



Instituto Politécnico de Lisboa
Escola Superior de Comunicação Social

Mestrado em Jornalismo

**A produção noticiosa na agência *Lusa* – O futebol e as
outras modalidades desportivas**

Relatório de Estágio com vista a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo

Frederico André Pantaleão Bártolo

Orientação pela Prof.^a Doutora Anabela de Sousa Lopes

Lisboa, julho de 2016

DECLARAÇÃO

Declaro que este trabalho, requisito obrigatório para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, é da minha autoria. É um resultado de investigação e experiências pessoais e apresenta, na sua totalidade, conteúdo original que nunca foi submetido a outra instituição de ensino superior para a obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Todas as citações encontram-se devidamente identificadas no corpo de texto, notas de rodapé e na bibliografia. Todos os gráficos e quadros de análise são da minha autoria e procuram facilitar a compreensão deste relatório. A estatística *Lusa* representa uma análise quantitativa à produção da agência entre fevereiro e maio. Este relatório foi escrito ao abrigo do novo acordo ortográfico. O autor reserva-se, no entanto, a preservar na grafia anterior todas as citações cuja produção remontem a essa data. Por respeito às competências básicas de Tradução, foram mantidas citações originais em línguas estrangeiras.

Lisboa, julho de 2016

O Candidato:

Agradecimentos

Aos meus pais, por terem cultivado o saber, a curiosidade e a crítica ao conformismo.

À minha orientadora, Anabela de Sousa Lopes, por tolerar os excessos, e encaminhar-me na direção mais correta.

À ESCS, à FLUL e à Agência *Lusa* por fazerem parte do meu percurso.

Aos meus companheiros de redação Ricardo Carvalho, Rita Moura, Alexandra Oliveira, Daniel Berthelot, por serem vocês mesmos, e por não se furtarem a ensinar e a aconselhar-me.

A todos os editores, pelos ensinamentos, pelas explicações linguísticas, pela paciência, pela confiança depositada. Mostro enorme gratidão e confiança expressada diariamente para poder contribuir, evoluir e inserir-me num ambiente de profunda realização, de quem sabe a importância que tem para toda a comunicação social.

Especificando, uma palavra de apreço ao Vítor Rodrigues, ao Pedro Albuquerque e ao Nuno Ferrão, por de forma tão distinta, abdicarem de um pouco da sua disponibilidade para me enriquecer.

Aos meus atletas, por me permitirem contribuir para o seu futuro, e me obrigarem a desenvolver diariamente a motivação, comunicação e liderança.

À Mónica, por ser o elástico, que, de quando em vez, me faz regressar ao planeta Terra.

Resumo

Este relatório almeja ser um contributo para a análise do jornalismo de desporto em Portugal, procurando juntar as principais características de futebol e das restantes modalidades nos estudos comunicacionais que incidiram na persuasão e na influência que o jornalismo tem nos recetores da informação. O trabalho refletirá a formação e prática noticiosa da Agência *Lusa* e ressaltará a importância da agência noticiosa para o panorama desportivo nacional, ora pela sua abrangência ora pelo seu papel de *gatekeeper*.

Será feito um balanço da história desportiva portuguesa e europeia, de forma a explicar a evolução da cobertura mediática e da assunção de conceitos como a Tematização e a Especialização, habitualmente mais conetados com o jornalismo político e económico.

Palavras-chave: Agência Lusa, Modalidades, Desporto, Futebol, Gatekeeping, Agendamento, Mediatização, Tematização, Especialização

Abstract

This internship report aims to be a contribution to the analysis of sports and journalism. It reunites the major characteristics of football and remaining sports in the communication studies that focused their attention on persuasion and influences on the receivers of the information.

This work will reflect the education and the writing process of *Lusa's* agency and it will highlight the importance of the news' agency to the national sport status, either for its diversity or for its gatekeeper role.

It will be done a perspective of the Portuguese and European sports' history, as a way to clarify the evolution of the media coverage and the arising of concepts like Theming and Specialization, usually more connected with political and economic journalism.

Keywords: Lusa, News, Agency, Sport, Football, Gatekeeping, Agenda-setting, Mediatization, Theming, Specialization

Índice

II-	Declaração	2
III-	Agradecimentos	3
IV-	Resumo	4
V-	Abstract	5
VI-	Índice	6

Capítulo 1 – Introdução

1.1	As perguntas de partida	9
1.2	O propósito da investigação	10
1.3	O Estado de Arte	11
1.4	Abordagem Metodológica	12

Capítulo 2 – O Desporto na *Lusa*

2.1	Contextualização de Estágio	14
2.2	História e desenvolvimento da instituição	15
2.3	Uma questão de independência	18
2.4	Caraterização da secção de Desporto	20
2.5	O jornalismo desportivo numa agência noticiosa	21
2.6	Desafios e análise dos profissionais <i>Lusa</i>	24
2.7	O estagiário	27
2.8	A <i>Lusa</i> perante os <i>media</i> : o fenómeno do <i>Gatekeeping</i>	27

Capítulo 3 – O futebol como *mainstream*

3.1	Abordagem sociológica: os dias de hoje	31
3.2	Evolução histórica desde os primórdios à profissionalização	34
3.3	Estudos de persuasão e o princípio do futebol hegemónico	37
3.4	Mediatização do futebol para o Agendamento	39

3.5 Gatekeeping, Agendamento e Agências noticiosas	41
--	----

Capítulo 4 – As modalidades

4.1 Alternância histórica	43
4.2 Paradigmas Europeus	45
4.3 Os protagonistas e a diáspora	46
4.4 O ecletismo: a nova oferta para a (r)evolução	47
4.5 Tematização	50
4.6 Especialização	53
4.7 <i>New Journalism</i> e <i>self-made-news</i>	57

Capítulo 5 – Estudo de Caso: A *Lusa* e os meios de comunicação

5.1 O futebol na Agência <i>Lusa</i>	59
5.2 O futebol da <i>Lusa</i> nos media	62
5.3 As modalidades na Agência <i>Lusa</i>	64
5.4 As modalidades da <i>Lusa</i> nos media	67

Capítulo 6 – Considerações finais

Capítulo 7 – Bibliografia

Capítulo 8 – Anexos

Umberto Eco, Número Zero, 2015: pp.45,46,48 e 78

45/46 – “A astúcia está no pôr antes entre aspas uma opinião banal e, depois, uma outra opinião, mais elaborada, que se assemelha muito à opinião do jornalista. Assim, o leitor tem a impressão de ser informado acerca de dois factos, mas é induzido a aceitar uma única opção como a mais convincente.”

48 – (...) “Fazer notícia é uma bela expressão: a notícia fazemo-la nós e é preciso fazê-la emergir nas entrelinhas. Treinem-se a fazer surgir a notícia onde não existia, ou onde não se sabia vê-la. Coragem.”

78 – (...) «Certo. Os jornais ensinam às pessoas como devem pensar», interrompera Simei.

« Mas os jornais seguem as tendências das pessoas ou criam-nas? »

« Ambas as coisas, menina Fresia. As pessoas, de início, não sabem que tendências têm, depois, nós dizemos-lhas e elas apercebem-se de que as tinham. Não façamos demasiada filosofia e trabalhemos como profissionais. Vá, continue, Colonna ».

“A Lusa só dá uma notícia quando tem a certeza dessa notícia. No meio da comunicação social e da globalização que há hoje em dia, estão todos a dar um assunto e nós ainda não demos. Porquê? Porque não temos a certeza, ou seja, isso cria uma certa segurança e uma marca. Quando a Lusa dá é porque é verdade... É bom que no meio deste jornalismo e do cidadão em que vivemos hoje em dia, em que qualquer um pode ser jornalista, haja alguém que seja fidedigno, que tenha código deontológico, tenha regras a cumprir.” – Paulo Carriço – Editor de Multimédia *Lusa*

1. Introdução

1.1 As perguntas de partida

Durante este relatório procurarei manter o distanciamento e a busca incessante pela justificação de tudo o que se apresente como óbvio e passível de se afirmar sem grandes contradições. Um dos reais problemas das observações metodológicas centra-se no olho subjetivo do protagonista. Não raras vezes, o observador foca o quadro geral, sem atentar às especificidades e às justificações do mesmo.

