para aí uma hora e meia. Muitas vezes abre logo. Por exemplo, dérbi Benfica X Sporting, fala-se de tudo e agora, atualmente, em vez de passarem os golos, muitas vezes logo no início, primeiro passam as declarações e depois, só para aí na última peça é que vão aos golos. E só depois é que se fala de coisas, acho, realmente importantes como o estado do país (risos), a política  
João Santos  
E às vezes nem precisa de ser um dérbi  
Gonçalo  
Sim, às vezes basta um jogo normal. Por exemplo, às vezes joga o Benfica das 18h às 20h, e o jornal começa às 20h, a primeira notícia é logo: Benfica ganhou ou perdeu, mas ganhou como é normal (risos)  
Gabriel  
Isso reflete-se também dos chefes de edição e dos editores  
Gonçalo  
Sim, sim  
Gabriel  
Em (pausa) agradecer ao público que está a ver porque, se por um lado, tu podes esquecer as crises do país e ter uma coisa como o futebol que é, que desde há muitos anos é um dos 3 F's: fado, Fátima e futebol.  
João Santos  
Sim, concordo contigo. Aqui a culpa tem de ser repartida. O público também, quer dizer, os debates televisivos também só acontecem porque o público vê.  
Ricardo Morais  
Considerando o que disseram agora, há uma coisa evidente: falámos em jogo, em comentadores televisivos, em debates televisivos, em 90 minutos. E eu agora pedia-vos que, começava além pelo João (Nave) que não interveio nesta ronda, me dissessem o que é que consideram por jornalismo desportivo extra-futebol  
João Nave  
Sou um bocado da ideia do Gonçalo, acho que o jornalismo é tudo o que tem a ver com o jornalismo, não deve haver parte desportiva, como também não há artística, acho que é uma distinção que não gosto muito. Agora, de facto, hoje em dia acho que, a nível da parte do desporto, temos mais extra-futebol do que futebol porque tenho ideia que, a nível televisivo e jornais que acompanho bastante, está tudo formatado apenas para dar aquilo que eles têm a certeza que vende e que dá audiências. E acaba por ser polémicas, Bruno de Carvalho disse isto, Bruno de Carvalho fez isto. Eles acabam por ser um bocado responsáveis também por este clima muito negativo que hoje temos no nosso futebol. Eu não censuro isso porque, hoje em dia, todos os órgãos de comunicação querem é vender e os jornalistas são apenas um instrumento que eles usam para fazer isso, mas o jornalista, se recusa essa linha editorial,

vai para o desemprego. E eu, muito honestamente, acho que prefiro ganhar e participar nisso do que não ter dinheiro e...

Ricardo Morais

Se calhar a pergunta não foi clara ou o tópico não foi claro, mas, para além disto tudo que vocês já disseram, há algo que queremos explorar. Como eu disse, falámos em 90 minutos e eu agora, por exemplo, pergunto à Lisandra: quanto tempo é que tem um jogo de voleibol?

Lisandra

Depende dos sets.

Sara

Pois

Lisandra

Por exemplo, é muito relativo porque tendo em conta que são jogos até aos 25 pontos, não é?

Ricardo Morais

Só para percebermos que é uma coisa completamente diferente.

Lisandra

Sim

Ricardo Morais

Se formos ao hóquei é outra, se formos ao basquetebol. E, de uma forma genérica, vocês entraram onde aquele que é um pouco o comum, que toda a gente vai, jornalismo desportivo não é só futebol. Portanto, queria que se manifestassem precisamente tendo em conta isso, vocês próprios percebem isso, e falaram, falaram nos comentadores, não há um antes de um jogo de voleibol ou um antes de um jogo de hóquei em patins e um depois de um jogo de hóquei em patins. Há o jogo e acabou ali.

João Santos

Às vezes nem o jogo

Ricardo Morais

Às vezes nem o jogo. Portanto, no fundo qual é que é a vossa opinião sobre esta ideia pré-concebida e esta forma que acaba por depois ser adotada por todos os meios de comunicação de que jornalismo desportivo é, essencialmente, futebol?

Lisandra

É assim, a minha opinião em relação a isso é porque o futebol acaba por ser a modalidade, não é que mais envolve dinheiro, mas também que o transporta. Porque se nós pensarmos assim, as audiências comparando modalidades: o futebol é, sobretudo, a modalidade que transporta mais pessoas. É, pronto. E o jornalismo também tem que ver isso. O problema é que, por exemplo, modalidades de voleibol, mas é assim, eu penso que a culpa não cabe só ao jornalismo mas a nós também. Porque nós também, por exemplo, eu posso gostar de voleibol e futebol mas, muito provavelmente, eu irei mais facilmente ver um jogo de futebol ao vivo do que um de voleibol, por preferência. Ou seja, o que acontece aqui também acaba por ser um pouco o jornalismo procura encontrar as pessoas, embora o fator económico seja o mais importante, e acho que isso é errado. Ah... é quando por exemplo nós também comentamos no Facebook. Acho que é muito raro nós vemos um *post* de Facebook a dizer que, por exemplo a equipa, pronto, não é o caso, porque o Sporting ainda não tem voleibol - vai passar a ter agora - mas um *post* sobre Sporting perdeu ou ganhou contra o Benfica no voleibol, não se vê, seja voleibol ou seja no que for. O futsal mais, mas, tendo em conta o público, o jornalismo segue um bocado, é como se se deixasse ir um pouco nisso. Acho que é um bocado manipulado, nesse sentido.

Gonçalo

Acho que ainda se nota mais, por exemplo, quando são equipas mais pequenas.

Lisandra

Hum, hum.

Gonçalo

Por exemplo, no basquetebol eu lembro-me quando o Sampaense andava na primeira, não há muitos anos, eu não conseguia ver o jogo. Ia tentar informar-me acerca do resultado do jogo no *Record* ou n'*A Bola* ou mesmo n'*O Jogo* e não conseguia encontrar nada. Mas, por exemplo, se eu quisesse saber um jogo de futebol do Campeonato Nacional de Seniores bastava-me ir ao *Record* ou qualquer outro jornal e conseguia saber automaticamente o resultado e o que é que se tinha passado assim no jogo. E o basquete, o Sampaense, pronto está bem que é numa aldeia pequenita (risos), mas, andando na primeira, acho que tem tanto mérito e merece tanto ter tanto uma notícia como merece, por exemplo, o Rio Ave ou qualquer outro.

João Santos

Isso vai ser bom para o jornalismo mais local e mais regional porque, lá está, essas aldeias como, no caso do Sampaense, como o caso das equipas daqui que estão mais acima, lá está, vai ser mais fácil. Mas eu acho que aí também o que vai valendo é mesmo os resultados que vamos obtendo, por exemplo, no futebol de praia, no futsal. E os próprios resultados individuais vão fazendo com que as modalidades vão aparecendo, mas ainda é muito pouco em relação ao futebol

Gabriel

Eu creio que, ao longo do tempo, o que tem havido é uma polarização do desporto face ao futebol e uma massificação de tudo o que futebol transporta. Ou seja, patrocínios, jogadores, transferências, formação. Porque realmente futebol é aquela modalidade que está sempre na abertura de jornais, na televisão, rádio. Não se houve falar de outras modalidades tanto. Mesmos aquelas modalidades que têm aquele tempo cronometrado e a pessoa sabe que, daquela hora àquela hora, está a dar aquela modalidade, futebol é aquela modalidade de 90 minutos mas que se estende muito para além do tempo regulamentar. Por alguma razão, eu creio que deve ser por mais apelar ao público que vê futebol, já não se vê a fórmula 1 na RTP1 antes da hora de almoço...

Gonçalo

Mas eu acho que isso tem muito a ver com... eu acho que as pessoas mudaram a nível do tempo que têm para ver coisas. Por exemplo, um jogo de futebol tem 90 minutos, pronto, um jogo de futebol de praia tem aquele tempo, o de futsal tem aquele tempo. Agora, por exemplo, se a TVI passar um jogo de ténis assim às três da tarde e o jogo durar para aí 10 horas, eu duvido um bocadito que haja alguém que esteja ali aquele tempo todo a ver aquele jogo de ténis, a não ser que seja um apaixonado. E eu acho que o nicho de pessoas que gostam de ténis é muito mais reduzido que aquele que gosta de futebol. Eu acho que tem muito a ver com o tempo...

Gabriel  
Sim, mas já não era a primeira vez nem a última que a RTP1 já, mesmo o Grande Prémio de um país qualquer ainda não tinha terminado, eles já estavam a mudar para o telejornal

Gonçalo  
Pois...

Gabriel  
Mas acompanhavam a corrida.

Gonçalo  
Sim, eu lembro-me disso

João Nave  
Isso também tem um bocado a ver com a cultura do nosso país.

Gabriel  
Exato.

João Nave  
Porque as crianças de hoje em dia nascem, e eu falo por experiência própria, e as primeiras coisas que o meu pai me ensinava a nível desportivo era futebol. E acho que isso verifica-se um pouco por todo o país e o futebol é o desporto rei e as empresas querem é ter audiências e acabam por dar aquilo que lhes garante audiências e que vende. As outras modalidades, por muito interessantes que também sejam, que não estou a dizer que não sejam, não têm um público tão forte e acabam por passar um bocado ao lado. Eu acho que é um bocado por aí. Noutros países nórdicos, por exemplo, basquetebol, andebol comparativamente ao futebol têm primazia porque têm outra cultura desportiva que nós não temos.

Gabriel  
E a educação dada em casa vai mesmo no sentido daquela figura paternal ligada ao futebol

João Nave  
Certo

Gonçalo  
Ya

Gabriel  
Mesmo os ateliers depois das aulas, o que é que é? Formação desportiva. E a maior parte da oferta é futebol.

Lisandra (ao mesmo tempo)  
É futebol

Gabriel  
E, portanto, segue aquela educação que depois é transportada...

João Santos  
E as outras modalidades são mais ligadas a algumas partes do país, é muito mais restrito. É aquela, a tradição, lá está, de cada zona

Gabriel  
Sim

João Santos  
Pode haver, por exemplo, na aldeia do Sampaense o basquete, mas lá está, é uma coisa muito restrita.

Gonçalo  
Sim, ninguém quer saber muito.

Gabriel  
Porque é daquelas coisas que até numa aldeia, terra batida, uma retro faz-se um campo de futebol

João Santos  
Precisamente. Enquanto que um pavilhão nem todas as aldeias têm. E outro tipo de condições.

Gonçalo  
Pois

João Correia  
Pegando aqui um pouco no que falam da educação, acho que o João Santos pode relacionar. Nós temos miúdos nas nossas equipas de traquinas que nem gostam de futebol.

João Santos  
Muitos. E nós temos de os treinar

João Correia  
Os pais quiseram que eles jogassem à bola

João Santos  
É terrível

João Correia  
E eles vão para lá, nota-se que eles não gostam daquilo.

João Santos  
E é complicado cativá-los

João Correia  
Por aquilo que os pais querem que eles sejam, seguem aquilo que os pais querem e acabam por ficar ali

João Santos  
E provavelmente também porque não há mais opções.

Gonçalo e João Correia (ao mesmo tempo)  
Pois. Sim.

João Santos  
Em Belmonte, o garoto ou vai para a música ou vai para o futebol. E pouco mais

João Correia  
Aqui também não há muito para fazer

Sara  
Eu acho que em Portugal é assim um pouco por toda a parte. Eu sou a filha mais velha dos meus pais, eu tinha 5 anos e o meu pai levava-me ao estádio e levava-me a ver jogos. Aos 6 anos, era sócia do clube da minha terra, do Paços, e sou até agora. E, lá está, no meu caso foi o meu pai que, desde pequenina, me pôs aquele bichinho e acho que é o

que acaba por acontecer a nível nacional. E, no caso dos jornais desportivos, por exemplo, vê-se perfeitamente que o jornal é quase todo composto com notícias relacionadas com o futebol e pouco com as outras modalidades. Eu sei que às vezes, eu sei que isso chateia, principalmente aquelas pessoas que não gostam tanto de futebol e vêm com aquela conversa: ‘ah, porque é que não há mais disto, não há mais daquilo’. Eu não censuro os jornais porque, lá está, é o que vende. E eles também têm que pensar nas vendas, eles têm que ganhar dinheiro de alguma forma. E, lá está, não censuro exatamente por causa disso e, por exemplo, as pessoas também falam, algumas, acho que também falam muito mas é mais numa questão de parecer bonito.

Gonçalo

Pois

Sara

Por exemplo, quando são os Jogos Olímpicos ou quando há um campeonato europeu ou assim e um atleta português de outra modalidade qualquer ganha uma medalha ou qualquer coisa assim, as pessoas dizem ‘ah, quero ver se amanhã nas capas vai aparecer’. Até pode aparecer, e até podem aparecer notícias sobre isso, agora será que a pessoa vai comprar o jornal porque na capa vinha não sei quem? Eu duvido muito.

Gonçalo

Isso acontece muito...

Sara

Será que pesquisa a fundo essa vitória, essa conquista e a modalidade em questão? Eu duvido muito, acho que se fica por ali. Faz um *post* no Facebook ‘ah, Portugal foi campeão não sei de quê’, fixe, e pronto, acabou. Acho que é um pouco por aí.

Gabriel

É aquele sensacionalismo sazonal. Quando é Jogos Olímpicos toda a gente

Sara

Exato, exato, exato.

Gabriel

De repente tem um mestrado em Jogos Olímpicos

Lisandra

Sim

(risos)

Gabriel

E debita umas postas cá para fora, mas fora isso é futebol

Lisandra

Mas até pegando na questão da Sara, há uma coisa que, não é a questão de eu censurar os jornais, não é isso, percebo perfeitamente que os jornais têm de procurar vender porque, senão, deixariam de existir, mas acho que o jornalismo peca num sentido, que não está a saber distinguir aquilo que é informação importante daquilo que deve ser mesmo, daquilo que deve mesmo informar. Porque é assim, pego num caso recente, não um dos mais polémicos, mas assim recentemente é o que eu me lembro mais, quando foi o Moreirense a ganhar a Taça. Nós vimos e acho que isso é ridículo, quando um jornal *A Bola*, nem sei se foi *A Bola* ou o *Record* - corrijam-se se eu estiver errada - mas teve duas edições no mesmo país, que foi no Norte ‘foi o Moreirense que ganhou a Taça’, no Sul ‘foi o Benfica que perdeu a Taça’. Ou seja, logo por aí o jornalismo já está a pecar. Porquê? Porque, sendo um jogo importante, que não é normal, pronto, não é normal e não estou aqui a criticar nem nada ser o Moreirense a ganhar, uma equipa mais pequena, acho que merecia todo o crédito pelo feito que fez. Até ainda mais, o jornalismo devia pegar por aí. Agora, obrigatoriamente, obrigatoriamente não, o jornal podia fazer isso, mas certamente, cá em baixo, ao pôr ‘Benfica perdeu a Taça’ houve muito mais interesse porque sabia que era uma capa que iria vender mais. Mas agora penso assim: se todas as profissões tiverem que pôr em primeiro nível o fator económico, eu não sei até que ponto nós vamos ter notícias que realmente importam ou apenas notícias que estão ali só para vender.

Gonçalo

Sim, mas isso...

João Santos

Vai de encontro ao que o João (Nave) disse. É uma linha editorial, quer dizer.

Gonçalo

Sim.

Lisandra

Sim

João Santos

O jornalista ou segue aquela linha ou vai para a rua.

Sara

E é *O Jogo*...

Lisandra

Ou nem sequer é editado. Quer dizer, muitas coisas nem sequer...

Sara

É *O Jogo*, não sei, que acho que diariamente tem sempre duas capas. Tem sempre a edição...

João Santos

Não, é o *Record*. De Porto e de Lisboa

João Nave

Não. *O Jogo* tem uma versão Norte e uma Sul

João Santos

E o *Record* também tem

João Nave

O Norte é sempre o FC Porto.

Gonçalo

O Sul também é sempre o FC Porto.

João Nave

Mas é um Porto mais disfarçado

(risos)

João Santos

O *Record* também tem, a diferença é um quarto de página lá ao cantinho que muda.

João Nave

Pois.

Sara

É, mas *O Jogo* faz assim duas capas diariamente.

Ricardo Morais

Considerando aquilo que foram dizendo, agora propunha-vos o seguinte exercício a cada um de vocês e depois podem também estabelecer comparações entre vocês, que é: numa semana normal, numa semana modelo, de segunda a domingo, como é que vocês fazem, como é que vocês consomem informação desportiva? Tentem estabelecer aqui a rotina, perceber dias, horas, se há jogo se não há, há essas diferenças necessariamente, mas uma semana dita normal em que há jogos de Champions à terça, à quarta

(risos)

E há Europa à quinta - já estamos aqui a pôr o futebol num grande domínio, mas uma semana normal em que existem esses eventos desportivos, como é que vocês consomem informação desportiva, para além dos próprios eventos necessariamente, se assim for o caso, e, quando eu digo 'como?', ou seja, a questão dos horários, a questão de, ou seja, antes ou depois do jogo, a questão dos meios (só televisão, vão à Internet, enfim), tentarem estabelecer aqui um pouquinho um... tentar fazer este exercício de, vocês, simularem a vossa semana

Lisandra

Eu posso já começar, que despacho já.