Seguindo este trilha, tornava-se imperioso questionar algumas das conceções vigentes na sociedade portuguesa (e mediterrânica, porque não dizê-lo?), de forma a contribuir para uma explicação e transformação de alguns paradigmas. Primeiramente, é dado adquirido que o futebol se assume como o desporto mais mediatizado. Até que ponto é que o futebol continua a ser o desporto mais noticiado e qual o seu peso dentro da sociedade? Mais, quais são afinal as razões de sucesso para a cobertura, comumente apelidada de especializada?

Tendo a possibilidade de colaborar na agência noticiosa portuguesa, seria inevitável centrar a minha observação na *Lusa* e procurar perceber a influência da Agência no padrão de qualidade da cobertura desportiva. Até que ponto a *Lusa* realiza uma seleção e produção noticiosa equitativa? Será o futebol a modalidade mais replicada pelos restantes órgãos de comunicação?

Não me furtarei a investigar as características do Desporto em Portugal para abordar conceitos fulcrais deste relatório. Se pudesse dividir em dois panoramas esta investigação, no plano concetual estariam o *Gatekeeping*, a Teoria do Agendamento e a

Mediatização, Especialização e Tematização. Por outro lado, no plano temático será concretizada uma ligação entre *Lusa*, futebol, restantes modalidades e a comparação entre estes três vetores. Em suma, poderemos considerar todo o panorama de jornalismo desportivo como um jornalismo especializado? Estará o *gatekeeping* ligado umbilicalmente ao predomínio de uma modalidade perante as restantes?

1.2 O propósito da investigação

Este trabalho de investigação incidirá no respeito e na valorização do pluralismo inerente a uma agência noticiosa. Colocando o Desporto no centro, por ser a base do relatório, mas por se ter assumido como o ponto de maior produção durante este estágio, haverá certamente um carácter inovador ao abordar a secção de Desporto na *Lusa*. Mais importante que a caracterização da secção, relevarei em profundidade a atenção dada às modalidades, procurando comparar agências noticiosas com diários, rádios e televisões. Entendo ainda que abordar conceitos tão fundamentais à consciência do jornalismo atual, com um estudo de escolha noticiosa e de tratamento de informação, serão sempre contributos importantes para a comunicação social, e em última análise para a instituição que me irá acolher.

Para concretizar esta aposta de inovação está o tentar conciliar temáticas estruturantes que remontam ao estudo das bases do jornalismo com a atenção atribuída a um género temático em óbvia expansão, digamos mesmo em profunda consolidação. Parece-me especialmente importante valorizar esta ligação umbilical neste trabalho, visto os estudos fundamentais da persuasão e dos critérios de notícia se focarem maioritariamente nas ditas *hardnews*, de Política e Economia. Um dos objetivos secundários consistirá também na relativização desta definição de *hardnews* quando em causa estiverem as reflexões entre Tematização e Especialização.

1.3 O Estado da Arte

Sem poder antever os resultados de noventa dias de investigação, torna-se vital suportar estoicamente os objetivos da investigação com pressupostos passíveis de investigar. Neste capítulo debruçar-me-ei sobre a literatura direcionada para as componentes teóricas do trabalho de investigação que levarei a cabo, antecipando o que foi estudo e os resultados obtidos. Partindo do geral para o específico, é notória a discrepância entre duas áreas científicas: o Jornalismo e o Desporto. O meu principal propósito será cruzar vetores, estabelecer paralelismos que nos permitam encarar como áreas concertadas. Nesse sentido, a literatura que interseja estas duas realidades tão distintas é praticamente inexistente. Foi feita uma pesquisa pelos repositórios nas instituições portuguesas de renome que estudam a Comunicação Social e o Desporto, procurando dentro dos principais definidores do jornalismo referências que cruzem Desporto e Comunicação Social. Se da parte das instituições desportivas não foi possível retirar algo demonstrativo (nas formações de Desporto, treino e atividade física, a comunicação social não é uma doutrina ensinada), nos estudos comunicacionais existe alguma ligação direta com o Desporto e até com o futebol.

Em primeiro lugar, abordarei a componente teórica do jornalismo. A base deste relatório inicia-se na comunicação de massas e nos estudos de persuasão dos Estudos Culturais, passando pela consciência da eliminação da manipulação para o eclodir de influências várias que derivam já do processo de participação dos cidadãos na produção e adaptação noticiosa. De seguida, sustentarei o processo acumulativo de aquisição de comunicação na sociedade e o papel da mediatização na definição de notícia. A finalizar, apresentarei o núcleo teórico deste relatório de investigação incidindo nos conceitos de *Gatekeeping*, Agendamento, Tematização e Especialização.

A segunda fase deste relatório será necessariamente mais empírica, valorizará a estatística e análise da amostra consagrada, incidirá diretamente na realização de tarefas em funções na *Lusa* e atentarà a componentes específicas da secção de Desporto. É nesse âmbito que usarei referências das variadas secções de Desporto em variados meios de comunicação, pegando também em estudos específicos sobre componentes isoladas da área desportiva, para o retrato sociológico que apresentarei. Este relatório não é mais que um contributo no estudo do Desporto, área ainda pouco explorada, como sustentado por Domingos e Neves (2011:14): “O Desporto tem sido evitado pelas várias

áreas de especialização por que se tem dividido a análise do passado e do presente. Os *sports* vêm-se assim relegados para um lugar secundário tanto nas agendas dos estudiosos da cultura erudita como nos projectos de antropólogos e outros investigadores do popular.”

1.4 Abordagem metodológica

Neste relatório de estágio, perspetivo a consolidação de uma abrangência metodológica própria da Triangulação. Partindo do modelo circular de Flick, levantar-se-ão hipóteses a verificar depois do estudo de base teórica. Posteriormente, a amostragem e a coleta de dados permitirá análises descontextualizadas, mas também comparadas, de forma a prever e calcular regularidades e irregularidades. Quando refiro a Triangulação, ambiciono ilustrar comparativamente várias formas de fontes (quanto mais fontes maior o padrão de análise), métodos (analisar quantitativamente e qualitativamente) e teórica (contrastar modelos e teorizações sobre especificidades e correntes jornalísticas).

Em termos de análise não-interferente será feita uma análise material quantitativa, procurando dividir em dois parâmetros a observação: a microanálise – uma análise sistemática não-participante com interpretação e registo de estilo e de regularidades; e a macroanálise – olhar extensivo para outros meios e estudo das suas organizações e regularidades, sempre em comparação com a instituição de estágio. Procederei neste âmbito a uma amostra não-aleatória aos *sites* dos diários generalistas *Público*, *Expresso*, *Correio da Manhã*, *I*, *Observador* e *Diário de Notícias*; aos desportivos *Record*, *A Bola*, *O Jogo*; às estações de rádio e de televisão *TVI*, *RTP*, *SIC*, *Antena 1*, *Renascença*, *TSF* e aos ditos ‘aglomeradores de notícias’ *Diário Digital*, *Sapo* e *Notícias ao Minuto*. A amostra representará a quantidade de notícias e a sua dispersão entre futebol e modalidades, focará a diferenciação de cobertura entre meios e visará perceber o relevo e participação da agência *Lusa* em todos os objetos analisados. A amostra foi obtida durante o período de estágio, considerando-se a análise total dos meios de comunicação de forma faseada. A estatística representará a produção noticiosa do dia. De forma a perceber a diferenciação de conteúdos desportivos, a amostra será dividida por meio, ou seja, alternar-se-á a amostra entre jornais generalistas, Desportivos, rádios e televisão.

A observação participante ou participação ativa corresponderá à maior fonte de aprendizagem e será elemento de constatação de estilo, regras e critérios a utilizar, sempre com a dualidade de enquadrar o processo e uma equipa de produção homogénea à necessidade de distanciamento e reflexão perante o meio envolvente: “... embora se envolva no quotidiano de vida daqueles que estuda, o pesquisador deve sempre manter um certo distanciamento no seu relacionamento com aqueles que está estudando” (Franciscato, 2006:8 *apud* Nunes, 2013:6). A escolha da observação participante assumir-se-ia sempre como fundamental, já que resume a experiência de um profissional do jornalismo, reunindo a intensidade e a deontologia da investigação, pesquisa, seleção e produção noticiosa.

De forma a exibir uma visão ampla da produção da *Lusa*, efetuei entrevistas clínicas aos elementos da secção de Desporto. Tendo em conta os principais focos temáticos, tive conversas exploratórias com o historiador Francisco Pinheiro, de forma a apurar o efeito sociológico do Desporto na comunicação e na opinião pública, regendo-me pelas obras fundamentais de Ricardo Serrado, Jorge Pedro Sousa e os trabalhos de investigação de José Neves e Nuno Domingos.

“A *Lusa* continua a ser uma ‘bengala’ de muitos meios de comunicação (90% dos ‘online’). Não se esgotou e continua a fazer todo o sentido, embora também seja ela própria afetada pelas dificuldades dos seus clientes. Em todo o caso, é difícil entender o país sem uma agência noticiosa. As novas áreas do ‘instantâneo’ – das redes sociais, dos ‘clippings’ de notícias, da tecnologia existente – fazem parte de um caminho que a *Lusa* não pode perder: tanto na eficácia, como na qualidade e celeridade da informação.” – Rita Moura – Jornalista da *Lusa* secção de Desporto

2. O Desporto e a Lusa

2.1 Contextualização do estágio

O Jornalismo vive a maior segmentação da sua história. A crescente formação do jornalista, a proliferação dos meios de comunicação social e a consequente saturação das *‘hardnews’*, motivaram os profissionais encartados a procurarem secções mais aprazíveis e ligadas à sua preferência. O Desporto tem sido uma das áreas de maior crescimento no século XXI. Beneficiando da espetacularidade das transmissões das variadas modalidades, tornou-se peça central dos noticiários ao aproveitar a identificação clubística como um dos principais motivos de diálogo e identidade cultural, logrando a aproximação a uma sociedade cada vez mais ligada aos *hobbies*, ao lúdico e à prática desportiva: “A emergência de actividades de lazer de uma configuração social caracterizada pelo progresso da divisão social do trabalho, pelo aumento das interdependências entre indivíduos e pela construção do Estado moderno, delimita a cronologia da história do Desporto... O Desporto juntou audiências movidas pelo interesse em observar as proezas desportivas, mas também a identificação com equipas e associações” (Domingos e Neves, 2011: 8;9).

Por tudo isto, tornou-se para mim imperativo realizar um estágio nesta especificidade do jornalismo. A valorização profissional, a apetência específica, a paixão pelo resultado e pela competição, adjuvados por mais de uma década de prática desportiva, mais recentemente em gestão e condução de atletas, são o condimento para a eleição do Desporto como destino profissional ambicionado. Ao que se incrementa a possibilidade

de enriquecer a prática profissional, numa área onde já estagiara n'O Jogo, e à produção noticiosa para as modalidades, no caso um blogue de ciclismo.

Ao partir para o esboço deste relatório de estágio, tive em mente a procura de um conceito temático diferente. Não sendo o Desporto o meio mais comum para quem se disponibiliza à *Lusa*, procurei apostar em estudos relevantes, mas complexos do jornalismo, partindo de uma secção que habitualmente não é estudada do ponto de vista dos efeitos de comunicação, dos critérios de notícia ou das fontes de informação. Mais do que optar pelo tradicional, proponho-me a analisar a quantidade e qualidade noticiosa que deriva da *Lusa*, de forma a sustentar a questão das modalidades, a Especialização e o impacto comparativo entre o produzido e o emitido pelos diários.

A *Lusa* era a escolha natural para este estágio curricular, tanto pela aprendizagem como pelos conceitos a abordar neste relatório. A empresa noticiosa para a qual contribui representa um filtro de seleção fundamental à comunicação social, possibilitando um estudo de excelência da teoria do *Gatekeeping*. Ao afastar as não-notícias e ao privilegiar focos diversificados, a *Lusa* torna-se um elemento decisivo para a comunicação social e para a própria população, garantindo uma cobertura ampla, objetiva, sem preferências pessoais vincadas, um derradeiro bastião de *Gatekeeping*, na medida em que coloca o máximo de informação disponível a consumir, ficando depois a cargo dos *media* e dos seus clientes a eleição das preferências.

Numa questão de evolução profissional, a Agência *Lusa* pareceu-me uma etapa necessária à minha progressão enquanto jornalista. O respeito absoluto pelos códigos deontológicos, a busca e produção noticiosa de base e a padronização de estilo como símbolo de qualidade influenciaram a preferência para este estágio.

2.2 História e desenvolvimento da entidade

Segundo a definição da *UNESCO*, uma agência de informação “é uma empresa que tem por principal finalidade procurar notícias e, de um modo geral, documentos de actualidade que tenham exclusivamente como objectivos a expressão ou a representação dos factos e a sua distribuição a um conjunto de empresas de informação e, excepcionalmente, a particulares, procurando garantir... um serviço de informação tão completo e imparcial quanto possível” (Shrivastava, 2007: 1;2).

Na sua génese, as agências tinham o propósito de espalhar ao Mundo o bom nome e a influência do país de origem. A *Havas* (Agência francesa) alumiu a Europa em 1835 e foi decisiva a passar a mensagem de Napoleão III¹, motivando a criação da *Reuters* (Inglaterra) e da *Wolff* (Alemanha). Os Estados Unidos da América perceberam que a única forma de combater o domínio Europeu seria através de uma aliança entre periódicos. Não tardou a que a Europa deixasse de ter a hegemonia noticiosa, muito porque permaneceu irreduzível em promover a concertação entre agências rivais.

Se o equilíbrio se manteve durante sessenta anos, no decorrer da I Guerra Mundial tudo se alterou. Os Estados Unidos apostaram na internacionalização e aproveitaram da melhor forma o estado de guerra que se vivia na Europa. Os repórteres foram estrategicamente colocados e deram uma versão da história bem mais objetiva que os concorrentes europeus, consolidando a pirâmide invertida² *in loco*, em detrimento da propaganda política e de negligência de rigor dos profissionais europeus. Em Portugal, o Vintismo (movimento onde radicaram os primeiros ideais liberais), as influências francesas e um maior equilíbrio social permitiram o desenvolvimento do Jornalismo em Portugal. O Diário de Notícias representa o primeiro padrão de qualidade³ da comunicação social em Portugal, todavia o mercado era meramente nacional e todo o contato exterior era feito pela Agência Havas, muitas vezes sem a atualidade necessária.

O ano de 1944 marca a iniciação do país em termos de agências noticiosas. A Agência *Lusitana* teve como principal missão espalhar a mensagem Salazarista ao Império Ultramarino. Só com o apoio de Marcello Caetano, Salazar cedeu e permitiu que a Agência avançasse, sempre com uma dicotomia bem definida: “Sem um estatuto jurídico definido, a atividade da primeira agência de informação portuguesa foi marcada desde a fundação por um contraditório equilíbrio entre informação e propaganda” (Santos, 2007:64).