(risos)

Ah, a nível dos fins-de-semana eu vou muitas vezes a casa e, por isso, procuro ir ver sempre ao vivo o Sporting Clube de Lamego. Aos fins-de-semana permite-me que o faça, porque é aos sábados ou normalmente aos domingos, mas o horário permite, é durante a tarde. Depois, durante a semana, procuro sempre acompanhar os eventos de voleibol, infelizmente na televisão não o posso fazer porque é raro, não é? Mas na Internet procuro sempre as páginas dos campeonatos e nos jornais. Compro muitas vezes o *Record* porque, para mim, é o meu jornal de preferência a nível desportivo. Ah, e a televisão também, claro que a televisão sempre que dá jogos, principalmente do clube que eu gosto, procuro sempre ver.

João Santos

Eu, no meu caso, quer dizer, ao fim-de-semana tenho sempre o sábado encarregue de manhã com os garotos, seja treinar, seja algum encontro. Ah, e da parte da tarde tenho sempre algum jogo de futsal para acompanhar, mas a nível de trabalho, sendo que, por norma, mesmo quando não trabalhava, gostava de ver futsal porque é uma modalidade que gosto bastante. Ao domingo tenho sempre jogo, ou seja, ocupa-me praticamente o dia todo e por vezes até todo, quando o jogo é um pouco mais longe. E depois, quando começa a semana, gosto muito de fazer uma coisa, que é ir ao Facebook ver os jogos, ou o resumo dos jogos de futsal, do campeonato da primeira divisão e mesmo do campeonato nacional porque eles fazem um resumo com compacto que eu acho que é o 'Futebol 365', acho que é assim, acho que é isso, eles fazem um compacto com os golos e eu gosto sempre de ver pelo menos os golos ou pelo menos os resultados para ter noção de como é que está e nisto mais no futsal porque é uma modalidade que eu gosto bastante, que é diferente do futebol. Ah, ok, é com uma bola, é redondo, mas não é a mesma coisa. Tem outras especificidades que eu gosto bastante e acompanho sempre isso. A nível da Champions eu acabo por não conseguir ver quase jogo nenhum, agora já porque já acabaram os meus treinos mas, quando treinava, quer dizer apanhava sempre a terça e a quarta e eu nunca via jogo nenhum. Ou seja, era obrigado a ir ver o compacto da RTP ou então na Internet para perceber quem é que ganhou, como é que foram os golos, mas só aquele pequeno compacto, nada mais do que isso. Ah, e depois acabo a semana por vezes a ir ao zerozero, isto não é uma rotina mas eu gosto muito de ver as críticas do zerozero. Porque, lá está, difere do que os outros fazem. Fazem uma estatística de coisas fora do normal e gosto de ver esse tipo de estatística antes dos jogos, mas, de resto, não tenho assim mais nenhuma rotina que faça com muita frequência.

Gonçalo

Por acaso, eu vou ser sincero, eu já deixei de consumir notícias desportivas escritas de jornais desportivos há um tempo. Raramente, já nem me lembro da última vez em que fui ao site do *Record* ou d' *A Bola*, por exemplo.

João Santos

Sim, sim.

Gonçalo

Eu, por exemplo, quando estou interessado nalguma coisa vejo o jogo. Se quero ver, vejo o jogo. Se não consigo ver o jogo, vou sempre a um jornal dito generalista ler as crónicas porque, para além de serem muito mais criativas, espelham aquilo que foi o jogo e não são... Por exemplo, se nós formos ver ao *Record* uma notícia de um jogo de futebol, se for preciso em dois parágrafos está feita. E se nós formos, por exemplo, ao Observador ou mesmo agora ao Expresso - que tem aquele suplemento da parte desportiva - acho que é muito mais completo e muito mais criativo. Por exemplo, eu agora não me estou a lembrar, mas havia um jornalista que eu gostava muito no Observador, que ele, a descrever um jogo, contava muito uma história e fazia sempre várias metáforas dentro da crónica dele. Agora eu acho que ele se mudou para o Expresso, mas agora o Observador tem mais um ou dois que são do mesmo estilo. Por isso, acho que é aquilo que eu faço mais.

João Santos

É um estilo diferente

Gonçalo

Pois. Já desisti mesmo de ler jornais, a *A Bola*, o *Record* ou *O Jogo*. Já desisti.

João Correia e Gabriel (ao mesmo tempo)

Ah... eu

João Correia

Obrigado. Durante a semana tenho a rotina de manhã sempre das primeiras coisas que faço é ver as capas dos três jornais principais. Depois, basicamente ao fim-de-semana, o sábado normalmente é ligado ao Benfica, se jogar ao sábado. Porque normalmente o domingo à tarde é religioso quase para os distritais, tanto aqui no distrital como no de lá de baixo. Se eu não puder ir ver o Montijo em casa procuro acompanhar o relato ou, pelo menos, algo parecido e tentar saber os resultados. Depois, Liga dos Campeões, como na questão do João Santos, também não tenho muito tempo para ver por causa dos treinos - tanto com os miúdos como com os seniores - é complicado de acompanhar,

mas no dia a seguir procuro ver um resumo, pelo menos acompanhar os golos, ver se houve alguma coisa assim mais extraordinária do que é normal, estar mais ou menos a par das coisas que se passam no desporto.

Gonçalo

Sim, e agora pelo Facebook também conseguimos acompanhar. Por exemplo, a nível distrital... Por exemplo, o Oliveira do Hospital quase nunca, nem sempre consigo ver os jogos ou estar a par e também não é num jornal que vou saber o resultado, por isso vou sempre ao Facebook deles, que tem lá toda a informação: quanto é que ficou o jogo. No jogo anterior ganhámos 10-0, não sei se já disse.

(risos)

João Santos

E isso é bom, e as equipas estão a começar a trabalhar bem a nível de comunicação nesse mesmo sentido, de, quase em tempo real, pôr informações ou mesmo vídeos para nós termos noção do que se vai passado porque, lá está, não há um acompanhamento dos jornais que seja bom para que uma pessoa esteja informada.

Gonçalo

Sim, os próprios clubes muitas vezes já optam...

João Santos

Já, já, têm boas equipas de comunicação

Gonçalo

Retomando agora aquela primeira questão do streaming, muitos clubes já

João Nave

Fazem diretos

Gonçalo

Fazem diretos dos jogos. Por exemplo, no outro dia estava a ver o Lusitano do CNS contra outra equipa

João Santos

Precisamente

João Nave

Isso acontece a nível de CNS, eu também tenho visto a acontecer bastante.

Gonçalo

Sim

João Nave

Até o Gafetense, que é uma equipa ali do distrito de Portalegre, que vai descer

(risos)

João Santos

Mas isso tem a ver com as equipas de comunicação dentro das equipas

João Correia

O Amora do distrital de Setúbal conseguiu criar um canal na distrital de Setúbal.

João Nave

Isso, hoje em dia, é fácil de se fazer. Ter um canal, um stream

João Correia

Sim

Ricardo Morais

Vamos retomar o exercício, ouvir o Gabriel quanto às rotinas

Gabriel

Nunca fui ávido consumidor de notícias desportivas, quer pela boa educação que eu tive a nível de desporto, mas como a minha realidade mudou nos últimos meses devido ao estágio. Ah... agora acompanho, sempre que posso, a F1 e o rally, geralmente, sempre que posso, vejo em direto por streaming porque é daquelas coisas que não passa na televisão, infelizmente. Em Espanha passava, e tinha um espaço dedicado mesmo a esse tipo de eventos. Ultimamente, a única coisa que há disponível em Portugal é na RTP2, de vez em quando, há um resumo das etapas de rally e de WTCC. Mas, sempre que posso, vejo os highlights do canal rally e tento acompanhar sempre que possível em direto. Fora isso, acompanho sempre os highlights, e é conforme eles aparecem ao longo da semana: prognósticos das etapas, localizações, favoritos.

Sara

Durante a semana, no que diz respeito a notícias desportivas, por assim dizer, já procurei mais. Ah, atualmente, lá está, os facebook dos próprios, ah, as páginas dos próprios clubes acabo por preferi-las do que às próprias notícias dos jornais, a não ser que, lá está, esteja nalguma rede social e apareça alguma que até me desperte atenção e eu vou vendo. Mas não procuro tanto como antes. Ah, durante a semana, se houver Liga dos Campeões ou Liga Europa, jogos que eu... de equipas que eu gosto, vejo. Ao fim-de-semana todos são dedicados ao Paços e ao Benfica (risos). Paços ao vivo, Benfica na televisão. E, pronto, mas não... evito, depois no final dos jogos, de ver, lá está, aqueles programas a debater isto e aquilo e a jornada e não sei quê. Mas não procuro tanta informação, vejo os jogos e, pronto, não...

João Nave

Eu acabo por consumir informação diariamente. Acedo todos os dias ao zerozero e ao *Record* para dar uma olhadela.

Também uma aplicação que abro todos os dias é o “meusresultados”

Sara

Sim

João Nave

Que tem lá os jogos todos e então dou sempre uma olhada

João Santos

Isso é só para o placard

(risos)

João Nave

Para ver o que é que... às vezes para o placard, outras para ver que jogo pode-me interessar e para ver se tenho disponibilidade para ver. E então acaba por ser um bocado nessa ótica. Ao fim-de-semana, gasto sempre também um bocado das minhas tardes a ver ou a ouvir o relato, até às vezes do Covilhã também. Ah, também vejo sempre o Benfica, às vezes também, quando o Porto e o Sporting sinto que podem perder pontos

(risos)

Também gosto de dar uma olhada. A nível internacional também, quando há um bom jogo, também, se tiver disponibilidade, gosto de ver. E terças, quartas e quintas é uma boa hora, hora do jantar, cai sempre bem. E então, se não houver saída à noite, então, dá para ver tranquilamente.

Sara

Ah, outra coisa que eu me esqueci de dizer foi: provavelmente deixei de procurar tanta informação ultimamente porque, a partir desta época, os jogos começaram, os jogos da primeira liga, neste caso, começaram

João Nave

Pois, eles agora começaram

Sara

A ter todos transmissão televisiva. Ou seja, se antes procurava mais porque não tinha visto algum jogo ou assim, agora não há essa necessidade porque, por norma, consigo ver o jogo na televisão. Portanto, depois, no final não tenho que ir ver 'ah, deixa ver o que é que aconteceu' ou lances mais 'isto e aquilo'

João Santos

Eu, por acaso, deixei de procurar mais as notícias escritas porque caem um pouco no problema de ser sempre o mesmo.

Gonçalo

Mesmo

João Santos

Não há nada de novo e, como o Gonçalo disse, procuro algo diferente, como é o zerozero, vão fazendo coisas diferentes, e há outras plataformas, agora lembro-me do zerozero, e é isso que eu procuro porque, de resto, escrever sobre desporto sempre o mesmo, não é atrativo

João Nave

Pois, eu também, eu também...

Gabriel

Porque não podes fazer só uma descrição do jogo, passou para ali

João Santos

Precisamente

Gabriel

Passou para além.

João Santos

Não pode ser. Tens de contar uma história

Gabriel

Como ele (Gonçalo) estava a dizer, tens de contar uma história.

Ricardo Morais

Considerando aquilo que acabaram de dizer e só para sistematizarmos, para ficarmos aqui claros então, de todos quem é que compra diariamente, ou seja, há três jornais desportivos em Portugal, quem é que compra diariamente um jornal desportivo? Alguém?

Gonçalo

Quanto muito, na praia. Nas férias.

Sara

(risos) Sim.

João Santos

Eu antigamente lia, porque o meu pai tinha essa rotina, mas agora também deixou de a ter, portanto...

Ricardo Morais

Nenhum de vocês compra... ah, acederem diariamente, pelo menos uma vez por dia, a um jornal dos três desportivos...

Lisandra

Eu faço

João Nave

Eu sim

Sara

Sim

João Correia

Sim

Ricardo Morais

Portanto, o João, o João e a Lisandra. Ah... aceder a uma plataforma desportiva, se lhe quisermos chamar assim, mas que não seja um dos três principais jornais?

João Santos

Sim, posso dizer que sim

João Nave

Também acedo.

Ricardo Morais

Estamos a falar, já foram aqui referidos o zerozero, o Mais Futebol, desse género. Acedem, pelo menos, de uma forma diária. A minha questão era precisamente isso, o que é que, tendo em conta, para terminar, quem é que diariamente, nem que seja apenas um conteúdo, tem pelo menos contacto com um conteúdo desportivo através do Facebook?

(risos)

João Santos

Sim

Gabriel

Sim

João Correia

Mesmo que seja quase sem querer, acho que aparece lá no feed

(burburinho, sim da parte de todos)

Gabriel

Sim, aparece lá no feed  
Ricardo Morais  
E isso leva-me à questão seguinte: olhando para o vosso feed, que não é controlado por vocês, é certo,  
(risos)  
Mas, qual é que a dimensão que vocês acham e a importância que têm os conteúdos desportivos? E, se quiserem fazer já a divisão, o futebol... Portanto, fazendo uma análise: em 100% do vosso feed, quanto é que vocês têm a noção que é desporto e quanto é que vocês têm noção que, dessa parte, é futebol?  
Lisandra  
99.  
(risos)  
Gabriel  
É complicado, porque mesmo quando nós  
Lisandra  
É mesmo muito difícil. Se não é notícias, é comentários...  
Gabriel  
Exato  
Lisandra  
É posts, é vídeos  
Sara  
Exato  
Gabriel  
É alguém que tenta incitar à discussão e ao comentário  
Lisandra  
Sim, sim  
Gabriel  
Da situação  
João Santos  
O meu acaba por não ser assim tanto  
Gonçalo  
Pois  
João Santos  
Porque eu sigo algumas páginas que não são necessariamente de futebol  
Gabriel  
Sim  
João Santos  
São de outras modalidades, por isso acaba por ser para aí uns 70%-30.  
(risos)  
Gabriel  
Porque é tudo, é sempre dos amigos, que partilham aquela notícia  
Lisandra  
Sim  
João Santos  
Sim e algumas páginas que seguimos também tem a ver. Portanto, eu digo 70-30  
Gabriel  
Por muito que nos filtremos aquilo que nós seguimos, os gostos  
João Santos  
Sim, sim, sim  
Gabriel  
Há sempre aquele amigo que puxa  
Gonçalo  
Pois, mas por exemplo, aquilo que me irrita, o que me irrita muito  
(risos)  
Nas redes sociais em geral, são pessoas que discutem futebol e parece que são todos os Mourinhos desta vida. Estão ali atrás do ecrã e dão  
(risos)  
Gabriel  
Treinadores de bancada  
Gonçalo  
A tática ideal para se ganhar o jogo. Então, há uma coisa muito simples, que é ir lá ao perfil de uma pessoa  
(risos)  
João Santos  
Deixar de seguir  
Gonçalo  
Deixar de seguir. Tem sido muito recorrente nos últimos tempos (risos). Eu não vou desamigar a pessoa porque, pronto, não quero problemas com ninguém  
João Santos  
Parece mal  
Gonçalo  
Mas chego lá e deixo de seguir a pessoa. Com isso, acho que já reduzi para aí de 80% para aí para uns 40% à vontade, daquilo que é desporto e do que é o resto.  
Gabriel  
Porque muitas pessoas tendem a polarizar a discussão para além do...  
Gonçalo  
Pois  
Gabriel

Da prática do jogo.

Ricardo Morais

Portanto, acabaram por referir que acabam por... o que aparece no feed acaba por ser um pouco o seguimento dos vossos amigos que acompanham. Portanto, fazendo essa análise também, vocês diriam que, enfim, ponto assente é que a maior parte é futebol, não é? Estamos aqui quase sempre a falar de futebol quando estamos a falar de informação desportiva ou de jornalismo desportivo acabamos quase sempre por bater ao futebol, não é propriamente uma novidade. A minha questão é: se vocês percebem, tendo em conta os vossos amigos, e tendo em conta aquilo que sendo vossos amigos vocês conhecem, se são pessoas ligadas a que áreas. Como é que vocês acham que é em termos de distribuição, quem é que são as pessoas que mais se interessam por desporto e jornalismo desportivo, informação desportiva, considerado de uma forma geral. Se são pessoas que efetivamente têm algum tipo de ligação à área, se são pessoas que não têm qualquer tipo de ligação. Por outra parte, ligação à área pode significar ser jornalistas, estudar comunicação, qual é que é a análise que vocês fazem? Quem é que são as pessoas que mais aparecem nessas vossas, nesses vossos feeds e que mais se interessam? Vocês têm uma noção de qual é que é o perfil dessas pessoas?

Gonçalo

Eu acho que na, no meu caso no feed procuro, por exemplo, seguir vários treinadores de futebol e quando eu digo treinadores de futebol nem é tanto treinadores de primeira ou treinadores da Europa. Procuro muito seguir, por exemplo, treinadores do distrital ou da II Liga porque, normalmente, são pessoas que percebem mais de futebol do que qualquer um de nós, acho eu. Ah, por isso, eu tento sempre seguir e muito do meu feed é feito através de, a parte desportiva, através de treinadores ou mesmo treinadores que às vezes não estão a exercer. Mas, por exemplo, há um treinador que se chama Pedro Bouças, que ele escreve para um blog que se chama Lateral Esquerdo e de vez em quando faz algumas publicações no *Record*, mas sobre futebol, sobre a maneira como se dispõem as equipas, coisas que realmente interessam, pronto

João Santos

Exato

Gonçalo

E acho que é um bocadinho por aí. E depois temos, claro, as outras para além dos treinadores de futebol, que é outra grande fatia. Mas eu acho que não há muitas pessoas que falam de futebol e que eu vejo ali que se passa, que realmente sabem alguma coisa. São sempre pessoas que, ou estiveram ligadas ao futebol ou que escrevem diariamente sobre futebol.

João Santos

Sim, é um bocado nesse seguimento. E não só treinadores como também atletas

Gonçalo

Sim

João Santos

Tentar seguir pessoas que estão dentro do futebol mesmo, sim será essa a grande fatia

Gabriel

Seguindo a linha deles, a maior parte do meu feed é composto por pessoas ou que pertenceram à área do desporto, seja educação, seja formação, seja mesmo na prática desportiva. Ah, pessoas relacionadas com o jornalismo, mais para a vertente desportiva, mas, fora isso, só sigo, tento seguir páginas mais relacionadas com o desporto automóvel do que propriamente com o futebol.

Sara

No meu caso, a maior parte das publicações sobre futebol são mesmo de amigos

(risos)

Principalmente após jogos ou coisas assim, ah, mas (pausa) não costumo, não sou muito naquela de incitar e criar polémicas e mandar bocas. Não, é mais do género: acabou um jogo, vou dar a minha opinião sobre isto, aquilo, o que é que esteve bem, o que é que esteve mal e é mais por aí

João Correia

Numa questão estatística, entre 60 a 75% dos amigos que fiz nesta vida foram com base nos anos que joguei à bola, a maior parte gosta sempre ainda de mandar o seu comentário mesmo que já não jogue e estejam a estudar noutras áreas. A maior parte até está na área das matemáticas ou em gestão, mas acabam sempre por se ligar ao futebol porque jogaram e porque gostam sempre de mandar aquela boca no final do jogo, mandar sempre aquela crítica, mas, pronto, é um feed ligado ao futebol porque eles não falam sobre modalidades. Tenho um amigo meu que me diz para ele o Benfica é só o futebol, não interessa mais nada e eu procuro depois, por mim, procurar as páginas ligadas às modalidades e seguir para poder acompanhar mais ou menos essas áreas. De resto, o meu feed é composto 70% por desporto nacional

João Nave

O meu feed a nível desportivo, posso dizer que mais de metade do que tenho de nível desportivo será de amigos que, ou comentam decisões de árbitros

(risos)

Ou insultam os clubes de outros e, então, eu abstenho-me sempre de comentar, mas pronto, não bloqueio ninguém porque gosto sempre de ver, porque, ou dá para rir ou

(risos)

Depois, tenho também uma percentagem de pessoas que gosto de ouvir. Por exemplo, gosto de ouvir o Rui Malheiro, que acho que é um comentador interessante e tem alguma perceção do que é o futebol. Ah, os clubes que gosto também tenho todos 'gosto' e também sempre que há alguma novidade aparece-me. E depois também tenho um jogador ou jogadores que gosto e também pessoas que, de facto, ligadas à área que também aprecio as suas ideias, também sigo. Mas claro que a maior percentagem é sempre dos meus amigos.

Gonçalo

Eu, por exemplo, nós estamos agora a focar-nos no Facebook, mas, por exemplo, eu esqueci-me de dizer que, muitas das vezes que acedo a informação desportiva, até é muito mais pelo Twitter, por uma simples razão: porque aquilo reduz os caracteres que as pessoas têm para falar e então não se dizem tantas barbaridades

(risos)

E normalmente há sempre links que direcionam para outros sítios, são mais interessantes

Ricardo Morais

Pegando naquilo que vocês disseram até ao momento, portanto não há uso dos meios tradicionais, por assim dizer, mas vamos fazer aqui um exercício, que é: vamos pôr lado a lado duas notícias sobre desporto

(risos)

Necessariamente vamos falar de futebol, ainda não falámos de outra coisa

(risos)

Apesar de haver outras modalidades, mas pronto, essa é a tendência, portanto não há como negá-la. O exercício que eu vos pedia é: lado a lado temos duas notícias de desporto, o que é que vos pode fazer ler uma em detrimento de outra e considerem, para além daquilo que já referiram, da abordagem, que já toda a gente, de uma forma geral, falou da questão da abordagem, se focar no jogo ou focar nas polémicas, para além disso, o que é que vos pode levar a ler um conteúdo sobre desporto? Portanto, o que eu quero considerar aqui: conteúdos vídeo, conteúdos áudio, uma foto só, um slideshow com imagens, enfim, que tipo de conteúdos, multimédia ou não, vos podem levar ou despertar a atenção para um conteúdo desportivo em detrimento de outro? Podemos começar pela Lisandra

Lisandra

Sim, por exemplo, a mim a nível do jornal, se calhar, o título a mim desperta-me logo. Por exemplo, se for um título que diga, se calhar, agora só um exemplo, 'Real Madrid' se calhar não leio, mas se diga 'o jogo onde o Cristiano Ronaldo marcou' incita-me mais. Ou seja, acaba por ser a personalidade, acaba por chamar mais a atenção do que, como é que eu hei de dizer, o desporto não, a equipa onde ele está. Sobretudo no jornal é isso. E depois, na Internet, sobretudo no Facebook, acaba por ser um pouco também a polémica. Por exemplo, ah, obviamente que um jogo em que o Benfica perde terá mais interesse

(risos)

Para mim do que um jogo onde o Benfica ganhe. Portanto, vou ler obviamente onde ele perdeu, não é? Ah, mas tem sobretudo a ver até com o próprio vídeo em si, claro que um vídeo sempre polémico é algo que chama logo a atenção para vermos, não é? Mas tem que ser um bom vídeo ou uma boa imagem acompanhado daquela descriçõzinha que nos faz mesmo seguir, porque a imagem, por si só, pronto, não diz tudo. Claro que nos chama já um certo, capta já a atenção mas não é totalmente. Acho que uma boa descrição em baixo, às vezes até a legenda, para perceber um pouco do que é que se vai encontrar, acho que é o principal. A mim é o que me faz abrir mesmo, no caso da Internet, o link para ir procurar mais sobre aquilo

Gabriel

Eu não sou ávido consumidor, mas geralmente o que me leva a ler notícias desportivas é a imagem em si, o momento captado para a imagem e a descrição, quando é aquelas descrições do género: Nananana Bas Dost (cantado)

(risos)

Esse tipo de descrições que apelam, a esse tipo sim, leio. Agora, fora isso, pouco mais.

João Santos

Sim, o título será sempre importante

Gabriel

O título, sim

João Santos

O título, nós, à partida pelo título, conseguimos perceber se será uma notícia mais trabalhada e uma notícia mais atrativa

Gabriel

Exato

João Santos

Do que propriamente uma notícia de "correu isto, à hora tal". À partida, por aí. As imagens são muito importantes, ah, ter várias imagens e boas imagens fará sempre a diferença. E o conteúdo, então, vídeos com golos, então, faz-me logo, sem pensar duas vezes, ver a notícia do que ver outra que não tenha esse tipo de conteúdo

Gonçalo

Sim, o título. Eu, por exemplo, no outro dia, e agora falando do Bas Dost

(risos)

No jogo do Sporting, que já não me lembro, que já não sei com quem é que foi

João Nave

Foi com o Braga

Gonçalo

Não. Sim, acho que foi no jogo com o Braga. Sim, e o título do Observador, por exemplo, enquanto outro jornal qualquer fazia menção aos três golos do Bas Dost, o título do Observador era 'Desculpa Bas Dost, mas hoje vou falar de outro gigante, Daniel Podence'

(risos)

E, pronto, e só esse título fez-me logo abrir o artigo e estava, estava extraordinário. Mas depois também outras imagens interativas, e gosto bastante de ver quando é, quando há imagens que analisam o posicionamento dos jogadores em campo e a forma como as equipas atacam ou as equipas defendem. Ah, e pronto, e quando há golos e vídeos com golos.

Sara

Eu, no meu caso, tal como disseram, tal como disse a maioria, é o título e, lá está, como disse o João, normalmente pelo título já temos uma noção do que é que vem a seguir.

João Santos

Já me enganaram, mas pronto

(risos)

Sara

Como no caso do Gonçalo, vendo o título do Observador fazíamos logo um clique. Epá, aquilo está uma coisa que eu provavelmente não vou encontrar em mais lado nenhum, por isso isto vai ser mais interessante. Depois, a nível de conteúdo, fotos de um jogo não me chamam muito a atenção porque, epá, se eu tiver visto o jogo na televisão, não vai ser a foto que... agora se for, se forem vídeos e se houver uma análise ao lance do vídeo ou assim, sim, é um fator para escolher essa notícia em detrimento de outra qualquer.

João Correia

Sim, é um bocado do que a Sara disse da imagem do jogo. Eu acabo por procurar o que é novidade para mim. Se me meterem duas notícias em que uma diz, fala sobre o jogo do Benfica de ontem, e outra diz 'conheça os 10 jogadores que marcaram 30 golos em Portugal'. Eu já sei que o Benfica ganhou,

(risos)

já não me vai interessar, eu vou querer ver quem é que fez os 30 golos em Portugal. E depois o título da notícia também, se eu vir que a notícia sobre o jogo do Benfica é algo mais crítico, algo, não é tão notícia, é uma espécie de crónica, aí já vou ligar mais, se calhar para me rir um bocadito. E rir um bocado da desgraça dos outros também.

João Nave

Ah, agora, qual é que era mesmo a questão?

(risos)

Agora dispersei-me um bocado.

Ricardo Morais

Tem a ver com a questão dos conteúdos.

João Nave

Ah, sim, sim, já me lembro. Eu, pronto, para mim o título representa 70% de eu abrir uma notícia ou não, embora muitas das vezes também já tenha sido enganado

João Santos

Acontece.

João Nave

e só me apeteceu (risos) mandar aquilo...

(risos)

ah, também os vídeos dos golos acho que é sempre muito apelativo. Uma coisa que eu gosto de ver bastante. Eu antes tinha um hábito, que era: via bastantes resumos da Premier League, da Liga Espanhola, agora já tenho perdido um bocado porque também tenho vindo a ter cada vez menos tempo. A nível de imagem, não acho que vá ser por aí que eu vou abrir uma notícia ou não. E também vou estar sempre mais aberto a abrir uma notícia de um conteúdo que eu não tenha visto. Se vir um jogo do Benfica, muito sinceramente não vou ler a crónica do jogo, porque eu vi, sei o que é que se passou. Vou preferir, por exemplo, ver uma crónica de um jogo que eu não tenha visto e fico a saber mais sobre isso.

Sara

Eu acho que a única coisa que até procuro e gosto de ler sobre um jogo que eu tenha visto, neste caso sobre o Benfica, é muito sinceramente as crónicas do 'Azar do Kralj'

(risos)

João Nave

Isso também leio (risos)

Sara

Porque, de resto, lá está, já vi o jogo, por isso...

Gabriel

Porque, às vezes, aquelas páginas de sátira humorística e desportiva, às vezes trazem mais informação

Sara

Exatamente

Gabriel

Pertinente do que propriamente o resto.

Gonçalo

Eu, por exemplo, há uma coisa no Expresso, que o Expresso faz, mas não é sobre desporto, que são aquelas infografias animadas de 1 minuto e 30

Sara

Sim, sim

Gonçalo

Eu não sei como é que nenhum jornal desportivo pegou nisso, por exemplo para o desporto. Acho que era uma bela maneira de prender

Gabriel

Já tens o 'Barba e Cabelo'

João Nave

Mas aí já tinham que fazer uma coisa nova e não têm a certeza se o público gosta. E então

Gonçalo

Pois

João Nave

Eles não querem sair fora do que

Ricardo Morais

Pegando nisto que vocês estão aqui a dizer, a pergunta seguinte que eu gostava de saber a vossa opinião tem a ver com. vocês consideram que, tendo em conta aquilo que existe em Portugal neste momento a nível destes jornais desportivos, plataformas, canais televisivos dedicados só ao desporto. Acham que há espaço para novos meios, se lhe quisermos chamar de uma forma genérica que podem ser só *online* ou não, e, se existe espaço, que valências é que esses meios deviam apostar. Gostava de saber a vossa opinião sobre isso

João Santos

Espaço haverá sempre, mas, lá está, poderá ser é para um nicho

Gonçalo

Pois

João Santos

Muito mais pequeno. Agora em que moldes também não, provavelmente...

Gabriel

Provavelmente realidade virtual.

João Santos

Sim

Gabriel

Aquela experiência de estar no estádio

João Santos

De testar algo diferente

Gabriel

Provavelmente deve seguir essa vertente tecnológica em detrimento dos jornais. A menos que inventem aqueles jornais tipo Harry Potter, com imagens a mexer-se

João Santos

Espaço haverá, mas é sempre uma incógnita se será uma coisa que resulta ou não. Espaço haverá sempre

Gonçalo

Sim.

Gabriel

Aquelas pessoas ávidas de tecnologia são capazes de...

João Santos

Sim, a tecnologia, terá de ser por aí. Terá de ser algo diferente.

João Nave

Sim, eu só ia dizer que, hoje em dia, a tecnologia está cada vez a ganhar um papel mais importante. Ainda agora hoje vimos, o vídeo-árbitro vai entrar em vigor para a próxima época e acho que o futebol, dentro de pouco tempo, vai estar todo formatado para a tecnologia, o que era impensável, por exemplo, quando comecei a ver futebol. Ainda me lembro que não havia nada disto: davam poucos jogos, não havia estes programas exaustivos, não havia aquelas repetições ao detalhe para ver

(risos)

Se está ou não está fora de jogo, se é ou não é penalty. E agora, pronto, a tecnologia veio também despoletar um pouco tudo isto.

Ricardo Morais

Portanto, vocês consideram que há espaço para novos meios, de certa forma. E já falámos aqui da questão da tecnologia, que papel é que poderia ter o uso da tecnologia, a falar da realidade virtual, que papel é que poderia também aí a questão do vídeo, muito importante ou pouco importante? O que é que vocês consideram?

Gabriel

Muito. Provavelmente daqui a uns tempos, temos um jogo de futebol

João Santos

Exato

Gabriel

E depois a câmerazinha do árbitro a seguir os lances, ou algo do género

Gonçalo

Até já houve experiências nesse sentido, acho eu. Assim uma coisa mais a brincar

Gabriel

Sim

João Santos

Sim, várias hipóteses em que possamos escolher que plano é que queremos ver, o que é que queremos ver e onde queremos ver

Sara

Percebo é que haja um bocado de medo do risco porque, por exemplo, falando no caso do futebol e pegando na introdução do vídeo-árbitro no campeonato português. Pelo que eu vejo, há muito mais pessoas contra do que a favor porque o jogo vai começar a ser demasiado controlado.

João Nave

Está sempre a parar também

João Santos

Vai perder o encanto

Sara

E é muito controlado. Aquela piada de ser tudo no momento e do tão natural vai acabar por perder-se. Por isso é que não sei se uma grande aposta na tecnologia e fazer essas coisas todas se realmente iria prender a atenção das pessoas porque, lá está, podem seguir a ideia e achar que se perde a naturalidade da coisa e que fica algo muito mais condicionado. E não nos focamos tanto no jogo em si, mas muito naqueles pormenores que, lá está, depois vão causar polémica. E acho que aumenta a polémica e menos o espetáculo e os jogadores deixam de ser a figura principal e eles é que têm de o ser.

Gabriel

Provavelmente a tecnologia o que vem trazer é um bocadinho mais de confiança e de rigor ao jogo e já não vai deixar tanto espaço para criar polémicas de 'estava dentro ou estava fora' que realmente isso é que faz vender a notícia

João Nave

Mas mesmo assim acho que vai continuar a haver polémica

Lisandra

Sim, também acho

Gabriel

Vão passar a culpar a televisão.

João Santos

Vai perder espontaneidade.

Gabriel

Sim, vai perder espontaneidade. Aquela coisa 'estava dentro, estava fora?'