Três anos depois da *Lusitânia* surgiria a ANI (Agências de Notícias e Informação), que se comprometia a manter a equidistância do Estado-Novo. Ganhou terreno sobre a

¹ Primeiro Presidente da República francesa, empenhado em expandir a relevância do país ao mundo, quebrando a política isolacionista vigente

² Defendida pelos teóricos como de criação norte-americana, a verdade é que a técnica da pirâmide invertida era já usada pela retórica grega, na célebre fórmula *logos, pathos, ethos*

³ Foi o primeiro meio a apresentar a notícia como uma coleção de factos, mas, na altura, foi considerado populista pela linguagem pouco cuidada, fugindo ao jornalismo mais ligado aos folhetins e à crónica de autor

Lusitânia por ter profissionais e recursos técnicos superiores e por congregar cobertura nacional e internacional, (repórteres internacionais e acordos). A Revolução dos Cravos de 1974 aumentou as ambições de objetividade e independência. Nesse sentido, procedeu-se à criação da ANOP (Agência Noticiosa Portuguesa), uma agência que, apesar da forte presença internacional, não subsistiu mais que oito anos. Acusada de prejuízos e de hegemonia noticiosa, deu-se o mote para uma parceria de vinte e uma empresas para o lançamento de uma nova agência: a NOP, que não duraria muito tempo, dando origem a uma fusão que levaria ao nascimento da *Lusa*: “A *Lusa* é herdeira direta da evolução histórica das agências noticiosas em Portugal, resultando de um processo que, sendo inaugurado pela *Lusitânia*, continuou na Agência Nacional de Informação, na Agência Noticiosa Portuguesa e na Notícias de Portugal. Assim, é provável que seja a depositária histórica de elementos, convenções profissionais, ideologias e culturas que se foram desenvolvendo nessas organizações” (Sousa, 1997:26).

A gênese da *Lusa* teve contornos de união muito especiais. Havia o compromisso de que a agência portuguesa deveria reunir todo o material noticioso, sempre de forma objetiva e imparcial, devendo ser economicamente sustentável. Apesar de afastada a ideia de propriedade do Estado, a *Lusa* assumiu-se num misto de iniciativa privada e instituição pública, capaz de garantir o livre-trânsito noticioso em Portugal, nas Comunidades Portuguesas e em todo o Mundo. Apesar da instabilidade diretiva e financeira, a *Lusa* expandiu-se com repórteres espalhados pelo Mundo, especialmente nos países de língua oficial portuguesa. Dividida em cinco secções (Desporto, Nacional, Comunidades, Economia, Internacional) foi na última que se destacou, representando, no final dos anos 80, o monopólio da informação que vinha além-Portugal. A falência técnica de 1997 fez com que o Estado procedesse à nacionalização, com respetivo saneamento, de forma a preservar uma instituição de serviço público.

A aposta na diversidade tem sido constante da agência, de que são prova o lançamento das plataformas de rádio e de televisão. A nacionalização não deixa, contudo, de ser uma ameaça à sobrevivência da *Lusa*. Mesmo que, no decorrer dos anos, a aposta na diversificação tenha sido uma mudança relevante, tal como explica João Pedro Simões em conversa (maio de 2016): “Temos clientes de vários tipos, normalmente assinam serviços pela editoria. Esses, regra geral, recebem os textos integralmente. Há outros que requerem adaptações desse noticiário, tal como os que pretendem as notícias de

última hora, com a possibilidade de receber essas informações electronicamente, ou o ‘*lusaweb*’, normalmente contratualizado com as empresas que têm portais na *internet* e que, com este serviço têm notícias com o chamado ‘feed’ direto [que entram diretamente nas páginas].

2.3 Uma questão de independência

Inicialmente, as agências noticiosas resumiam um âmbito de iniciativa privada, de valência e procura de singularidade no mercado. Progressivamente, foram estabelecendo parcerias com os jornais de forma a não só partilharem informação de qualidade, mas preservarem-se em caso de risco financeiro. No entanto, as agências foram perdendo a influência e começaram a ser utilizadas principalmente para efeitos internacionais, algo que hoje ainda persiste. Não compensando ter enviados especiais em todo o planeta, recorre-se a um alinhamento com as agências nacionais e também internacionais. O passo seguinte acabou por ser a nacionalização de grande parte das agências noticiosas, ora por questões de saneamento financeiro, ora por importância de serviço público. Na maioria dos casos, ambas andam ligadas.

O caso português reflete uma instabilidade vincada, ainda mais relevante se pensarmos no quão recente é a prática jornalística sem censura. O jornalismo, exemplo de apologia republicana, num desejo intenso de aumentar a escolaridade e a abrangência noticiosa para a população, acabou fortemente condicionado pela I Guerra Mundial e, conseqüente, afundamento da 1ª República e ascensão de Oliveira Salazar.

O certo é que uma agência nas mãos do Estado representará sempre considerações dúbias. De cooperativa de interesse público, a *Lusa* passou a uma sociedade de capitais maioritariamente públicos, abandonando a nomenclatura de Agência *Lusa* de Informação para dar lugar à *Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A.* Hoje, a Agência *Lusa* assume-se como uma instituição dividida em variadas parcelas, segmentada fundamentalmente num tridente composto por Estado, *Global Media Group* (anterior *Controlinveste*) e *Impresa*⁴.

⁴ 50,14% - Estado Português; 23,36% - Global Media Group; 22,35% - Impresa – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A.; 2,72% - NP-Notícias de Portugal, CRL; 1,38% - Público-Comunicação Social, S.A.; 0,03% - Rádio e Televisão de Portugal, S.A.; 0,01% - ‘O Primeiro de Janeiro, S.A. e 0,01% - Empresa do Diário do Minho, Lda. – Site www.lusa.pt

Atualmente, a *Lusa* pode afirmar-se como económica e financeiramente sustentável, mas continua a usufruir de contratos anuais e plurianuais que compõem a principal *tranche* de rendimentos da agência. Mesmo adiantando que a imparcialidade noticiosa não tem sido recorrentemente posta em causa, Jorge Pedro Sousa (1997:23) sintetiza: “[Face à dependência do Estado] (...) pode decorrer alguma governamentalização e alguma instabilidade, quer ao nível da Administração, quer ao nível de Direcção de Informação. (...) Além disso, sendo a *Lusa* subordinada aos interesses tácticos e estratégicos do Estado e do Governo, a liberdade de acção dos seus jornalistas e a política editorial que pratica serão hipoteticamente constringidas.”

O melhor e mais recente exemplo desta dependência estatal emergiu com a crise económica, que fundamentou o Governo a aplicar cortes acima dos 30%. Em 2011, encetou-se um processo de reestruturação que implicou redução de salários, rescisões amigáveis com colaboradores e abandono de determinadas áreas geográficas. Mesmo em termos de liberdade de imprensa, é dúbio considerarmos que a censura (qualquer que seja a sua forma) terminou com o fim do fascismo.

Na redacção, pude aperceber-me de que os constringimentos à informação derivam da redução dos quadros e do volume noticioso, muitas vezes vertiginoso para quem edita e para quem escreve as notícias. O Desporto agrega a preocupação constante em seguir portugueses nas várias provas, promovendo o objetivo de divulgar não só a componente nacionalista – inerente a uma agência noticiosa – como também a cobertura das modalidades. É, aliás, neste âmbito que se torna fundamental o carimbo *Lusa*, na forma como abarca e influencia a predisposição e o acréscimo das modalidades.

Os contratos de serviço público incumbem a *Lusa* de fazer chegar a notícia, com maior factualidade, e maior rapidez, se possível, beneficiando da rede de correspondentes. Mas, mesmo no que toca à produção de redacção, são alinhados jornalistas por modalidade e por evento, o que fornece aos diários, televisões e desportivos uma elaboração noticiosa variada.

Em termos de serviço, os jornalistas têm consciência de que existe urgência em dar os principais resultados e feitos das modalidades mais importantes ou dos portugueses nas mesmas. É de extrema importância que a agência deva garantir uma abrangência nacional que permita servir os interesses dos restantes meios de comunicação, que não podem/optam (por) deslocar-se. Daí a previsibilidade da agenda. Também dentro dos

comunicados de imprensa existe a distanciação entre notícia de evento e notícia de serviço público ou cliente. Tanto se noticia os resultados dos portugueses na vela, por intermédio de uma informação de assessor, como se escreve, valorizando uma iniciativa de cariz social, o chamado serviço público.

2.4 Caracterização da secção de Desporto

A *Lusa* rege-se convictamente pelo seu livro de estilo e pela sua consciência de responsabilidade para com os clientes a quem presta serviço. Mais do que demonstrar respeito pelos utilizadores como num periódico deve acontecer, uma agência noticiosa representa o baluarte da informação imparcial, descomprometida e fidedigna, sapiente da indiscutível importância que representa para uma sociedade democrática. A *Lusa* sabe de antemão que as suas notícias têm um impacto imediato nas produções dos restantes meios de comunicação social e celebra essa parceria com a maior cautela possível na confirmação de fontes e na verificação de factos. A tríade fonte/facto/escrita imparcial resume, em grande medida, o processo base da notícia de padrão agência.

A secção de Desporto da *Lusa* assume contornos e especificidades próprias, centrando-se na cobertura de várias modalidades durante diferentes períodos de tempo. Durante a madrugada e o início da manhã, procede-se de forma semelhante às outras editorias: os enviados de Macau ficam responsáveis pela produção noticiosa e os piquetes vão reunindo informação e produzindo notícias tendencialmente mais curtas. Esta função exige uma compreensão total de temas e de derivações entre secções e garante um acompanhamento real, de 24 horas, sete dias por semana.

Posteriormente, a edição e produção noticiosa começa, tal como nas restantes editorias, entre as 8h00 e as 10h00, aumentando, no caso do Desporto, ao longo das horas. Mais do que uma distribuição de eventos e de fusos horários, é tradicional a especificidade da própria modalidade, sempre com uma agenda anotada pelos editores da secção. Atletismo e os desportos de velocidade costumam ocupar a manhã, enquanto ciclismo e ténis estão habitualmente programados para a tarde. Já as modalidades coletivas, de destaque o futebol, têm como tradicionais os horários noturnos. O basquetebol, por exemplo, é a típica modalidade de meia-noite, já que o fuso horário norte-americano determina a produção para essa hora ou para a manhã seguinte.

O jornalista de Desporto tem, tradicionalmente, uma maior produção durante períodos que os companheiros de agência de outras editorias não têm. E isso acresce e torna-se, por demais evidente, ao fim de semana. A competição desportiva está centrada ao sábado e domingo e o filtro nestes dias é mais circunscrito que em dias de acalmia.

Em relação à organização interna da editoria existem quatro categorias: os redatores, os editores, os colaboradores e os correspondentes. Com vários editores que partilham entre si focos noticiosos, atenção às agências e correção de todas as peças que vão para a linha, sobram os redatores, maioritariamente destinados à produção na editoria, havendo uma parte destes, tipicamente os colaboradores, que estão responsáveis pelos acompanhamentos em direto, entrevistas e conferências.

A sexta-feira assume-se como o dia primordial das conferências de imprensa de antevisão dos jogos da I e II Liga portuguesa de futebol, enquanto o fim de semana representa a apoteose de todas as modalidades, com eventos ao minuto, dos mais variados países. É nesse âmbito que a rede de correspondentes assume uma importância extrema. Deslocados por todo o país, abarcando mais que um concelho, estes jornalistas são responsáveis por resumir e recolher toda a informação relevante, para que esta possa ser fiel e rápida a chegar à redação. Aí surge o trabalho de edição dos editores, dentro de uma redação que tem os redatores concentrados na produção dos jogos dos três grandes e dos campeonatos e competições internacionais, sem descuidar as modalidades, que, habitualmente, estão mais espaçadas no tempo.

Os correspondentes, tanto a nível nacional como internacionalmente, estão padronizados para uma função quase em forma de piquete. Durante a semana contribuem para as editorias de País e de Sociedade, cobrindo notícias locais, regionais e distritais da mais variada índole, para depois, ao fim de semana, assumirem uma ligação ao Desporto e às suas respetivas especificidades. E isso é um contributo indispensável para a pluralidade e para o descentralismo da notícia *Lusa*, um dos grandes produtos nobres da editoria de Desporto, que tem uma relevância máxima em eventos desportivos que não contam com jornalistas de outros meios de comunicação.

2.5 O jornalismo desportivo numa agência noticiosa

No primeiro de cinco dias de formação editorial, a excelência da experiência foi base importante para nos entrosarmos na realidade de agência. No meio de todas as regras de

conduta e de estilo a cumprir, foram salientadas especificidades de cada secção, tendo a editoria de Desporto recebido o epíteto de “lugar da linguagem colorida”. Contextualizando a afirmação, mais do que ser despropositada ou demeritória, referia-se a uma maior liberdade descritiva que noutras editorias, salientado, por exemplo, com o uso de adjetivação, quando esta é claramente apontada como um inimigo à objetividade de agência. Além disso, sugeriu-se que os padrões de agência, de noticiar o factual, eram, por vezes, prejudicados pelo comentário, mesmo ficando claro que a parcialidade e a subjetividade dos diários desportivos não vingavam na editoria de Desporto.

Primeiramente, o Desporto lida com o rumor e com a suposição fácil dos Desportivos e dos seus intervenientes, o que dificulta a importância e disseminação do trabalho de agência. Contudo, quem ali trabalha sabe as repercussões de uma fonte não-credível e opta por valorar a produção factual e fundamentada. O que foge muito ao imediatismo e sucessiva produção das notícias de desporto. Na editoria onde estagiei, a notícia tinha três possíveis origens: a de evento, a de agência e a de meios de comunicação ou *press releases*.

O acompanhamento das várias modalidades e a cobertura dos resultados dispensa, por si só, o uso de fonte, ficando na redação o cunho próprio que fará da notícia uma placa giratória para os restantes meios de comunicação. Por outro lado, a base noticiosa internacional (sem portugueses em competição) é ditada pela produção *France Press* e da espanhola *EFE*. A capacidade produtiva destas mostra a relevância europeia, mas a notícia é um rascunho para a versão portuguesa, sempre com objetivos e especificidades próprias, que leva a que a esmagadora maioria das peças em linha dessas agências não sejam aproveitadas para a nossa produção. No final, está a importância do serviço público e de atentar ao cliente e ao ecletismo, com a *Lusa* a noticiar através de fontes, federações, associações ou clubes, sempre com o critério de informação em primeiro plano.

A *Lusa* avalia diariamente os desportivos, os generalistas e os meios *online* para fundamentar produção própria e conduzir ao consumidor a informação mais completa e diversa, mas filtra cuidadosamente a notícia do rumor, privilegiando a atualidade. Mais, é vital esclarecer que a informação só é transmitida depois da confirmação exaustiva de uma ou mais fontes. Em março, a crítica de Cristiano Ronaldo aos companheiros do Real Madrid acarretava a confirmação quase assumida de que o português sairia do

clube espanhol. A editoria de Desporto investigou e descobriu que a fonte primária de notícia era uma publicação *online*... catalã. Ao contrário da generalidade dos meios de comunicação que a apontou como um ‘furo jornalístico’, na *Lusa* não se deu credibilidade a um meio de comunicação duvidoso e umbilicalmente ligado ao FC Barcelona, logicamente empenhado na desestabilização do goleador do arquirrival. De igual modo se procedeu quando se tomou conhecimento de uma futura transferência de um futebolista, mas que, sem a autorização da fonte contactada pelo jornalista, não era viável noticiar.

No entanto, e regressando um pouco ao estilo e à escrita, é praticamente abolida qualquer tipo de adjetivação, especialmente aquela que seja passível de ser substituída por um relato ou resumo mais narrativo e factual. Até no título, é visível que a *Lusa* evita aproximações à realidade televisiva ou radiofónica, privilegiando a informação ao engano de frases com duplo sentido.

No *lead*, a *Lusa* valoriza padrões muito específicos. A atualidade – com a referência de data de notícia –, a origem, o respeito pela localidade/nacionalidade e pela fonte, mas também a modalidade aliada ao protagonista. Por mais que o vulto seja sobremaneira reconhecido, é imperativo haver uma referência que clarifique a prova, o evento e a modalidade que motiva a notícia.