Sara

Exato, exato

João Nave

E mesmo a questão, imagina: foi um golo, é duvidoso se a bola entrou ou não e então estão a ver e o jogador que estava a celebrar o golo tem de parar e fica ali, pá, 1 minuto

(risos)

À espera de saber se é golo ou não  
Lisandra  
Ou não (risos)  
João Santos  
Acho que é no rugby que acontece isso  
Gabriel  
É no rugby é  
João Santos  
Eu achava aquilo muito estranho, pararem, o árbitro ir ver  
Sara  
Sim  
João Santos  
Epá, eu acho isso  
João Nave  
Eu também nunca gostei muito  
Gabriel  
Perde um bocadinho a dinâmica  
João Nave  
Exato  
Sara  
Ainda hoje estive a falar disso, até por causa disso do assunto do vídeo-árbitro. Se a ideia é acabar com as polémicas, eu não sei se isto não vai despertar mais polémicas porque, acontece um lance qualquer, o árbitro vai analisá-lo e vai decidir desta maneira. Se não tiver decidido, não é corretamente, mas de acordo com o pensamento de outro grupo de pessoas qualquer, o que é que as pessoas vão pensar? Epá, este gajo, que esteve a ver o lance comigo, viu a decisão  
João Santos  
E não quis...  
Sara  
e mesmo assim teve uma decisão que, epá, foi manhosa, assim e assado. Acho que a polémica até pode ser maior  
João Santos  
E isso vai afundar também outra coisa, vai afundar mais o futebol cá de topo com de cá de baixo.  
Sara  
Exato  
João Santos  
Ou seja, vai haver uma discrepância enorme  
João Nave  
Pois  
Gabriel  
Vão passar, o árbitro vai ter de seguir certas linhas que direcionam para uma resposta quando, afinal, epá é campeonato, se calhar devia ter decidido daquela maneira  
Sara  
Pois  
Ricardo Morais  
Estamos-nos a aproximar do final. Algumas questões finais: primeira, quem é que tem... aliás, quem é que tem e qual é que é a importância que vocês atribuem aos relatos? Estamos concentrados, efetivamente, no futebol mas a importância dos relatos e aqui da rádio na informação desportiva.  
Lisandra  
Para mim é o melhor a rádio.  
Gabriel  
Sim, exato, é o melhor  
Lisandra  
Dá uma emoção (risos)  
Gabriel  
Aqueles comentários efusivos.  
João Correia  
Continuo a preferir ouvir um jogo na rádio do que ver em stream. Se eu puder ouvir o jogo na rádio não vou ver um stream do jogo.  
Gonçalo  
O ideal se calhar até é ver o jogo na televisão, sem som, e depois ouvir o relato.  
João Santos  
Sim.  
Lisandra  
Exato.  
Ricardo Morais  
Essa leva-me... enfim, toda a gente mais ou menos de acordo, leva-me ao segundo ponto. Já devem ter acompanhado ou se ainda não tiveram oportunidade, a CMTV faz isso (risos)  
E a Sporttv também, que é: meter comentadores em estúdio ou pseudo jornalistas a relatar os jogos e ao mesmo tempo mostra uma imagem da bancada.  
(burburinho)  
Gabriel  
Sim, em Espanha fazem muito isso.  
João Santos  
E aqui também  
Gabriel

Em vez de transmitirem o jogo têm o relato tipo rádio e depois passam imagens da bancada.  
Ricardo Morais  
Essa forma de cobertura do evento agrada-vos?  
(burburinho)  
Sara  
Epá, não. Prefiro a rádio  
João Santos  
Deprimente.  
Gabriel  
Só mesmo sem imagem para nos deixar a tentar adivinhar o que é que será aconteceu  
João Santos  
E uma pessoa a sério a relatar o jogo, não é...  
João Nave  
Aquilo é só mesmo para a encher chouriços e estarem a dar alguma coisa que o público efetivamente quer e estar a concorrer com os outros canais do mesmo estilo que fazem o mesmo. Aquilo não tem muito interesse sinceramente. Prefiro ver ou ouvir o relato do que estar a ver, a olhar para uma bancada ou o que é que o treinador está a fazer.  
Sara  
Exato. Entre só ouvir pela rádio e estar a olhar para uma televisão, a ver duas pessoas sentadas numa bancada  
João Santos  
Exato  
Sara  
Do estúdio a relatar um jogo que, para já, a capacidade de relatar o jogo é completamente diferente  
João Santos  
Sim  
Sara  
Na rádio é espetacular.  
João Correia  
Limitam-se a dizer o que acontece  
(burburinho)  
Sara  
Uma pessoa sente-se muito mais presente do que se estiver a ver aquelas duas pessoas na televisão constantemente.  
Gabriel  
Sim, e eles cingem-se aos factos do que é que está a acontecer  
Sara  
Exato  
Gabriel  
E não se põem a introduzir estatísticas.  
João Santos  
Sim. E esse tipo de relato é quase um espetáculo dentro do espetáculo dentro do espetáculo de futebol.  
Gabriel  
Exato. Porque na televisão nós estamos a ver os jogadores a jogar, já sabemos mais ou menos o que vai acontecer e eles aproveitam para meter estatísticas.  
Sara  
E até foi a TSF ou a Antena 1 que, na altura do clássico Benfica X Porto, que lançaram uns vídeos da preparação do Gonçalo  
Sim, foi a Antena 1. E no Euro.  
João Correia  
O Nuno Matos  
Sara  
E, lá está, aquilo nota-se mesmo que é um espetáculo dentro do próprio espetáculo e é muito mais interessante.  
Ricardo Morais  
Tendo em conta que só existe em Portugal um canal nacional dedicado única e exclusivamente a desporto - quer dizer, são seis ou sete - um operador, a Sporttv, não é? Ah, costumam com alguma frequência ver Sporttv extra-jogos, extra-transmissão de jogos? Por exemplo, Sporttv +? Um canal dedicado única e exclusivamente a informação desportiva?  
João Santos  
Acabo por ver, mas, lá está, vou a uma plataforma *online* para ver e não vejo a Sporttv em direto.  
Gonçalo  
Pois, eu, se calhar, se ligar a televisão na Sporttv+ e se estiverem a dar uns resumos, vejo mas também não vou estar a programar o meu dia-a-dia para ir à Sporttv+ ver o resumo. Quando não dá, vejo na net.  
Sara  
Ou reportagens, como a Reportv.  
Gonçalo  
Sim  
João Santos  
Sim, a Reportv tinha, agora nem tanto. Gostava muito de ver a Reportv  
Sara  
Sempre que posso, mas era.  
Gonçalo  
Mas isso tem a ver, por exemplo, com a nossa falta de acesso porque, por exemplo, isso da Reportv nós se não tivermos a Sporttv  
João Santos  
Exato  
Gonçalo  
Não temos acesso a isso. No Youtube há muito poucas reportagens

João Santos  
Queria ver por causa disso.  
Gonçalo  
Pois, é isso. Por isso é que nós se calhar queremos mais ver porque não temos tanto essa hipótese de ver.  
João Nave  
Eu, no meu caso, quando vejo uma coisa na Sporttv+ é sempre de forma aleatória, é quando tenho um raro momento de televisão, faço um zapping  
(risos)  
Ou não está a dar nada que eu quero, ou, de facto está a dar algo na Sporttv+ que pode suscitar o meu interesse.  
João Santos  
Ou algo menos mau do que o resto.  
João Nave  
Pois.  
(risos)  
É nessas circunstâncias que eu vou ver.  
Ricardo Morais  
E considerando isto, uma pergunta, em jeito de provocação, vocês sabem que a Sporttv passa outras coisas para além de futebol, certo?  
Lisandra  
Sim  
Ricardo Morais  
E que a Sporttv+ passa muita informação, quando eu digo muita é porque, em termos estatísticos se formos analisar, o que passa na Sporttv+ é mais não futebol do que futebol. Porque existem cinco canais dedicados obviamente ao resto. Pegando neste contexto todo, o desafio que eu vos quero lançar é: o que é que é preciso fazer, na vossa opinião, para que as restantes modalidades... Por exemplo, não sei se vocês sabem, mas existe uma coisa que é o campeonato nacional, internacional e mundial de petanca. Alguém sabe o que é petanca?  
(risos)  
Gonçalo  
Já ouvi falar, mas não sei o que é  
Ricardo Morais  
É aquela coisa que os franceses gostam de jogar  
João Nave  
É aquilo da bolha, não é?  
Ricardo Morais  
É aquilo da malha, à portuguesa, mas pelos franceses. Existe o campeonato internacional, que é transmitido, por exemplo, na Sporttv. A questão é: o que é que vocês acham que é preciso fazer ou o que fazer e quem é que são os responsáveis? Já abordaram um bocadinho a questão, mas centremo-nos aqui. Vamos esquecer que existe futebol e vamos lá. O que é que é preciso fazer para que outras modalidades efetivamente consigam ter mais visibilidade e, por um lado, o que é que é preciso fazer do lado de quem tem responsabilidade nas transmissões, na cobertura; do outro lado, o que é que vocês acham que, a nível do público, é preciso mudar para as pessoas se interessarem mais por outras modalidades?  
João Correia  
Eu acho que faz um bocado parte da história de cada país. Há países que não têm ligação ao futebol porque, na história deles, o futebol nunca foi nada. Os Estados Unidos  
Gabriel  
A Índia  
João Correia  
A própria Índia, que é o críquete. Em Portugal o críquete não é nada. Mas, por exemplo, se calhar se em Portugal o futsal começar a dar campeonatos da Europa, campeonatos do Mundo, se nós começarmos a ganhar esses títulos, pode haver uma tendência, pode começar a haver uma mudança  
João Santos  
Sim. Para além disso, a TVI já está a começar a fazer uma coisa bem, que é mudar os horários das transmissões, por exemplo, do futsal. Ou seja, passar um jogo às 9 da noite se calhar vais ter mais visibilidade do que um jogo passado ao meio dia ou às 2 tarde  
João Nave  
Eu acho que o futsal já tem alguma projeção  
João Santos  
Sim  
Sara  
Sim  
Lisandra  
Já tem. Cada vez mais  
João Santos  
Futsal, o próprio hóquei.  
João Nave  
Mas o futsal é, pronto, porque também segue um bocado na senda do futebol  
João Santos  
Não, mas o próprio hóquei também já tem.  
João Correia  
O hóquei porque, pronto, campeões da Europa, campeões do mundo  
Gonçalo  
Eu acho que isso tem a ver muito a educação.  
Sara  
Pois  
Gabriel

Exato.

João Santos

Isso é inevitável

Gonçalo

Eu acho que, mesmo assim, as coisas estão a melhorar aos bocaditos. Eu lembro-me que, quando entrei para o basquete, às vezes sentíamos dificuldade em formar uma equipa e ir aos jogos, porque não havia jogadores suficientes e agora, atualmente, se for preciso há equipa A e equipa B porque são muitos os jogadores. E, por exemplo, eu, quando entrava no basquete, era muito mais apaixonado pelo basquete do que por qualquer outra modalidade. Ou seja, se nós educarmos as crianças a não ir só para o futebol. Por exemplo, eles falaram que há pessoas que andam no futebol e que não gostam e se calhar, por exemplo, no hóquei ou no basquete ou no voleibol sentiam-se muito mais realizadas. Se essas pessoas fossem para outros desportos que não o futebol, apaixonavam-se muito mais por esse desporto e no futuro viam mais esse desporto, falavam mais desse desporto e depois as televisões, como as pessoas gostavam desse desporto, transmitiam esse desporto

João Santos

Aqui, por acaso, na zona já estão a fazer um bocado disso, que é a descentralização do futebol. Felizmente há apoio das entidades, autarquias, seja o que for, para que outras associações peguem noutros desportos. Por exemplo, na Covilhã já há patinagem artística, tens lá em cima na Serra vários desportos que há garotos que vão de propósito para lá e são campeões nacionais. Portanto, já há algum esforço mas é uma gota de água ainda.

Gonçalo

É aos bocaditos

Lisandra

Eu também acho que é sobretudo a educação. Por exemplo, em Lamego, e cada vez mais se nota, que é de onde eu sou, a oferta desportiva é imensa. Não é só futebol, há também futsal, há andebol e há o voleibol. E acho, obviamente nós vamos ter sempre interesse em ler uma coisa de um desporto que nós até nem praticamos ou gostamos mais. Portanto, isto ainda tem cada ponto onde nós estamos. Uma maior oferta e uma diversidade, não é, dessas modalidades acho que mete ali logo o bichinho e só aí é natural o facto de nós pegarmos numa televisão e se for preciso já mudamos de canal. Não para ver futebol, mas, para estar a ver a transmissão de um jogo de ténis que está a dar com o Federer...

Gonçalo

Sim. Por exemplo, lá em baixo também se nota muito isso porque, agora, atualmente, os miúdos, antes de irem para o futebol, vão para o hóquei.

Lisandra

Hum, hum.

Gonçalo

Começam sempre no hóquei e nós lá em Oliveira, tipo, fomos campeões nacionais de hóquei, não há muito tempo, nos juvenis, ganhámos ao Porto a final. E, por exemplo, eu faço a comparação: há muitos jogos de hóquei, de juvenis ou de juniores que levam muito mais pessoas do que, por exemplo, os seniores do Oliveira, também pelo preço de bilhetes. No outro dia... há um ano ou dois anos

(risos)

Que o Oliveira jogou para a Taça de Portugal com uma equipa do CNS qualquer e o bilhete era para aí 10 euros. O estádio estava vazio, tinha lá os sócios, pronto, que não pagavam quase nada para ir ver o jogo e depois, ao mesmo tempo, no pavilhão de hóquei estava a haver um jogo de juniores ou que é, assim numa fase final qualquer. Tinha muito mais gente o pavilhão do que tinha o estádio. Por isso eu acho que é um bocadinho pela educação.

Sara

Eu noto em Paços que há uma maior oferta. Em Paços há a Juventude Pacense, que tem equipa de hóquei, basquete, voleibol. Depois há o Clube Aquático Pacense que tem a nataçao e o polo aquático. E tenho visto que há cada vez mais jovens e as crianças que começam a preferir experimentar uma dessas modalidades do que exatamente o futebol

Gonçalo

E isso também tem a ver com o sucesso da modalidade. Um dos melhores exemplos que podemos dar nisto é em Barcelos. Por exemplo, o Gil Vicente. Pouco gente é interessada pelo Gil Vicente

Sara

E o hóquei de Barcelos

Gonçalo

O hóquei de Barcelos

(burburinho)

João Santos

Ganhou agora a Taça

João Correia

Mas também faz parte um bocado da cultura. Por exemplo, o Norte. Tanto o Gonçalo como a Sara são cá de cima e falaste também no Barcelos, o hóquei aqui em cima. Por exemplo, em Setúbal eu conheço, no distrito de Setúbal, três equipas de hóquei em patins.

Gonçalo

Pois, é isso.

João Correia

Só três. E são a uma distância de meia hora a 45 minutos cada uma da outra. Não há condições para a modalidade se desenvolver lá.

Gabriel

Eu creio que isto passa por uma adaptação de educação

João Santos

Precisamente, era isso que eu ia dizer

Gabriel

Mesmo em casa, proporcionar uma variedade de modalidades

João Santos

Sim, tem de haver essa abertura

Gabriel

Tem de haver esta abertura e para se desenvolverem as potencialidades dos filhos, dos primos

Sara

Exato

Gabriel

Mais para seguirem algo que eles gostam. Depois haver uma adaptação por parte dos clubes a esta oferta e até mesmo o preço dos bilhetes, uma coisa tão simples, que condiciona haver muitas pessoas num evento provavelmente não tão importante e poucas pessoas num evento que realmente importa.

João Santos

Isso tudo que o João disse no início, a questão dos pais. Os pais deixarem lá um garoto no futebol porque querem. Por exemplo, eu há pouco tempo falei com o pai e o pai percebeu que o filho não gostava daquilo e levou-o à patinagem artística. Ou seja, houve abertura da parte do pai para falar com o garoto e perceber o que é que ele gostava. Se calhar não há em todas as casas.

Sara

A pergunta que se deve fazer aos filhos é: o que é que tu gostavas de experimentar?

João Santos

Precisamente

Sara

E não “tu queres ir para o futebol, não queres?”

Gabriel

Exato

João Santos

Às vezes nem se faz essa pergunta, vais para o futebol e vais.

Gabriel

Acabou

Ricardo Morais

Para terminarmos, basicamente, pegando no que vocês disseram, vamos fazer aqui o seguinte exercício:

(risos)

A questão que eu vos quero fazer... vamos fazer um caminho até chegar à questão. Tem a ver com o facto se vocês não acham que, vocês estão aqui a falar de um contexto cultural, um contexto de educação que influencia, não digo o contrário, mas qual é que é parte de responsabilidade efetivamente dos meios de comunicação? Vamos ver o seguinte: vamos falar, já toda a gente falou, de modalidades que lhe interessam, eu vou falar de uma também só para vos dar um exemplo. Em Portugal existe tradição de ciclismo de há vários anos e em várias regiões do país, um pouquinho sobretudo zona norte e zona centro. Mas curiosamente, a volta com mais destaque no país acontece no Algarve. É a Volta ao Algarve, não é a Volta a Portugal. E, curiosamente, só existe uma capa, e não é uma capa inteira, é uma chamada de capa de ciclismo num jornal desportivo em Portugal e não só num jornal desportivo, nas plataformas desportivas, nas mais nacionais generalistas quando acontece, neste caso recente, há dois/três anos, o Rui Costa foi campeão do Mundo. Reparem: existe tradição nalgumas regiões, curiosamente a região que não tem tradição é aquela que tem a Volta mais importante do país e os meios de comunicação só fazem uma chamada de página quando uma situação extrema, quando alguém é campeão do Mundo - também é caso para dizer: se não falassem nessa situação estaríamos com problemas -, portanto, qual é que é a responsabilidade dos meios de comunicação sobre aquilo que efetivamente o facto dos pais dizerem ‘ah, filho, vais já para o futebol’, ‘és sócio já do Benfica, do Sporting’ e, portanto, é futebol, é futebol. Não são os meios de comunicação que têm desde sempre a responsabilidade disso? Pensando ainda no exemplo que vos dei, pensando que, por exemplo, tivemos a nível de ciclismo um senhor chamado Joaquim Agostinho, que rivalizou com os melhores do mundo. Portanto, não será também um caminho que foi feito pelos meios de comunicação e, portanto, a responsabilidade também tem que lhes ser atribuída? Para além da questão cultural e educativa que vocês referiram?

João Nave

Eu acho que sim porque efetivamente há essa quota parte da educação e o nível cultural, e o jornalismo talvez tenha sido um bocado responsável por criar isso porque eu, pelo menos, desde que me lembro, os jornais, os canais dão sempre a tal projeção muito grande ao futebol e as outras modalidades têm muito pouco destaque. As pessoas que se interessem por desporto acabam por absorver a informação que vem dos meios de comunicação e acabam por ficar com a mente formatada efetivamente para o desporto que tem maior projeção no país e, como tal, as outras modalidades vão sendo cada vez mais esquecidas, apenas vão ter aqueles que gostem mesmo dela a acompanhar e os meios de comunicação têm um papel responsável, sim, e grande. Uma eventual mudança tinha que partir, tanto a nível cultural e em casa dos pais, como também dos meios de comunicação, mas não me parece que isso vá acontecer.

João Santos

O papel dos meios de comunicação é mesmo mediar. Portanto, a culpa terá sempre uma grande quota parte nessa questão.

Gonçalo

Sim, mas, por exemplo, eu acho que isto aqui é um bocadinho, vai ser um bocadinho difícil transformar

João Santos

Sim

Gonçalo

Porque, por exemplo, é certo que o jornalismo sendo, se calhar, o principal causador de uma mudança de opinião das pessoas ou mudança de atitude porque é o que mais influencia, talvez. Se por um lado tem esse papel social, tem essa força de conseguir mudar a opinião e aquilo que as pessoas querem, por outro lado também tem que sobreviver. Tem de estar do lado das pessoas, daquilo que elas querem, se o povo quer futebol...

João Nave

A mentalidade já está criada. Para terem de mudar isso tinham de arriscar e iam pôr em perigo a sustentabilidade do projeto e não me parece que...

Gabriel

A questão aqui é que: as pessoas influenciam a comunicação social, que por sua vez influencia as pessoas. É um ciclo vicioso, em que tem aquela curva toda de interesse e a comunicação gosta é de surfar na crista da onda. Portanto,

apesar do ciclismo já ter tido um papel importante em determinadas épocas da história portuguesa, quando esteve na crista da onda estava sempre nas capas dos jornais. Entretanto, o interesse no ciclismo veio a declinar e entretanto a comunicação social começou a acompanhar fenómenos que estavam a crescer, o futebol. E, desde então, o futebol tem-se mantido na crista e não há um desporto, tem havido agora o futsal, o hóquei - que estão a começar a subir -, mas que ainda não têm aquela curva acentuada que leve os meios de comunicação social a derivarem do futebol para acompanharem mais em profundidade estas modalidades. E creio que no futuro é o que vai acontecer, o futebol vai ser relegado mais para segundo plano e estas modalidades crescentes, o futsal, o voleibol, provavelmente o hóquei, vão começar a estar mais nas capas.

João Santos

O ciclismo é um bom exemplo porque há dois anos, em Belmonte, tentaram criar uma equipa de ciclismo, teve até um ano na estrada, curiosamente tinha atletas, tinha 15 atletas, um deles até a competir a nível nacional e relativamente bem classificado, acho que nos 20 melhores, mas deixou de existir porque supostamente era um desporto muito caro. Material, equipamentos, tudo mais. E deixou de existir não por falta de praticantes, mas por falta de apoios.

Gabriel

Isso é outro lado da moeda

Gonçalo

Porque para o futebol basta umas chuteiras e o resto é mais fácil

Gabriel

E o equipamento nem que seja... agora, outros desportos, até mesmo o rugby, o rugby nem tanto, mas o ciclismo, manutenções. O desporto automóvel então é outro

João Santos

Ainda é pior. Se bem que aqui no distrito até há bastantes rallys na zona

Ricardo Morais

Dou por encerrada a sessão. Se quiserem acrescentar alguma questão em relação àquilo que estivemos a debater, sintam-se à vontade. Se não tiverem nada a acrescentar, ficamos por aqui. O Renato, em particular, agradece. Agradecemos muito a vossa presença.

## Anexo 11. Transcrição da sessão de *focus group* 2

### Sessão 2 - Focus Group

Duração: 50 minutos

Nº de participantes: 6

Moderador: Ricardo Morais

Ricardo Morais

Muito boa tarde a todos. O meu nome é Ricardo Morais, sou docente aqui na Faculdade e estou a fazer o papel de moderador deste *focus group*. Para nos conhecermos todos, vocês já se conhecem, pedia que se apresentassem. Começamos pela minha direita. Pedia que se apresentassem, dissessem o vosso nome, de que curso é que são, a vossa idade. Para já, só isso. E depois já vamos dar sequência ao *focus group*. Portanto, vamos começar.

Adriana

Boa tarde, sou a Adriana Gomes, tenho 22 anos e agora estou a estudar... estou no segundo ciclo de ensino, já em mestrado em ensino

Ricardo

Ok.

Susana

O meu nome é Susana Carvalho, tenho 21 anos e também estou no mestrado em ensino.

Luís

Luís Gomes, 23 anos e estou no mestrado em Ensino de Educação Física.

Pedro

Pedro Vargas, 25 anos. Estou no mestrado de educação física também.

Marco

Marco Pecêgo, tenho 23 anos e estou no mestrado em Exercício e Saúde, da vertente Ciências do Desporto

João

João Santos, tenho 25 anos e estou no mestrado de Ciências do Desporto, na vertente de Treino Desportivo.

Ricardo

Muito bem. Acho que o Renato já vos deve ter explicado mais ou menos o que estão aqui a fazer, não é? Mas, de qualquer das maneiras, o que se pretende aqui é um *focus group*, uma sessão de grupo focal para discutir a questão do jornalismo desportivo essencialmente. Mas, antes de irmos a essa questão: primeiro - não há aqui respostas certas nem erradas, ok? O que se pretende é a vossa opinião, portanto manifestem-se. Não vamos obedecer, com exceção agora da primeira pergunta que eu vou colocar em que obedecemos à ordem da sala, a partir daí vocês manifestam-se quando entenderem que o devem fazer. Ah, portanto, não há propriamente uma ordem, nem há respostas certas nem erradas, manifestem a vossa opinião. Ah, tendo em conta que vocês são todos de desporto, ainda assim o primeiro aspeto que nos interessava perceber aqui era: atividades desportivas que vocês pratiquem, seja a nível mais profissional, mais amador, como hobbie. O que é que vocês costumam fazer como atividade desportiva ao nível da prática? Podemos começar pela Adriana

Adriana

Atualmente não estou a fazer nada, mas já estive inserida em quase todas as modalidades. Já treinei durante cinco anos voleibol, três anos natação, um ano andebol, outro ano futebol. Foi isso.

Ricardo

Ok. Susana

Susana

Eu faço cross-fit.

Ricardo

Ok. O Luís.

Luís

Joguei dez anos futebol e agora estou a dar treinos de patinagem. E é só isso.

Ricardo

Ok.

Pedro

Eu também fui (risos) rapaz do futebol durante muito tempo, mas ultimamente com a vinda para a faculdade foi mais ginásio e ultimamente bastante natação. (risos)

Risos (geral)

Natação quase todos os dias.

Marco

Eu também, ah, agora pratico ginásio e também curso intensivo de natação.

(risos)

Pedro

É o curso de nadador salvador.

João

Ah, eu pratiquei futebol e futsal e agora profissionalmente estou ligado ao futsal e ao badminton.

Ricardo

Ok, muito bem. Considerando aquelas modalidades que vocês praticam ou já praticaram, mas não só... De uma forma geral, em termos de eventos desportivos, quais é que são as vossas práticas/frequências? Assistem a eventos desportivos ao vivo, não assistem, mais pela televisão? Quais os eventos desportivos? No fundo tentamos levantar um primeiro conjunto de hábitos que vocês têm em relação a eventos desportivos. E, a partir de agora, como eu disse, não há propriamente uma ordem, manifestem-se quando entenderem. Portanto, a ideia é percebermos se assistem a eventos desportivos, mais ao vivo, mais através dos meios de comunicação, como é que costumam ser as vossas práticas em relação a eventos desportivos. Se existe interesse, se não existe. Portanto...

João

Mas profissionalmente? Ou tirando isso?

Ricardo  
Em termos de espetadores.  
João  
De espetadores, exato.  
Ricardo  
Deixamos agora aqui a parte de... Ou seja, vocês estão envolvidos de certa forma  
João  
Certo, certo.  
Ricardo  
Sempre na questão do desporto, estamos a falar agora enquanto espetadores. Quem quiser, à vontade.  
Adriana  
Posso ser eu?  
João  
Sim  
Adriana  
Eu desde que vim para a faculdade comecei a assistir menos a jogos de futebol, principalmente ao vivo, porque sou da Madeira. Sempre que estou em casa vejo todos os jogos que consigo do Marítimo ao vivo. Caso esteja cá vejo quase todos os jogos na televisão, tanto de futebol como de outras modalidades, principalmente voleibol e basquetebol.  
Luís  
Tirando os jogos do Sporting da Covilhã, não, é tudo pela televisão ou computador.  
Marco  
Pois, eu também só ao vivo mesmo, só mesmo as provas de ciclismo que temos mesmo que atravessar por elas.  
(risos)  
João  
Ao vivo eu realmente também, ah, acho que não vejo, é muito raro. A não ser algum jogo de futsal que eu tenha interesse como espectador, normalmente assim os jogos mais importantes. Depois o resto é pela televisão ou pela Internet, que é grandes jogos de futebol, alguns jogos de futsal e depois alguns grandes eventos de outras modalidades, como as finais do ténis, algum evento que esteja a seleção de Portugal envolvida, como o Campeonato Europeu de ténis de mesa, etc. Mais por um grande evento.  
Pedro  
Bem, nós ao vivo, e acho que isto temos todos em comum, pá, é a nível amador mas ao vivo temos oportunidade de ver. Alguns até fazem parte da organização, mas já que estamos a falar em espectador. Temos, quê? CNU's quando cá há,  
Adriana  
Sim  
Pedro  
Quando há passagem das provas por aqui.  
Adriana  
O Ubi Cup. Houve há pouco tempo agora.  
Pedro  
Pronto, os eventos de universitários. Aí, pronto, acho que a maioria de nós... a maioria, não. Vocês não sei se treinam (referindo-se a Susana e Adriana). A Adriana faz parte da organização. Tu treinas (referindo-se a Susana). Mas pronto. De resto, da minha parte também é muito ocasionalmente é que vejo um jogo ao vivo de futebol. O resto acompanho por televisão, principalmente futebol, as outras modalidades  
Marco  
Quando dá.  
João  
Quando há oferta  
Pedro  
Ultimamente mais basquete, veio aí a doença do Placard.  
(risos)  
Pedro  
Às vezes quando tenho oportunidade, também.  
Luís  
A oferta de desporto profissional aqui também não é muita, logo  
Pedro  
Pois  
Luís  
Está-se sempre limitado ao que há  
Susana  
Eu ao vivo também os que assisto é os jogos que nós temos ali em cima no nosso departamento. Tirando isso, quando vou à Madeira que sou obrigada a ver o Marítimo.  
(risos)  
E na televisão é os jogos do Benfica. Pronto, isso é sempre.  
Ricardo  
Vocês diriam que... ou seja, vocês estão aqui num papel diferente também. Acho que o Renato já vos deve ter explicado, já fizemos uma outra sessão também, vocês estão aqui num papel de especialistas de certa forma, porque vêm da área efetivamente que estamos aqui a analisar. Diriam que o facto de serem precisamente da área de desporto, isso afeta a forma como vocês procuram... Falámos de espetáculos ao vivo, mas tiramos aqui a parte do espetáculo ao vivo. Desporto em geral, como vocês procuram ou não, seja na televisão, ouvir na rádio, num jornal, qualquer coisa, acham que afeta o facto de vocês serem da área do desporto? De alguma forma afeta a procura de conteúdos relacionados com desporto?  
Pedro  
Ah...

Adriana  
Só mesmo o facto de gostarmos mesmo desta área. De resto acho que não afeta grande coisa

Pedro  
Mas da nossa diferença para quem não está na área do desporto?

Ricardo  
Sim, o facto de vocês. Exatamente

Pedro  
É isso? Se eu percebi bem.

Ricardo  
Se vocês acham que, enquanto especialistas da área

Pedro  
Sim

Ricardo  
Se, de alguma forma, isso vos diferencia na procura de conteúdos em relação a outros públicos?  
Todos ao mesmo tempo.

Adriana  
Acho que é só mesmo o gosto

Luís  
Acho que diferencia na procura de mais modalidades ou de modalidades mais fora do comum.

Pedro  
Ou se calhar identificar alguma situação particular que está a acontecer, mas a procura mesmo de pessoas que veem desporto ou porque praticaram quando eram mais novas ou porque gostam mesmo acho que não é o facto de nós sermos de desporto que, pá... Dever-nos-ia fazer mais interessados em assistir mais, mas acho que isso não faz toda a diferença porque eu conheço muita gente que não está em desporto que

Susana  
E que tem mais interesse

Pedro  
Que consegue assistir e não só futebol porque, pronto

Susana  
Exato

Pedro  
Nós temos uma frase bastante famosa que não é necessariamente positiva para o nosso lado, é: “desporto toda a gente percebe e ninguém percebe nada”. Porque normalmente como é um meio de entretenimento... Nós temos direito de gostar de muita coisa e de opinar sobre muita coisa, e isso faz com que não sejamos só nós que estamos na área a assistir muito porque as pessoas têm todo o direito de gostar e acho que é para isso que se pratica, para além também da saúde, não é? Da questão da saúde. E agora, lá está, mais uma vez com a questão das apostas o pessoal (risos)

Ainda há mais entendidos na matéria.

João  
Eu concordo com o Luís e com o Pedro que acho que não diferencia muito. Eu quando vejo outras modalidades que não estou tão ligado vejo como mero espetador, por gostar do espetáculo que aquilo envolve. E concordo também que, às vezes, por estar a dar uma modalidade que não costuma dar na televisão, etc., sou capaz de passar ali 15 minutos a ver por questão de curiosidade por estar ligado à área, mas não acredito que hajam grandes diferenças. Depois também se for uma modalidade a que eu esteja ligado, aí sim, posso dedicar mais horas por questões também profissionais, etc.

Ricardo  
Falámos aqui também na questão de assistir e houve vários de vocês que referiram que, quando não tinham oportunidade, viam pela televisão. Em termos de Internet e serviços de streaming, é prática frequente, não é, para assistir a eventos desportivos?

Luís  
É

Susana  
Sim

Luís  
No meu caso, é.

Susana  
No meu também.

Luís  
Tirando o Sporting.  
(risos)  
Vejo tudo no computador.

João  
Sim

Ricardo  
Ok. Ah, de uma forma geral o que é que cada um de vocês entende por jornalismo desportivo? O que é que para vocês é jornalismo desportivo?

Pedro  
(risos). Eu já me estou a rir.

Ricardo  
Estão à vontade. Como eu disse, é a vossa opinião.

Susana  
Para mim jornalismo desportivo é alguém, o chamado treinador de bancada, que dá a sua, muitas vezes são os jornalistas, não é, que dão a sua opinião sobre a modalidade e muitas vezes aquilo que dizem não está correto. Para mim, eu vejo o jornalismo desportivo mais nesse sentido, porque em vez de, agora cada vez mais, em vez de termos

especialistas da nossa área a opinar sobre o assunto temos é treinadores de bancada a opinar sobre o assunto. E muitas vezes aquilo que eles dizem não corresponde à realidade.