Finalmente, o Desporto costuma reunir alguma crítica de mesclar a análise empírica e o comentário. Logicamente, o desempenho e o mérito/demérito são facilmente notabilizados. O que proporciona que a editoria de Desporto seja mais exaustiva em análise e comentário do que noutras que noticiam e exploram factos. A componente avaliativa do Desporto reflete a predisposição do adepto e da audiência de procurarem constatações rápidas, que tem desvirtuado a mera crónica do jogo pela crítica do mesmo. A *Lusa* coloca a notícia e a descrição objetiva dos resultados, classificações e percursos, acrescentando pormenores contextuais sempre que acompanha em direto as provas que noticia, seja *in loco* ou na redação.

Contudo, ciente da necessidade de ser relevante nas principais modalidades, a agência aliou o comentário à sua produção, só que sem abdicar da factualidade e objetividade. Assim, principalmente no futebol nacional, nos jogos de Benfica, FC Porto e Sporting, divide-se antecipadamente a produção variada, com jornalistas atribuídos para notícia, síntese e comentário, preservando diferenciais de subjetividade. O processo de edição

está estabelecido. Primeiro, noticia-se o chamado *flash*, a notícia breve. De seguida, a notícia, com marcadores, resultados e incidentes principais, e, no pós-evento, as declarações dos protagonistas. Para depois se concretizar, já com algum avanço de hora, a crónica/comentário que representa a subjetividade própria do género, dentro do cunho informativo e imparcial de que se congratula a *Lusa*. Toda esta produção só é justificada nos eventos de maior mediatismo, grande parte deles de futebol, e responde ao apelo dos clientes, obrigando a uma gestão conseguida de jornalistas e de estilos a aplicar. À medida que os eventos vão decorrendo, a *Lusa* vai fornecendo a todos os órgãos de comunicação as actualizações de classificação, resultados e marcadores. Ainda assim, o motociclismo e as principais voltas no ciclismo têm já notícia de três parágrafos, antes de uma análise mais profunda da prova.

2.6 Os desafios e a análise dos profissionais *Lusa*

Como observador participante, considerei de maior relevância juntar às minhas próprias considerações algumas opiniões de quem tem feito parte do desenvolvimento da Agência *Lusa*. João Pedro Simões exerce funções de editor-adjunto de redação, tendo passado por todas as editorias, com dez anos de ‘casa’, sete dos quais no desporto. Rita Moura é redatora, cumpre a 22.^a temporada na *Lusa*, e mesmo tendo contribuído sazonalmente para outras editorias, o Desporto e o ‘seu’ Benfica são o seu percurso.

Ambos concordam que o desenvolvimento da *Lusa* tem estado condicionado por limitações económicas, mas salientam o peso específico da agência na opinião pública e na missão de contribuir para uma sociedade mais informada: “Não consigo falar em crescimento, devido à quebra acentuada no número de trabalhadores. No entanto, posso admitir que houve um desenvolvimento, fruto da maior diversidade de serviços ‘oferecidos’ pela *Lusa*, promovendo uma maior influência da agência nos restantes órgãos de comunicação social. Desde a agenda, à previsibilidade da nossa cobertura, que são e terão de ser sempre assegurados pela *Lusa*, permite-se que os outros órgãos se dediquem a investigação própria”, conclui João Pedro Simões.

Também Rita Moura, com uma perspetiva mais experiente, dá-nos conta de algumas alterações na ‘rotina jornalística’: “O paradigma mudou ao longo destas duas décadas. O crescimento fez-se não só no aumento dos seus recursos humanos, mas em toda uma outra conceção de jornalismo, com uma maior rapidez de processos. Há pouco mais de vinte anos não havia *internet*. Perdeu-se, não só na *Lusa*, mas em todo o jornalismo,

alguma capacidade de reflexão na notícia. A *Lusa* é um grossista de informação. Subsiste a ideia: «se a *Lusa* diz é porque é verdade». A sua importância avalia-se não só pelo rigor, mas pela mancha global que a *Lusa* abrange, interna e externamente”.

Abordando os serviços e a cobertura, João Pedro Simões dá conta da produção da agência, atentando à questão da comparação entre modalidades, mostrando-se convicto que a “viragem para o jornalismo apelativo” não é má, desde que se preserve “a capacidade de noticiar e reagir à atualidade”: “A *Lusa* oferece uma cobertura muito mais homogénea para as restantes modalidades. Há algum tempo, somei a quantidade de notícias por modalidade. Atletismo, ténis, ciclismo, andebol, basquetebol, futsal e hóquei tinham resultados muito semelhantes, algo que não ocorre em nenhum generalista. A cobertura da *Lusa* é necessariamente previsível, tem de assegurar o essencial no território nacional, assim como os principais destaques de representações portuguesas no estrangeiro.

Rita Moura partilha a consciência da hegemonia do futebol, mas aponta “um desinvestimento, por questões orçamentais,” como impedimento para um “acompanhamento mais transversal de várias modalidades”: “Focando-me na editoria do Desporto, penso que se fazem milagres. O número de profissionais diminuiu, mas isso não se reflete no trabalho que sai para a linha. Talvez falte maior produção própria. Não só na notícia, mas nas reportagens e entrevistas, ou até em acompanhamentos no estrangeiro. O futebol domina, por mercado e interesse público. O que não invalida que a *Lusa* tenha, até pela vertente de serviço público, de cobrir outras modalidades”.

Terminando esta conversa sob a perspetiva mais pessoal, com os enfoques nas hierarquias, haveria necessariamente algumas situações díspares entre ambos. João Pedro Simões considera que a maior dificuldade na sua posição de chefia é “coordenar a cobertura, dentro das limitações existentes e da quantidade de eventos”, não se furtando a falar das discórdias com redatores: “As maiores resistências decorrem do meu largo critério de noticiabilidade e da minha tentativa em acelerar a divulgação de notícias. Julgo que, se a redação e os redatores fossem mais participativos, com sugestões ou tentativas de contatos, a dependência dos editores iria atenuar-se, porque se criaria uma agenda própria e um acompanhamento particular de assuntos e fontes”.

Como redatora, Rita salienta a relação de respeito e de abertura para com os editores, explicando alguma da subjetividade e do preconceito: “Ser mulher no Desporto ainda é encarado com alguma reserva, mas as hierarquias sabem do que sou ou não sou capaz. Existe uma perceção correta da parte de quem chefia, em relação às áreas nas quais

podem extrair o melhor de cada redator. Embora exista uma preocupação de uniformização de critérios, há sempre a subjetividade: um valoriza isto, outro valoriza mais aquilo, um tem um estilo de escrita, outro tem outra. O que sai para os clientes não evidencia assim tanto se está *x* ou *y*”, remata.

Em jeito de conclusão, os profissionais *Lusa*, a quem tanto agradeço pelo contributo, sintetizam os principais desafios às agências noticiosas. Desde a instantaneidade do ciberespaço, ao imediatismo, a comprometerem não só o rigor como a produção noticiosa ou à sustentabilidade e futuro das agências, relevou-se a visão interna de um tema já teorizado: “Questões como as redes sociais, a interação com o consumidor, o peso do jornalismo de cidadão, a pluriespecialização e as redacções integradas, a propriedade e o monopólio da notícia, são tudo dimensões em jogo neste processo de transição rápida, onde o que é local se torna global, onde o ciclo de vida da notícia é quase efémero e a antecipação da divulgação da mesma define os mais e menos capazes a reagir à mudança e a marcar uma posição no mercado” (*Obercom*, janeiro 2016:4).