Pedro

Eu concordo com a Susana, pelo menos nessa parte. Acho que devia ser pelo menos alguém ligado ao desporto de uma forma bastante já, como é que hei-de dizer, mais especializada para na questão da opinião. Mas pronto, as coisas têm a importância que lhes damos e quem quer ouvir aqueles programas - que para mim não têm qualidade nenhuma - estou a falar, pronto, nesses casos em que pessoas que não têm nada a ver com o mundo desportivo acabam por ter, são os que têm mais audiência. Mas mesmo assim, além disso até aqueles que se definem como especializados na informação desportiva, confesso (e por isso é que me comecei logo a rir) que me desiludem um bocado porque pronto, lá está

Marco

Porque estão sempre ligados àquele clube e vão sempre puxar por ele

Pedro

Não é só a questão daquele clube

João

Há outros interesses

Pedro

A notícia que choca, isso, pá, basicamente é negócio. Eu sei que acaba por passar um bocadinho por aí. E aquilo que choca ou aquilo que é, que às vezes até nem é o mais importante para determinada modalidade. Eu estou a falar assim, mas pronto, isto acontece mais no futebol porque o nosso país infelizmente é bastante virado principalmente para isso. Mas, pronto, acaba por acontecer muito no futebol mas acredito que se as outras áreas, os outros desportos, as outras modalidades tivessem a mesma expressão acabaria por acontecer o mesmo, que é alguém perder-se em conversas paralelas que não têm nada a ver sobre outras coisas que não as modalidades em si para vender. Era aí que eu queria chegar.

Marco

E muitas vezes também estão ligados ao...

Pedro

A questão de ter imparcialidade ou não, não importa e isso às vezes desilude-me um bocado, e, por isso leva-me... Eu já sou novo e acho que já houve bastante diferença da altura em que eu comecei a interessar-me por notícias desportivas até agora. Por isso acho que isso tem sido bola de neve e acho que cada vez, ainda por cima com redes sociais, isso transforma-se cada vez mais numa... a ver quem é que partilha mais depressa que o Cristiano Ronaldo fez isto ou que processaram isto ou fizeram o outro e o futebol fica para trás

Adriana

Não são as ditas notícias desportivas

Pedro

Exato, exato

Susana

Claro

Pedro

É mais...

Adriana

A vida dos

Susana

É

Adriana

Das personalidades

João

Não tem nada a ver com desporto

Susana

Acho que está a virar é tipo fofoca

Adriana

Exato

Susana

Revista cor-de-rosa

João

Acho que o jornalismo desportivo

Susana

O jornalismo desportivo é fofoca

Pedro

Está um bocado

João

É o suposto responsável por divulgar, dar a conhecer eventos desportivos, notícias sobre o desporto e etc. só que, como ali o Modesto (Pedro) estava a dizer, a questão de querer vender mais, ou seja, chegam a inventar notícias que não tem a ver com desporto mas saem em jornais de desporto e depois também é a questão dos interesses. Não há imparcialidade.

Marco

Não são imparciais e muitas das vezes querem vender ao máximo e só... Por exemplo também quando há grandes prémios ou quando há as medalhas de atletismo é que isso vem na primeira capa do jornal e às vezes em ponto pequeno.

Adriana

Sim, é aquela linha lateral

Pedro

Sim, essa diferença

Marco

O futebol vem sempre ali em grande, mas o resto

João  
Acho que depois nós... depende de cada um de nós a informação que seleciona. Eu gosto de ler um jornal desportivo, seja *online*, seja num jornal só que depois também olho para o que quero, há muita coisa ali que não me interessa e acho que não tem a ver com desporto

Adriana  
E o grande problema talvez venha de nenhum jornalista desportivo é realmente um especialista

Susana  
Um especialista na área do desporto

Adriana  
Especialista na área porque nem nós somos especialistas em todas as áreas, nunca um jornalista desportivo será realmente especialista em todas as áreas.

João  
Sim, sim, sim.

Adriana  
Se nem nós conseguimos, muito menos os jornalistas desportivos e acho que caso, se algum dia isso venha a acontecer, os jornalistas desportivos focarem-se apenas naquele desporto e pesquisarem mais sobre ele talvez o jornalismo possa começar a mudar um pouco.

Pedro  
Eu já nem vou a esse nível de especialização. Eu digo é que, tipo se

Adriana  
Mas que se houvesse as pessoas sabiam exatamente do que estavam a falar

Pedro  
Imagina, se tu vais comentar um jogo de, sei lá, badminton ou de basquete, imagina que que não percebes. Vá, se calhar até percebes, mas vá imagina que até não percebes daquilo. Se tu não percebes e vais dar a tua opinião a tua imparcialidade ou a tua fase neutra vai ser, pá, ao menos não te vais pôr em cheque.

Adriana  
Exato, exato

Pedro  
Não vai ficar ali nada, vais estar a dar a tua opinião com base naquilo que tu sabes e não vais dizer que uma equipa está a ser melhor que outra se não sabes o que estás a dizer

Adriana (ao mesmo tempo)  
Se não sabes o que estás a dizer

Pedro  
Pois, e acho que é um bocado por aí. Mas também fazia falta

Adriana  
As pessoas

Pedro  
Interessarem-se

Adriana  
Exato

Pedro  
Já que são jornalistas desportivos

Adriana  
As pessoas não têm consciência daquilo que sabem e o que é que não sabem e depois acabam por dizer

João  
Aquilo por mim, aqueles programas lá que está um de cada lado do Benfica, Sporting, Porto. Isso para mim não é jornalismo desportivo

Pedro  
Pois, exatamente.

João  
Um reality show  
(risos)  
Mas depois também tem aqueles programas que eu já cheguei a ver depois dos jogos, que tinha lá um ex-árbitro, conceituado, em que ele analisava os lances que deixavam dúvida e etc. Pronto, eu gostava até de ver 5 ou 10 minutos disso porque, pronto, ele estava a fazer o trabalho dele, ele percebia daquilo, não estava a defender nenhum lado

Marco  
Mas aí analisa a arbitragem em si e não a qualidade do jogo.

Adriana  
Sim

João  
O quê?

Marco  
Sim, aí vai dizer 'ah, este lance foi bem assinalado

Pedro  
Sim, mas

João  
Sim, mas tem a ver com a parte

Pedro  
Com uma parte essencial do jogo

Adriana  
É a única parte que ele conseguiria ver era essa, o restante já é fofoca, esquece.

João  
Sim, exato.

Pedro

E o restante faria estar...

João

Pronto, depois estava lá outra pessoa que estava a orientar o programa (burburinho)

E começa a levar as coisas para 'então se calhar não era penalty'

(burburinho)

Marco

Na Liga Inglesa já não é assim

Pedro

Pois

Marco

Na Liga Inglesa já há comentadores que comentam a qualidade do jogo

Pedro

Sim, é muito à base dos

Marco

E nem sequer ligam à qualidade da arbitragem

João

Pronto, isso aí...

Pedro

Já é muito à base de antigos jogadores, principalmente

Ricardo

Poderíamos dizer, enfim, vocês já expressaram um pouco essa ideia, mas que existe de certa forma uma 'futebolização' do jornalismo desportivo?

Todos ao mesmo tempo: Pedro, Adriana

Sim. Sem dúvida nenhuma

(risos)

Ricardo

Sendo vocês da área e precisamente não sendo todos de, havendo pessoas ligadas ao futebol, mas não só, sentem isso, está patente, quase toda a gente consegue perceber essa questão. Mas sendo vocês do desporto, faz-vos mais confusão, se quisermos dizer assim, o facto de haver essa tendência para falar quase sempre só de futebol: os jornais 80% ou 90% ser futebol, os programas desportivos serem de futebol. Acham que existe efetivamente, uma futebolização? Passava agora a palavra ao Luís

Luís

Eu acho que, em termos dos jornais, é 95% de futebol. Também é o que vende mais e o que as pessoas vão procurar mais. Agora em termos televisivos já se começa a ver uma melhoria, agora com a TVI24 já há andebol, o futsal está cada vez mais a evoluir. E vai-se vendo já outras modalidades, o problema é que as pessoas não sabem que está a dar aquilo. Ou seja, e daí se calhar a importância dos jornais em informar que vai haver aquele evento, naquele canal, àquela hora. Se calhar aí as pessoas já vão procurar mais um bocado esse tipo de desportos. Agora, o futebol é o rei neste país, isso acho que ninguém duvida.

João

Eu percebo quando um jornal se calhar é todo a preto e branco e a parte do futebol vem a cores

(risos)

Eu percebo, é o que vende mais e o que mais pessoas procuram

Pedro

Isso já não choca

João

Ham?

Pedro

Pode-nos fazer confusão, mas já não nos choca. Já é uma realidade.

Adriana

Exato

João

Pronto, é um negócio

Adriana

Mas isso tanto acontece no jornalismo como acontece nas autarquias

João

Sim

Adriana

Como podemos ver aqui na Covilhã, vamos encontrar algum desporto para além do futebol

João

Não se pode negar

Adriana

É muito complicado

(Ao mesmo tempo)

João

Que está a dar um jogo de futebol, estão milhões de pessoas a ver e noutra modalidade estão centenas. Isso aí é um facto

Pedro

O quê? (referindo-se a Adriana)

Adriana

Aqui na Covilhã. Tens o futebol e tens o futsal. Ou seja, tens futebol e futebol

Pedro

Mas é curioso, eu não sei se vamos falar disto a nível local, já me estou a adiantar na conversa, mas em termos do que é mais local, da informação mais local. Eu agora tive oportunidade de acompanhar mais a Tribuna porque o Renato está lá a colaborar com eles e aquilo quando eu apanho um jornal, por acaso não procuro comprar o jornal,

pronto (risos), mas quando tenho oportunidade de folhear por acaso é, pelo facto de ser a nível local, já noto uma maior imparcialidade e até uma melhor divisão do que é futebol, basquete, atletismo. Epá, pronto

Luís

Pool

Marco

Mas se calhar isso

Pedro

Exato, mas é verdade. Aquilo, como é a nível local, até já vemos ali uma certa diferença para o que é, para o que são as grandes massas e, pronto

Marco

Se calhar porque não há tanta informação sobre só futebol

Susana

Local, exato

Pedro

Ok, mas não interessa, já é o chamado “lavar as vistas” porque (risos).

João

Sabes que

Pedro

Se eu vou ler um *Record* sei que vou estar a folhear 40 páginas de futebol.

Susana

Tu vais ler o *Record*, a primeira página é os jogadores de futebol em grande e depois tens um quadradinho minúsculo a dizer: “atletas paraolímpicos trazem medalhas para Portugal”

(ao mesmo tempo)

João

Ó Modesto (referindo-se a Pedro), a minha opinião

Pedro

O *Record* tem uma página de modalidades. Tem futebol e modalidades, acho que é mesmo assim que lá está definido. É que nem diz outras, diz futebol e modalidades. Futebol nem modalidade é.

João

E os jornais locais também não procuram ‘ah, o jogador x ali do Sporting da Covilhã hoje esteve na noite até às 4 da manhã’

Pedro

Sim

João

Se fosse por essas notícias tinha informação para dar e vender. E depois, se calhar no Jornal *Record* dez pessoas dizerem ‘então e a notícia não sei do quê não sai aqui por quê?’ não tem efeito nenhum, precisam ser centenas ou milhares, mas num jornal local ter 10 pessoas a mandar uma carta para o jornal ‘então mas por que é que só tenho ali um quadradinho e os outros têm um quadrado?’, isso já faz muita influência.

Pedro

Mas eu percebo a lógica disso tudo, eu não estou a dizer que isso tem de ser ao contrário. Eu estou a dizer é que alegra-me um bocadinho

João

Sim, sim

Pedro

Quando leio as coisas mais a nível local, sempre é diferente, é uma, lá está, é o que eu estava a dizer, dos negócios da massificação da informação

João

Sim, eu também gosto de ler o jornal a Tribuna na parte do desporto, acabo por ver as outras modalidades todas e não sei quê

Pedro

Então, mas está melhor dividido, não é?

João

Sim, sim, sim

Pedro

Sempre há ali uma grande diferença que tu tens quando vês outro jornal qualquer

João

Sim, é verdade

Pedro

Desportivo, por isso é que eu estava a dizer, ao menos sempre alegra um pouco

João

Não estão lá notícias sobre a vida dos...

(risos)

Pedro

Nem dos penteados e isso

(risos)

Ricardo

Essa questão do local é interessante. Agora ia-vos pedir um pequeno exercício, que era cada um de vocês, numa semana dita normal, em que estão aqui a estudar, o que é que vocês costumam consumir de informação desportiva? Normalmente o que é que vocês fazem durante a semana, se se levantam e consultam, se não consultam, se durante o dia. Vamos pôr numa semana normal em que há jogo de Champions à terça e quarta e jogo de Liga Europa à quinta. Jogo de Champions à terça e quarta, o ponto de partida é esse. Numa semana normal, em que há esses eventos desportivos, depois ao fim-de-semana haverá necessariamente, o que é que é o vosso consumo normal de desporto? Desporto podem ser os eventos e depois também de informação desportiva, para além disso. No fundo, traçar aqui uma semana normal em termos desportivos do vosso lado.

Luís

Da minha parte, o meu consumo em termos de jornais é zero.  
Ricardo  
Ok.  
Luís  
Porque hoje em dia a informação está disponível *online* e na hora  
Adriana  
Mas vêes jornais *online*. Pelo menos o que eu faço  
Pedro  
Sim, sim  
Luís  
Sim, pronto  
Adriana  
Acabo por ver os jornais e as notícias  
Luís  
Jornais folheados, em papel. Acho que já não compro um jornal há anos. Porque hoje em dia a informação está disponível na hora.  
Marco  
E gratuitamente  
Luís  
E gratuitamente. (risos). Até mesmo ao nível do Facebook e das páginas dos jornais que também têm Facebook. Uma pessoa tem a informação que quer na hora.  
Susana  
Ao longo do dia, mesmo que não queiras, vais vendo as notícias.  
Pedro  
É só  
Susana  
Depois vais ao café e vêes os jogos com os amigos durante a semana. Acho que esse é o nosso consumo de desporto  
Marco  
Por vezes quando um café também tem um jornal das sempre uma passagem  
Susana  
Sim. Dás sempre aquela passagemzinha  
Adriana  
Nem que seja duas ou três vezes por semana vais ao *Record* ou *A Bola online*  
Pedro  
Sim, sim  
Adriana  
E vais vendo o que é que, que notícias é que tens sobre os clubes  
Marco  
Às vezes nem é preciso, no Facebook já te aparece  
(todos ao mesmo tempo)  
Adriana e Susana  
Sim, sim  
Marco  
André Silva foi vendido ao Bayern de Munique  
João  
Todos os dias costumo consultar  
Susana  
Jesus assina por 3 épocas com o PSG  
Adriana  
Eu, por exemplo, preciso mesmo de ir ao jornal, porque *A Bola* não costuma dizer que o Marítimo vendeu a este clube ou este jogador ou comprou o outro, tenho lá mesmo de ir procurar  
Marco  
Também dá ênfase aos três grandes  
Adriana  
Exato. Dá o Benfica, Sporting e Porto, e já vamos com sorte  
João  
Eu todos os dias costumo consultar sempre, normalmente de manhã, um/dois sites sobre desporto, sobre jornalismo desportivo. Local costumo ver a *Tribuna*, mais a parte do futsal. Depois ver desporto, como tinha referido, os grandes eventos, futebol mais então. Ver as notícias mais sobre se há um evento tipo às tantas da manhã, lá nas Américas ou assim, também procuro ver essa informação. Todos os dias costumo consultar um ou dois sites desportivos.  
Ricardo  
Vocês diriam que o *online*, o digital veio mudar, de alguma forma, os vossos hábitos? Enfim, já percebi que agora não compram jornais, mas de alguma forma houve uma altura em que, por algum motivo, até compravam algum jornal esporadicamente? Entretanto, com o *online* mudou um pouquinho o consumo do vosso lado?  
Adriana  
A mim não influenciou muito porque já tive sempre os jornais *online* praticamente presentes na minha vida  
Ricardo  
A pergunta tem aqui em conta a questão das gerações, mas pronto, vocês sempre tiveram o *online* mais presente. Ainda assim, consideram que existe alguma mudança?  
Adriana  
Principalmente quando viemos para a faculdade, o nosso interesse em ir comprar jornais é completamente diferente  
Pedro  
Sim  
Adriana  
Do que se estivermos em casa. O pai sempre traz um jornal desportivo e acabamos por ler.

Pedro  
Por acaso ia dizer isso. É que eu normalmente passava para comprar para o meu pai e agora já nem isso faço porque já o meti lá a mexer no tablet.

Adriana  
Exatamente

João  
Muitas vezes vou ao café e já nem pego num jornal porque já vi as notícias ainda mais atualizadas.  
(risos)  
O jornal já foi feito na noite anterior, e então nem pego no jornal.

Ricardo  
É comum a toda a gente esta mudança

Pedro  
Sim, sim

Ricardo  
O que é que vos poderia, pensando aqui numa mudança, tendo oportunidade de fazer uma mudança de paradigma, o que é que vos levaria a escolher determinados conteúdos desportivos em detrimento de outros, pensando sempre aqui na ideia de jornalismo, não estou sempre a referir, o que é que vos levaria a escolher determinados conteúdos? Achar que, por exemplo, vídeos, infografias, animações, era algo que vos podia levar a optar por determinados conteúdos em detrimento de outros?