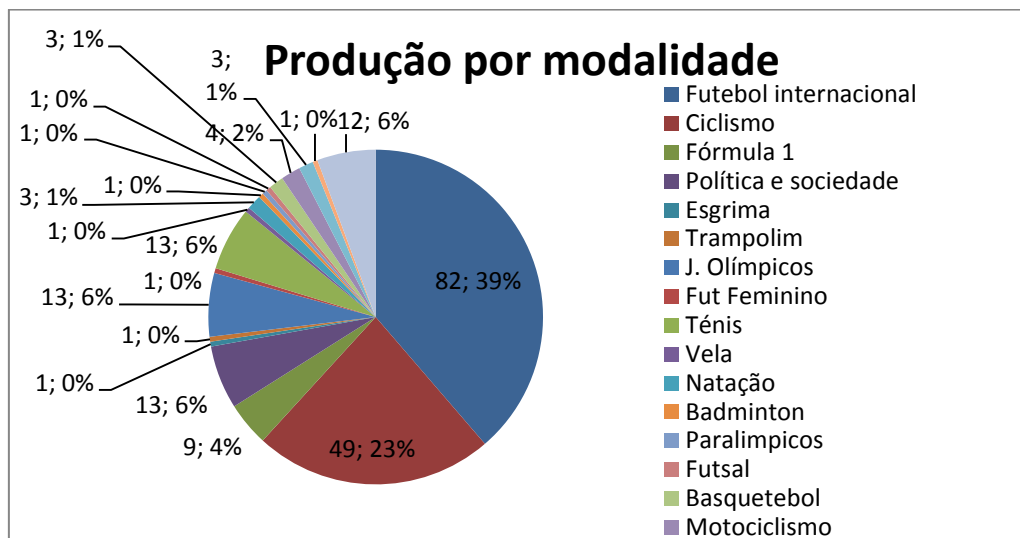
Para finalizar, sirvo novamente de interlocutor dos jornalistas. Mesmo que esteja claro para os profissionais que a *Lusa* é um serviço pago pelos meios de comunicação, continua a gerar celeuma não existirem referências à agência nas notícias, identificação do autor ou esclarecimentos de que os protagonistas foram entrevistados por outro jornalista que não o que apresenta a peça como sua. Sendo um trabalho tão ligado à produção individual, de competitividade e de necessidade de reconhecimento, o jornalista vê-se privado de ter o leitor a identificar-se consigo, a gostar ou não do estilo, impedindo assim a necessária repercussão e *feedback*.

A terminar, deixo uma observação. Na editoria em que estagiei, há notoriamente divisões de jornalistas por modalidades. A experiência, gosto e conhecimento específico são um apetrecho importante para a produção noticiosa. Contudo, a agência, tipicamente hierarquizada com definição do que é para noticiar ou não, incorre em dar liberdade e confiança aos jornalistas específicos de uma só modalidade. O que em grande parte dos casos não é negativo, noutros torna-se um círculo vicioso, com o redator a impor à agência o seu estilo pessoal e a sua ‘indiscutível’ verdade. Permite-se que determinadas modalidades sejam mais mediatizadas, como é bem evidente na estatística apresentada adiante.

2.7 O estagiário

O período de estágio da Agência Lusa estendeu-se de 15 de fevereiro a 22 de maio de 2016. A data final foi alargada devido a uma pausa de quatro dias, por compromissos profissionais, entre 21 a 24 de março.

Durante o período de estágio, fui aumentando o número de produções para a linha da Lusa, mas, desde o início, tive notícias atribuídas. Entrevistei ainda a esgrimista Marta Caride e acompanhei uma conferência de imprensa na Federação Portuguesa de Futebol.



1.1 – Produção individual por modalidade

Na totalidade, realizei 218 notícias, com maior ênfase no futebol internacional (39%), ciclismo (23%), Jogos Olímpicos, Ténis, Futebol Nacional e Política e Sociedade (6%). Estive presente na maioria dos domingos e foi nesses que mais peças escrevi, aproveitando não só o menor número de redatores especializados em determinadas modalidades, como também os principais eventos de motociclismo, fórmula 1, ciclismo e futebol internacional, habituais ao fim de semana. Além de valorizar grandemente a oportunidade que me foi concedida, agradeço a disponibilidade para me orientarem da melhor forma, de me ‘lançarem aos leões’ e concederem-me trabalho diário, respeitando até algumas opiniões, fruto de um *background* de algumas modalidades pelas quais nutro maior simpatia.

2.8 A Lusa perante os *media*: o fenómeno do Gatekeeping

Um dos comuns enganos na definição de agência de notícias é a comparação efetuada com as agências de comunicação. Nas agências de comunicação, é elaborado um

resumo ou um *clipping* – o simples levantar da ideia principal ou *lead*. Mais do que produzir, trata-se de utilizar o trabalho de meios de comunicação e explicitar o uso da marca ou da referência do cliente. Mais do que a notícia, interessa relevar o impacto que um novo produto, tem nos meios de comunicação social. E essa é a diferença central entre ser jornalista e ser *marketeer* e de produzir notícias para um público heterogéneo ou para uma marca. Ana Tulha (2012) sintetiza a diferença em colocar as agências de comunicação como veículos de reprodução massiva, apresentando “tendências de normatização” que limitam o processo individual.

Com esta introdução pretendi fazer um paralelismo importante à definição de *gatekeeping*. Se numa agência de comunicação, o critério é a referência à entidade ou ao meio de negócio que a envolva, numa agência de informação tudo é passível de ser noticiado. E se o aportarmos para uma comparação direta com meios específicos de informação, é-nos possível considerar que uma agência de informação resume os aspetos centrais de todas as secções. As publicações desportivas ou os programas de divulgação cultural dos principais canais de televisão destacam especificidades do meio, colocando no centro os protagonistas mais mediáticos. Por outro lado, uma agência noticiosa tenderá a dividir-se em produções, mas demonstrará preocupação em abarcar um público mais heterogéneo, tantas vezes internacional, e resumir a atualidade.

No fundo, assume-se o pressuposto de que o produto apresentado nunca é descomplexado, é sempre obra e mudança do meio de comunicação que o retira, numa capacidade de obter informação exclusiva e de a tornar partilhada. Assim, assumem especial importância porque filtram, via critérios de noticiabilidade, e transformam em notícia. O filtro definitivo é complementado pelos meios de comunicação, esses sim responsáveis pelo Agendamento, repetindo viciosamente a produção noticiosa (que abordarei mais à frente). Mais, poder-se-á dizer que as notícias de agência nivelam superiormente o conceito de valor-notícia e a objetividade da sua transmissão, agora em diversas plataformas. O papel secundário atribuído às agências não apaga o acompanhamento da atualidade e a preservação constante de códigos de estilo e fontes.

Jorge Pedro Sousa é, a par de Nelson Traquina, um vulto fundamental no panorama comunicacional em Portugal. A obra *Porque as Notícias são como são? Construindo uma teoria de Notícia* é mais um contributo que sustenta a notícia como um processo de regras científico. “A notícia é artefacto linguístico que representa determinados aspectos

da realidade, resultando de um processo de construção onde interagem factores de natureza pessoal, social, ideológica, histórica e do meio físico e tecnológico. É difundida por meios jornalísticos e comporta informação com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sociocultural, embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia” (2002:3).

A notícia é realidade, mas só representa parte desta. Tem como base a factualidade, esgotando-se quando é consumida e afeta os destinatários. Isso fará com que haja uma primeira seleção, originando a que vários autores apontem o *gatekeeping* como a primeira barreira para o conhecimento. Schudson (1978), por exemplo, apresenta o *gatekeeping* como uma limitação à informação contextual, à escolha das abordagens e à reprodução sucessiva de conhecimento partilhado. O autor advoga que as notícias preservam a influência das estruturas de poder.

Condicionada pelo serviço público, as agências noticiosas terão a função de assumir que tudo o que é noticiável tem importância, cabendo posteriormente aos outros meios de comunicação a ação de mediatização da informação. Nesse sentido, é consciente ressaltar o papel de bastião de *gatekeeping* desempenhado pela Agência *Lusa*, tanto nacionalmente como na lusofonia. O efeito congregador de abordar toda a atualidade e de a disponibilizar reafirma um pressuposto de liberdade de informação despolitizada e desinteressada, permitindo aos restantes *media* uma informação mais credível e oficiosa.