Marco  
Por exemplo, se calhar aquilo que nunca houve no jornalismo desportivo que é mesmo a análise tática, por exemplo de um jogo, isso dificilmente vai aparecer num jornal. Passava logo à frente de muita coisa e, principalmente a quem esteja mesmo ligado a essa área, iria querer ver essa análise.

Pedro  
Mas estás a dizer ter alguém

Marco  
Do género

Pedro  
Na área responsável a deixar lá o comentário

Marco  
Publicar um vídeo e fazer a análise do jogador X

Luís  
Hoje em dia isso há muito, não há é nos jornais desportivos. Em *blogs* individuais, de pessoas ligadas ao futebol que por trabalho próprio

Marco  
Sim, mas lá está, no jornal

Adriana  
Nos jornais em si não há nada disso

Luís  
Por vontade própria publicam e analisam individual e coletivamente as equipas.

Pedro  
Acaba por não ser no jornalismo

Marco  
Se calhar tens curiosidade e até vês, apesar de não ser jornalismo

Pedro  
Sim, mas isso ainda não tem assim tanta expressão. Vá, há um que é o *Visão de Mercado*, eu não sei se isso se pode considerar jornalismo

Ricardo  
Sim, trata-se de uma plataforma

Pedro  
Ou o *Lateral Esquerdo*, pronto. Esses podem-se considerar jornalismo?

Ricardo  
São plataformas que entram dentro daquilo que se pretende. Portanto, nesse tipo de *blogs* ou plataformas, vocês consideram que

Luís  
Domínio Tático, pronto. Isso se calhar são *blogs* mais interessantes para nós porque analisam outras coisas

Pedro  
E têm lá opiniões que vão mais a fundo

Marco  
Mas isso se calhar é o que nós queremos ler

Adriana  
Exato

Marco  
E não é o que o resto da população quer ler

Adriana  
Mas é-te indiferente se tem fotografias ou vídeos?

João  
Acho que o vídeo tem sido algo

Adriana  
Sim e tem sido uma coisa que tem sido colocada várias vezes nos jornais desportivos. Mas não é uma coisa que, vês que tens ali o vídeo, vais entrar na notícia? Não, tu vês o título da notícia se realmente te interessa tu vais entrar, se não te interessar o título da notícia

João  
Sim, mas acho que muita gente consulta o jornal *online* agora, até mesmo quem não é da nossa geração - mais velho - porque também gosta de ver os vídeos

Adriana  
Sim, ver os vídeos  
João  
Ah, não sei quê, marcou um grande golo.  
Luís  
Cristiano Ronaldo Jr. fez um espetáculo  
Adriana  
Estou a querer dizer é que a notícia  
Pedro  
Acho que há aí uma coisa que passa à frente dos vídeos e das imagens, que é mesmo o título  
Adriana  
Exato. Para mim é-me completamente indiferente. Se no título estiver aquilo que eu pretendo ver, não me interessa ver se tem um vídeo ou uma fotografia. Se eu vir que tem lá uma fotografia ou um vídeo, passo à frente porque nem o título me está a interessar por isso não vai ser as fotografias que vão-me interessar  
João  
Eu por acaso gosto dos vídeos  
Pedro  
É interessante, claro, ter lá o vídeo  
João  
Eu gosto de ver os vídeos das notícias que vejo  
Adriana  
Sim, é isso. Se não for uma notícia que te interessa também  
João  
Nas notícias que tenho interesse, gosto que esteja lá o vídeo.  
Ricardo Morais- Portanto... Falámos aqui da questão dos títulos, ainda assim os títulos podem ser enganadores, como vocês também sabem. Falamos da questão dos *blogs*, ou seja, acham que de certa forma poderíamos considerar que existe mais jornalismo desportivo, utilizando aqui o chavão, em *blogs* e em plataformas como já foi falado aqui, o Visão de Mercado, existem outras plataformas, ou algumas já existem, outras estão a ser criadas, precisamente numa lógica de ter mais desporto e menos futebol. Acham que há possibilidade com essas plataformas de se mudar aquilo que é o consumo de informação desportiva precisamente se for introduzida uma perspetiva diferente, não só focada no futebol? E nomeadamente...  
Pedro  
As arbitragens...  
Ricardo Morais  
Espaço para especialistas da área...  
Adriana  
Sim.  
Ricardo Morais  
Vocês consideram...  
Adriana  
Sim porque cada vez mais procuramos esses *blogs*, porque sabemos que a informação vai-nos agradar muito mais e vai ser muito melhor. Vai ter menos a parte cor-de-rosa do que realmente nos jornais desportivos.  
Marco  
Vai enriquecer...  
Adriana  
Vai enriquecer, exato.  
Marco  
O nosso conhecimento e vai...  
Adriana  
Vai ser uma coisa mais atraente para nós.  
Marco  
Se calhar se um jornal tiver essa análise... Aposto que um treinador de futebol, se sabe que aquele jornal teve análise do jogo dele, ele vai comprá-lo de certeza.  
João  
Você perguntou se isto podia dar mais ênfase a outras modalidades para além do futebol?  
Ricardo Morais  
Também, também...  
Adriana  
Sim.  
Ricardo Morais  
Se outras modalidades podem ganhar mais espaço em termos de informação desportiva.  
Adriana  
Podem. Podem até porque esses *blogs* costumam mesmo diferenciar, fazem só sobre futebol, fazem só sobre basquetebol. E quando vamos à procura já vamos mesmo à procura daquilo que pretendemos ver.  
Pedro  
Mas depois lá está... Aí se eles ganharem muita expressão.  
Adriana  
É preciso ganhar.  
Pedro  
E muitas visualizações...  
Adriana  
Exato.  
Pedro  
Até que ponto é que eles vão continuar a ser assim?  
Adriana

Exatamente.  
João  
Se eles ganham visualizações assim porque é que vão mudar?  
Pedro  
Porque mesmo a maioria do pessoal...  
João  
Eu acho que podem ganhar destaque por ser apenas diferente.  
Pedro  
... que quer ler cor-de-rosa...  
João  
Por serem diferente acho que dá para ganhar destaque. Futebol todos têm.  
Pedro  
Mesmo a maioria do pessoal que quer ler cor-de-rosa... há muita gente ainda interessada em ler aquilo como deve ser.  
Adriana  
Não, o problema é mesmo...  
Pedro  
Por isso não-de ganhar sempre adeptos...  
Adriana  
O problema...  
Pedro  
... de um lado ou de outro.  
Adriana  
O problema é mesmo a maioria das pessoas que temos em Portugal que quer ver é a parte cor-de-rosa. A parte realmente que interessa, interessa a pouca gente.  
Pedro  
Mas sim, era sem dúvida importante que essas... que essas... esse tipo de manifestações como os *blogs* ganhassem mais expressão, opá ou então, que servissem de exemplo ao jornalismo desportivo, pelo menos isso.  
Luís Gomes  
Que ganhassem mais expressão para a população em geral.  
Pedro  
Sim, sim.  
Luís Gomes  
Acho que ligados ao desporto, acho que toda a gente...  
Pedro  
Toda a gente.  
Luís  
... visita esses *blogs* e vamos aos *blogs*. E...  
Pedro  
E se não conhecem deviam conhecer  
Luís  
Agora a população em geral não acredito que vá de propósito ver esse *blog* para ver como é que joga uma equipa de futebol ou se joga em 4x4x2  
Adriana  
Só mesmo aquelas pessoas que são realmente interessadas e que já jogaram nessas modalidades.  
Luís  
Aí vai-se a outras aplicações. Se tens interesse num jogo, vai-se ver o resultado final e pronto.  
Pedro  
E malta mais velha que não tem o acesso à internet, ainda é muito malta do jornal. E às vezes são pessoas que...Não estou a dizer que por serem mais velhas são menos capazes de perceber as coisas, mas pronto, há muita gente que está condicionada pelo facto de... não usa internet. Um idoso, por exemplo, tem todo o direito de gostar de futebol, não usa internet, a cabeça dele é moldada pelo que ele lê no jornal.  
Adriana  
Nem mais.  
Pedro  
E pronto.  
Luís  
Se calhar...  
Pedro  
Acaba por esses *blogs* serem quase impossíveis de lá chegar.  
Adriana  
É isso.  
Pedro  
E até há bastantes pessoas que estão nessa situação.  
Ricardo Morais  
Falámos já várias vezes aqui da questão da população em geral, vocês acham que a questão do futebol ser dominante é uma questão cultural ou os meios de comunicação têm uma quota-parte de responsabilidade?  
João  
É cultural.  
Adriana  
É cultural.  
Susana  
É os meios de comunicação.  
Adriana  
É cultural.  
Pedro

Não, mas é cultural, totalmente.  
Adriana  
É cultural.  
Susana  
É cultural mas tu se reparares, os meios de comunicação é que têm culpa disto ser tipo...  
Adriana  
Os jornais dão aquilo que as pessoas querem ver.  
Susana  
... ser o grande tema.  
Pedro  
O futebol...  
Susana  
Porque os jornais baseiam-se no futebol.  
João  
Acho que antigamente até era pior... Pior não, até era... a coisa do futebol até era maior no tempo do Eusébio e etc.  
Acho que agora até...  
Luís  
Todas as grandes personalidades desportivas estão ligadas ao futebol...  
João  
Porque isso eu acho que é cultural.  
Luís  
E isso inclina as pessoas, se calhar.  
Adriana  
Exatamente, e é onde está mais dinheiro envolvido, é sempre no futebol, é sempre onde as pessoas procuram investir mais.  
Pedro  
Pronto, isto tudo... Basicamente que é assim, o futebol ganha expressão porque é pronto... Há montes de estudos sobre isso, é um jogo com regras bastante simples, às vezes as pessoas discutem tanto mas é dos desportos com regras mais simples.  
Adriana  
Tirando o fora de jogo.  
Pedro  
... e o facto de ser jogado com o pé...  
Adriana  
As pessoas nunca sabem o que é.  
Pedro  
... torna ali o jogo muito imprevisível e muito... opá, há sempre um desequilíbrio e tem muita... bastante imprevisibilidade. Opá e isso faz com que se calhar tenha ganho mais adeptos ao longo do tempo porque... pronto.  
João  
Eu acho... Eu acho que o futebol...  
Pedro  
À exceção do continente Americano. Aqui Europa e Ásia, futebol...  
Susan  
Não, mas a culpa...  
João  
Eu acho que antigamente alguém das gerações mais velhas até nem percebia nada de futebol mas a coisa do futebol no tempo do Eusébio e não sei quê do Benfica, também pelos problemas que tinham, aquilo era uma forma de...  
Pedro  
Sim.  
João  
De alegrar a vida das pessoas.  
Pedro  
Sim, mas isso...  
Susana  
Não, mas a culpa do destaque todo que tem o futebol passa pelos meios de comunicação, isso acho que não há dúvida.  
Pedro  
Sim mas isso é feito de...  
João  
Não sei.  
Pedro  
Isso é...  
Adriana  
Não sei, não sei... eu acho que os jornais dão mesmo aquilo que as pessoas querem ver.  
Pedro  
Sim...  
Adriana  
As pessoas interessam-se por futebol.  
Susana  
Agora diz-me uma coisa...  
Adriana  
Se tu tens 70% da população portuguesa que só vê futebol, não vais publicar 30% só de futebol. Publicas esses 70%.  
Pedro  
Sim, mas depois não é só por aí...  
João

Há pessoas que nunca veem futebol e não veem se calhar desporto nenhum. Mas quando a seleção joga no campeonato europeu vão ver o jogo.

Adriana

Mas também só sabem que...

João

Porque gostam da...

Adriana

...a seleção portuguesa existe porque...

João

gostam da...

Adriana

...tem lá o Ronaldo e porque pronto... porque é único que é falado.

João

Acho que o futebol já vem... já está enraizado.

Adriana

Porque por exemplo não sabem que...

Marco

E porque dois dias antes já está nas notícias que vai jogar Portugal às X horas.

Adriana

Sim, nunca na vida ninguém sabe que...

Marco

E passam o dia inteiro a falar disso.

Adriana

... o Rui Costa é português e que é dos melhores ciclistas do mundo, nem nada assim coisas do género.

Pedro

Mesmo aceitando que os jornais têm muito peso, eu acho que em grande parte é cultural porque não só no nosso país como naqueles que tem mais expressividade na Europa, nos mais desenvolvidos, acho que o futebol está já muito enraizado. E as outras modalidades começaram a surgir, principalmente, mais tarde por... Pronto... Por aquela... Nós estudámos todos isso, houve... Estava há bocado o João a falar sobre deixar as pessoas mais alegres. Pronto... Eles... quando houve a fase da industrialização é que se começou a praticar mais desporto e a... e a... pronto, a oficializar regras. Mas com o futebol isso aconteceu mais cedo do que outras modalidades e principalmente umas que até são bastante interessantes, por exemplo, o basquete e até estão ganhando expressividade no nosso país, só que não nasceram cá, nem as regras oficiais nem o desporto.

João

Mas é como tu dizes, é um desporto super simples. Já vem de tempos atrás. Antigamente tu tinhas o hóquei em patins e... era a segunda modalidade, acho eu, com mais praticantes. E o basquete também... tem vindo a perder mas agora acho que até já está a aumentar outra vez, não sei. Mas lá está, o hóquei em patins é preciso material, é preciso não sei o quê...

Pedro

Se pensarmos bem...

João

O futebol é... o futebol dá para jogar em qualquer lado.

Pedro

Sim, se nós pensarmos bem...

João

Em África andam lá os miúdos...

Pedro

Como é que os miúdos jogam...

João

...andam lá a jogar futebol, né.

Pedro

E tu mesmo aqui, queres fazer na rua, pegas em duas pedras e fazes uma baliza.

João

E é o que fazíamos, e era o que fazíamos.

Pedro

Sim...

João

Na escola não dava para praticar hóquei em patins.

Pedro

E a bola se não for de couro oficial...

João

E na rua não dava para praticar basquete. Na rua, ali na estrada, onde é que praticavas basquete? Não dava. Futebol era a única coisa que...

Pedro

Era...

João

... pronto, e eu acho que isso...

Pedro

E a bola se não for oficial da Adidas...

João

Acho que... é cultural mesmo.

Pedro

... é de trapo ou de borracha ou daquelas que... (burburinho)

Luís

Se calhar há 30 ou 40 anos, esta cidade era basquetebol e hóquei em patins tinha quatro ou cinco equipas no distrito, por exemplo.

Pedro

Mas o futebol também... (burburinho)

Adriana

E agora é praticamente futebol.

Luís

E agora não há nada, sem ser o futebol.

Adriana

Tens o basquete.

Luís

O basquete... o distrital de basquete tem três equipas.

Marco

Mas também tens o atletismo.

Luís

O atletismo tem muita gente, isso é verdade.

Adriana

Está a começar a crescer agora o atletismo com a universidade.

Luís

Porquê? Porque também esses clubes divulgaram muito...

Marco

Isso por causa da universidade.

Adriana

Por causa da universidade.

Luís

Tanto o Penta Clube, como os Leões da Floresta...

Susana

Resumindo e concluindo, concluímos que esta questão do futebol é cultural mas depois vieram os meios de comunicação que ajudaram...

Pedro

Que aproveitaram... Que ajudaram não, aproveitaram.

Susana

Que aproveitaram para...

Luís

Não se pode afastar uma coisa da outra, porque a cultura também vem da informação, acho eu...

Ricardo Morais

Estando vocês, ou alguns de vocês, ou quase todos estão na área de Ensino, não é? Se bem percebi...

Pedro

Nós os quatro (Luís, Susana e Adriana)

Ricardo Morais

Viam com bons olhos a possibilidade de a nível da academia existir, de alguma forma, especialização jornalística que permitisse que depois quando os profissionais saíam daqui não falassem só de futebol ou não falassem supostamente de determinadas modalidades que não têm conhecimento?

Adriana

Claro. Os nossos miúdos chegam à escola, vamos falar de corfebol... o que é corfebol mesmo? Nunca ouvi falar nisso...

Pedro

Aí já estás a ir mesmo a extremos, corfebol... (risos)

Adriana

Já estou, já estou.

Luís

Ou vamos fazer futsal no fim da aula...

Adriana

Ou basquetebol...

Pedro

Ou basquetebol também.

Adriana-

...que os miúdos não sabem que se encestarem uma vez têm dois pontos, acham que é só um. E mesmo assim continuam a achar que é golo em vez de ser cesto.

Pedro

Então vá, da parte da educação física...

João

Isso é um problema maior, o ensino não está bem estruturado.

Pedro

É isso que eu ia dizer.

João

Eu tenho os meus miúdos lá no futsal... Olha mete a baliza na linha do triplo do basquete.

Pedro

Não sabem onde é.

João

E eles "ahhh?"

Adriana

"Onde é que é?"

João

Não sabem onde é a linha de triplo no basquete. Miúdos que andam no nono ano ou coisa assim. (éeee, descontentamento)

Pedro  
Se eu puder defender a nossa posição, é assim... (risos)

Luís  
Não vamos entrar nessa área. (risos)

João  
Está mal estruturado, enfim.

Pedro  
Não, não é por aí. A gente já lá chega ao jornalismo. Só que é assim...

Adriana  
Tu não podes partir de muito longe, tens o programa nacional de Educação Física.

Pedro  
Nós... as nossas principais preocupações é educá-los desportivamente e passa... há um dos objetivos que lá temos que também é cultura desportiva, que não passa só pelo facto de eles conhecerem as regras mas fomentarem o tal gosto pelo desporto. Só que nós, já numa aula de noventa minutos temos muito pouco tempo útil de prática e a nossa organização não se centra essencialmente em dizer aos miúdos para procurarem informação desportiva. Regra geral aqueles que gostam de se mexer e que são mais interessados, já chegam e já tomam muito mais atenção a tudo que é regras.

João  
O problema é que eles não se interessam né.

Pedro  
E marcações e pontuações.

Adriana  
Exatamente.

Pedro  
Ou seja se o jornalismo tivesse... Obviamente eles também têm redes sociais e também desde cedo começam a procurar estas coisas (aqueles que gostam). Os que não gostam, a nossa parte é com a atividade lá chegar e fazê-los ter gosto por aquilo. O que eles fazem fora dali... Epá, eu sei que uma aula ou outra podíamos focar nisso da cultura desportiva... Imagina não temos campo lá fora, está a chover... tem que ir para uma sala, ok, em vez de estar a fazer outra coisa qualquer, podia ser isso. Estou aqui já a falar em opções mas... o nosso tempo de prática não nos deixa muito tempo para estar a preocuparmo-nos com...

João  
Se não te interessas...

Pedro  
...que eles vão à procura de jornais.

João  
Mas o que é que interessa ensinar? Amanhã já não se lembra. Se não te interessa um assunto, tu podes dizer o que eu quiser, amanhã já não te lembras. Não estás a perceber? É a verdade.

Adriana  
Sim, sim... Se os miúdos não tiverem interesse... (burburinho)

Pedro  
Mas se fomentares o gosto pela prática pode ser que quando eles passem na televisão, ocasionalmente...

João  
Sim, mas isso não tem a ver com tu dizeres “olha aqui é a linha de triplo, aqui é a linha do garrafão”, daqui a um mês já não se lembram. É o que digo... Se eu te estiver aqui a explicar uma coisa específica de mecânica, tu não queres isso para nada, depois já não te vais lembrar.

Pedro  
Não, é...

Luís  
Mas isso é assim porque a oferta desportiva...

João  
Aí o problema está que eles não têm prazer. (burburinho)

Pedro  
Mas, imagina, onde eu estou a tentar chegar, da nossa parte, tu se lhe fomentares o gosto pela prática...

João  
Sim, eu acho que isso sim.

Pedro  
Se lhe deres aquilo de maneira a que eles gostem mesmo da modalidade com a qual eles não têm contacto...

João  
Sim, é isso.

Pedro  
Vá, estamos a falar em audiência desportiva. Isso vai passar, os Jogos Olímpicos, ocasionalmente, ou na televisão, RTP2 ou TVI24, eles, se calhar, por acaso, se estiver a passar lá, se calhar até se podem lembrar.

Adriana  
Até param para ver aquilo cinco minutos.

Pedro  
E pronto, aí está o nosso papel importante que temos nesse aspeto.

João  
Sim, eu estou a dizer é que...

Pedro  
Agora se houvesse mais jornalismo desportivo em direção a outras modalidades que não o futebol, se calhar nessa parte ocasional que eles viam na televisão podiam ter outras coisas.

João  
Podiam ter uma... não é cadeira mas sei lá, um módulo, não sei... na escola e tinham de cobrir um evento qualquer, inserido em Educação Física. Os miúdos acabavam por aprender se calhar mais a ir ali a um jogo de voleibol ou de basquete, em que tinham de fazer uma pequena reportagem ou não sei quê... os miúdos não fazem isso.

Luís  
E onde é que é isso?  
Pedro  
Sim, eu sou a favor disso.  
Luís  
Onde é que há isso?  
João  
Não, não... estou a dizer que não há. (burburinho)  
Adriana  
Tu conseguias isso quando o Ministério da Educação der tanta importância à matemática e ao português que dá à educação física.  
João  
Pronto, exato. Mas a pergunta era essa mais ou menos não era?  
Adriana  
Exato.  
João  
Se existisse alguma especialização nas escolas... (burburinho)  
Adriana  
Enquanto não houver essa importância, tu não consegues tirar os miúdos de lá porque estão a perder muito tempo na matemática ou no português.  
João  
Lá está. Os miúdos acabavam por ficar interessados na coisa e tinham de aprender de uma forma ou de outra, tinham de aprender sobre aquilo que iam fazer.  
Pedro  
A questão...  
João  
Era bom.  
Pedro  
A questão é que... (burburinho)  
João  
Era bom, mas como Adriana disse, a matemática é mais importante.  
Adriana  
Sim, se tu para fazeres uma atividade na escola, não podes fazer atividade porque os meninos vão ter que ter aula de português e de matemática. Não podem perder essas horas, não podes fazer a atividade.  
Pedro  
E quando é ao contrário, normalmente, isso não acontece.  
Adriana  
Exatamente.  
João  
E depois os meninos não sabem saltar e tropeçam um pé no outro.  
Ricardo Morais  
Já agora, não perguntei no início, mas o que é que levou cada um de vocês a ingressar na área de desporto/educação física na universidade? Isto pensando que, e pensando no que estamos aqui a falar... porque há uma coisa que pelo meio se perde... Vocês tiveram, como eu também tive na minha altura, desporto escolar.  
Pedro  
Sim.  
Ricardo Morais  
E os interessados, nem toda a gente tinha interesse, mas havia pessoas que tinham interesse em desporto escolar... E havia, não todas as modalidades, mas havia muito para além do futebol. Portanto, no fundo, considerando isso, o que é que vos levou depois a escolher desporto e que papel é que o futebol teve ou não nessa escolha também do vosso lado?  
Pedro  
O futebol...  
Adriana  
O futebol, na minha, não teve muita influência.  
Luís  
Na minha teve, se calhar 50% porque joguei dez anos futebol.  
Adriana  
Eu também joguei futebol.  
Luís  
Mas o gosto...  
Adriana  
Gosto de futebol mas gosto tanto das outras modalidades quanto futebol.  
Luís  
O gosto pelas aulas de educação física também me levou a ir para desporto.  
Pedro  
Também, pois... para desporto.  
Adriana  
A mim é mesmo pelo gosto por todos os desportos que existem e o gosto de poder ensinar o gosto que tenho pelo desporto, que acho que é uma coisa importante para todos nós, e é por isso que estamos em ensino... é conseguir transmitir aquele gosto que certos professores nossos nos transmitiram. Foi aquilo que me marcou mais.  
Susana  
E outra coisa que mais me fascina no desporto e que me levou também a seguir desporto é aquilo que nós somos capazes de fazer com o nosso próprio corpo, que são... nós conseguimos fazer coisas incríveis. É tudo isso... Isto basicamente, desporto não se compara a medicina não é... há coisas que nos separam mas nós também conseguimos

fazer coisas com o corpo que os médicos também conseguem fazer... não é... Portanto, acho que nenhuma outra área consegue isto.

João

A educação física, o desporto escolar e acho que mais importante ainda foi os meus pais. E mostraram... sempre me levaram a conhecer tudo o que era aliado ao desporto: diferentes modalidades, vários eventos diferentes e não sei quê...

Pedro

São os dois professores de educação física.

João

Acho que isso foi o que me incentivou e que me deu mais gosto para seguir esta área pelo desporto. Depois a parte de ter praticado, também, desporto de competição, por acaso foi futebol mas podia ser outra qualquer, também me deu motivação porque um evento desportivo é algo, pronto, na nossa cultura, é algo muito grande e muitas pessoas a ver e não sei quê. E a competição e não sei quê, isso também despertou interesse. Acho que isto em conjunto foi o que me levou... (burburinho)

Marco

Acho que toda a gente veio para desporto porque tinha sempre aquele bichinho de praticar desporto. E depois agora quando entrou na universidade percebeu que, afinal, o desporto passa para além daquilo que é só correr.

Adriana

Exato.

Marco

E então tem outras coisas.

Susana

E acho que toda a gente teve a influência de muitos bons professores de educação física.

Adriana

Exatamente.

Pedro

Sim...

Susana

E acho que é isso que leva também uma pessoa a decidir se quer desporto ou não, não é...

Pedro-

Bons e maus.

Adriana

Sim, há aqueles que nós dizíamos, eu quero seguir este... quero seguir ali ensino porque nunca da vida quero que volte pessoas a ter esse professor.

Pedro

Ou isso também.

Adriana

Punha-te a correr voltas e voltas ao campo, e tu "isto nunca mais acaba".

Ricardo

Estamos aqui a aproximar-nos do final. Agora, queria perceber mais alguns aspetos. Algum de vocês tem alguma aplicação instalada nos *smartphones*

Susana

Placard

Ricardo

Só de desporto?

Susana, Adriana, Luís, Pedro

Meus resultados (risos)

Susana

Acho que é toda a gente

Luís

E o placard

Adriana

O placard não

Ricardo

Falámos também na questão dos *blogs* e não só. Vocês veriam com bons olhos uma plataforma, pode existir *online* mas também ter uma versão de aplicativo, que de alguma forma tivesse a possibilidade, ela é crescente, mas que fosse claramente focada na possibilidade de personalização? Ou seja, cada um de vocês personalizaria de acordo com o que mais vos interessa, a modalidade que mais vos interessa, os resultados que mais vos interessam, tudo isso?

Susana

Sim. Isso seria interessante

Adriana

Sim. É seleccionar a informação que nos queríamos ver diariamente e isso era muito bom.

Marco

Por exemplo, um Facebook desporto

João

Mas eram os próprios...

Ricardo

Pensando... Todos vocês conhecem hoje em dia a ideia do meu canal, ou seja, que é um canal que cada um constrói com aquilo que mais lhe interessa ter diariamente. Existem vários aplicativos no desporto. Uma coisa que ainda não existe muito, até porque existe sempre centrado na ideia de futebol, vocês veriam com bons olhos alguma plataforma focada com essa possibilidade? Cada um escolhe o conteúdo que lhe interessa e precisamente permitindo fugir àquilo que é uma atenção sempre constante e muito centrada no futebol?

Susana e Adriana

Sim

João

Sim, mas como é que a informação que lá está depois...

Ricardo

Ou seja, normalmente funciona com base em filtros. Cada um define os filtros que são as atividades que mais lhe interessam e a partir daí recebe informação só focada

Adriana

Tu dizias que preferias badminton, futsal e x.

João

Sim, já percebi. Isso era engraçado, eu gostava.

Adriana

Assim escusavas de tentar

Susana

Acho que toda a gente gostava

Adriana

Estar à procura da informação que querias nos jornais desportivos. Tinhas tudo disponível.

Marco

Tudo aquilo que vier para facilitar a nossa procura da informação vamos ser sempre querer

(risos)

Adriana

Sim, é bem-recebido. Menos tempo de procura

Pedro

Isso pode fomentar o gosto do pessoal querer comentar ou participar com uma opinião com pés e cabeça

Marco

Mas isso vai dar ao mesmo problema. Se a pessoa só quer futebol só vai lá pôr futebol.

Ricardo

Estamos a falar com um conjunto de especialistas que não querem só futebol

(risos)

Adriana

Exato.

Ricardo

É nesse sentido que surge aqui também esta questão.

Adriana

Sim, era mais fácil para nós porque gostamos de ver um pouco mais sobre

João

Sim, porque eu quero ver

Adriana

Basquetebol e tenho de procurar muito mais dentro dos jornais desportivos do que

João

Eu tenho de procurar em sites diferentes

Adriana

Exato

João

Eu quero ver uma coisa, vou a um site. Eu quero ver outra vou a outro site porque não vale a pena sequer

Susana

Assim chegas, filtras e tens ali a informação

João

Sim, isso era fixe

Ricardo

E pegando ainda nesta questão. Vocês considerariam, neste momento imagino que considerem um pouco, daquilo que fomos falando até porque têm de fazer uma pesquisa muito particular, considerariam mais o jornalismo desportivo para o vosso próprio trabalho? Pensado que, necessitam de se informar, para ter novas perspetivas também sobre determinadas modalidades, sobre aquilo que se vai passando um pouquinho, considerariam mais o jornalismo desportivo nessa lógica também? Ou seja, existindo meios mais especializados, mais focados com informação de mais qualidade dentro das áreas que vos interessam, considerariam mais para aquilo que é o vosso trabalho?

Pedro

Se procuraríamos para evoluir? Sim

Adriana e Susana

Claro

Susana

Claro que sim

Adriana

Se fosse mais especializado, claro que sim

Pedro

Se bem que no caso de nós os 4 (Pedro, Luís, Susana e Adriana) é um bocadinho diferente

Adriana

Um pouco diferente

Pedro

Porque a nossa otimização de cada modalidade, nós temos de pegar ali nas muitas ou poucas melhorias que houver e transformar aquilo em notas. Pronto, é um bocado diferente. Agora no treino, que se procura resultado principalmente, o melhor resultado possível, acho que aí ainda tinha mais significado essas plataformas. Agora, para nós, era útil também

Susana

Para nós também é útil no sentido em que tu instruis os teus alunos, não é?

Pedro

Sim

Susana

Transmitir-lhes a informação

Pedro

Ficamos mais especializados. Temos mais ideias para mais coisas.

Susana

Claro, atualizas-te a ti e passas a informação para os teus alunos que tenham interesse porque arriscas-te a chegar a uma aula e o teu aluno dizer: 'oh professor olhe isto assim e tu ficas: olhe no final da aula venha falar comigo, está bem?' (risos)

Pedro

A tática não sei quê da modalidade

Susana

E depois vais-lhe dizer: 'olha, desculpa lá mas eu ainda não estou atualizado em relação a essa matéria, depois em casa vou pesquisar

Pedro

Pois, realmente isso ajuda

Susana

Ajuda bastante, acho que no trabalho de todos nós, ajuda.

Luís

Era preciso que o senhor desse *blog* fosse um craque da matéria, não é?

Pedro

Oh, isso tinha que ser participação de várias pessoas

Luis

Porque, por exemplo, até nos jornais desportivos *online* há lá artigos grandes de pessoas ligadas ao desporto, e à Faculdade de Motricidade Humana. Às vezes em vídeos até. Estou a falar do Manuel Sérgio, o Carlos Neto, por exemplo, e que é interessante para nós que os conhecemos, mas se calhar uma pessoa normal nunca abre um vídeo daqueles porque, Carlos Neto, quem é esse? Ah, pronto, e se calhar esse género de pessoas criar essas aplicações ou ser os fundadores

Pedro

Ou pelo menos isso passar por eles

Luís

Ou passar por eles. Acho que era uma, dava reconhecimento, valor e credibilidade a essas aplicações.

Ricardo

Vocês, precisamente como futuros profissionais, viam-se no papel de ter. Ou seja, viam-se a ter esse papel enquanto especialistas nas determinadas áreas para contribuírem para plataformas mais especializadas sobre cada uma das modalidades?

Marco

Se tivesse um retorno

(risos)

Susana

Lógico

Pedro

Sim

Marco

Não vejo por que não

João

Claro. Ninguém trabalha de graça.

Ricardo

Acham que a forma de ultrapassar o conjunto de limitações, para não lhe chamar outra coisa, que existe ao nível do jornalismo desportivo atual, será a recolha de

Adriana

Um trabalho conjunto

Ricardo

Ou um trabalho conjunto

Adriana

É um trabalho conjunto entre os jornalistas e os especialistas da área

Ricardo

Entre jornalistas e especialistas da área

Adriana e Susana

Claro

Adriana

Sem dúvida nenhuma

Pedro

Em vez de ser alguém que só vai porque tem uma boa oratória ou porque vê muito desporto

João

Claro, acho que deve ser sempre assim. O jornalista não vai saber sobre o desporto, sabe as regras...

Susana

Por isso é que um jornalista podia consultar um especialista da nossa área

João

Sim, claro

Adriana

É isso, é o trabalho em conjunto

Susana

Obviamente que aqui tinha de haver sempre um retorno, não é verdade?

João

Não, o especialista da própria modalidade, não é?

Susana

Claro

João

Porque ele de desporto já percebe, se é um jornalista do desporto. Percebe se calhar tanto de desporto como outra pessoa qualquer

Susana

A não ser que o especialista seja teu amigo e te faça um grande favor cada vez que tu queres escrever sobre o assunto, ele dá-te opinião de borla. (risos)

João

Pois, isso também acontece.

Ricardo

Ok, também não tenho muito mais a questionar. Não sei se querem acrescentar alguma coisa em relação ao que falámos aqui. É verdade que estamos centrados na questão do jornalismo desportivo, mas sendo vocês da área há aqui um outro conjunto de questões que nos interessam para depois podermos, para o Renato depois poder estabelecer aqui algumas comparações. Não sei se querem acrescentar mais alguma questão. Se não quiserem, dou por encerrada a sessão.