Ainda assim, qualquer seleção, e mesmo a que se assume como eclética e comprometida com os valores-notícia, é uma barreira ao conhecimento e à informação, já que o que não é disponibilizado não será apresentado ao utilizador por intermédio do jornalista. Questiona-se a seleção como condicionamento de informação, mas está cada vez mais claro que uma agência pode ser fundamental a uma diversidade e a um alargamento do espetro notícia, sob o signo de códigos inabaláveis, próprios de um padrão informativo e de uma tematização que ainda está bem aquém. Para rematar, não deixa de ser importante avaliar que a comunicação deixou de ser um processo simples de mensagem-efeito. Não só porque a liberdade e a literacia eclodiu na pós-modernidade, mas graças a uma tendência normativa para os *media* apostarem em várias plataformas, dirigirem-se a vários públicos-alvo, possibilitando uma heterogeneidade assinalável. O papel da *Lusa* é disponibilizar, acreditar numa variedade e complementaridade noticiosa. Esse bastião de definir a notícia e o facto está garantido.

Fica a faltar a utilização correta dos restantes meios de comunicação social, preocupados ainda e cada vez mais com as audiências, visualizações e *shares*.

“O futebol é um fenómeno extraordinário, simultaneamente belo, violento, pacificador, poderoso, conflituoso, artístico e misterioso. O futebol é um jogo. Mas é também muito mais do que isso. É um desporto, dirão alguns. Mas é igualmente muito mais do que isso” – Ricardo Serrado, *Futebol – A Magia Para Além do Jogo, 2011: nota prévia*

3. O futebol como *mainstream*

3.1 Abordagem sociológica: os dias de hoje

O Desporto é, e foi, um veículo de propagandear regimes, planos e, mais recentemente, o principal interesse/*hobbie* extralaboral. O Desporto é das maiores economias atuais, fazendo da prática desportiva formativa um trilha para um futuro de excelência, fama e sucesso pela competição. Hoje, fazer cobertura do Desporto é estar preparado para uma panóplia de modalidades e de especificidades próprias de uma área em constante evolução. Os eventos desportivos são hoje os principais momentos do ano para quem os acolhe e para quem os visualiza, mais perto ou mais longe, sempre com o seu atleta, equipa ou seleção no seu pensamento.

De acordo com uma palestra de Daniel Sampaio, referente à disciplina de Pedagogia da Formação de treinadores de futebol grau I, ministrada pela Associação de Futebol de Setúbal, o futebol é hoje a modalidade mais praticada em Portugal. Com dados de 2014, a ⁵*Pordata* esclarece que o futebol reúne 158 mil praticantes federados dos 543 mil de todas as outras modalidades, mas o próprio presidente da Federação Portuguesa de Futebol, Fernando Gomes, deixou garantido o número atual de 168.000 praticantes, apontando perto de 5900 treinadores da modalidade dos 18.000 das restantes, reconhecendo-o assim com uma percentagem de cerca de 30% para as demais modalidades. A prática desportiva e formativa de jovens atletas representa mesmo a indissociabilidade do futebol na vida dos mais novatos.

⁵<http://www.pordata.pt/Portugal/Praticantes+desportivos+federados+total+e+por+algumas+federa%C3%A7%C3%B5es+desportivas-2226>

<http://www.pordata.pt/Portugal/Treinadores+federados+total+e+por+algumas+federa%C3%A7%C3%B5es+desportivas-2230>

“Afinal, o desporto é uma actividade humana e a sua essência é declaradamente humana e, como actividade humana, é mais do que um jogo necessariamente” (Sérgio *apud* Serrado, 2011: 17). O filósofo Manuel Sérgio apresenta-nos uma tirada pertinente que sustenta a noção de que mais importante que a tática, a técnica e a componente física, é o fator homem, ligado à motivação, personalidade e emoções, que transporta o futebol para um sítio destacado entre os desportos do Olimpo, como um exemplo de crença monoteísta num clube, uma verdadeira ‘droga social’, em que as vitórias alimentam e atenuam crises económicas.

O futebol é também considerado o desporto da igualdade, a modalidade de ascensão social. Basta ver que os melhores jogadores de sempre começaram a espalhar o seu talento na rua, na terra. Daí que os países economicamente menos favorecidos encontrem neste a redenção e o alcance da arte pela magia com a bola nos pés.

O peso específico dos clubes nacionais, especialmente os três grandes, desenvolveu uma imprensa, que, por estar muito ligada ao mediatismo dos clubes mais relevantes, foi adensando novas formas de fazer notícia para alimentar diariamente a produção, já sem a fórmula antevisão/resultado como método exclusivo de noticiar.

No entanto, o paradigma tem vindo a alterar-se. Atualmente, o futebol internacional é um dos maiores pontos de interesse nas secções de desporto e aquele que maior crescimento tem verificado ao longo dos anos. O acompanhamento das principais provas europeias de clubes e de seleções foi o primeiro chamamento para a ‘internacionalização da imprensa desportiva’. Daí em diante, seguiram-se os principais campeonatos da Europa, os conhecidos *Big Five* – Espanha, Alemanha, França, Itália e Inglaterra. Inevitavelmente, estes conduziram ao elogio dos melhores jogadores/treinadores e à indissociabilidade de como a qualidade exibida nos relvados alimenta fortemente o mercado especulativo de transferências. A fechar, a comunidade da diáspora assumiu-se como o último obstáculo à cobertura de países periféricos no que ao futebol dizem respeito, desde o leste europeu até, agora mais em voga, os mercados sul-americanos e asiáticos.

A ligação afetiva ao desempenho de um compatriota é uma das grandes influências para a cobertura mediática e pode afirmar-se como um dos fatores de desenvolvimento de várias modalidades (como explicitarei posteriormente), mas no futebol o crescimento deriva das grandes equipas e competições.

A vertente económica é, também, uma das grandes diferenças do futebol para as competidoras. Os salários, contratos, as receitas televisivas e de bilheteira astronómicas aliadas à organização dos principais jogos tanto nacionais como internacionais, de clubes e seleções, colocam o futebol num patamar inigualável em Portugal, um estatuto de sustentabilidade autónoma que não é possível a nenhuma das outras modalidades. Nos últimos trinta anos, o crescimento da modalidade foi tão profícuo que os Europeus, Mundiais e Liga dos Campeões ocupam lugares de destaque em todo o mundo, começando a destronar eventos como o *Superbowl* e os míticos Jogos Olímpicos.

Criei este diagrama circular, de forma a exemplificar a interligação de fatores que contribuem para a consolidação do futebol como o desporto-rei em Portugal, sem deixar de ressaltar o rastilho incinerador da comunicação social, que explicitarei no objeto de estudo deste relatório.



1.2 Diagrama de fatores relevantes na hegemonia do futebol

A comunicação social assume um papel destacado na mediatização de qualquer desporto, sendo que em Portugal representa uma hegemonia declarada do futebol. Os jornais desportivos usam metade do espaço diário para o futebol, um quarto do jornal reservado a Benfica, Sporting e FC Porto. Os *sites* relativos ao futebol e à agenda de jogos são dominantes, tal como a proliferação de programas diários de antevisão, análise, transferências e comentário clubístico nos canais de informação das principais televisões. A isto acresce a cobertura exclusiva do futebol nos principais blocos de

informação televisiva, num ditame claro de exclusão das restantes modalidades, aumentando o domínio através das transmissões e resumos dos principais jogos das competições nacionais e internacionais. A estratégia de superioridade fica completa com as fortes estruturas de comunicação e *marketing* dos clubes que canalizam a sua influência para os meios de comunicação, justamente por perceberem que a informação futebolística representa uma fatia dominante do seu público-alvo.

Por fim, é de salientar que a paixão pelo futebol polvilha-se também pela imprevisibilidade de resultado. No âmbito nacional, mesmo reconhecendo que os três grandes voltaram a competir por não perder jogos no campeonato, como acontecia nas décadas de 60, 70 e 80, a verdade é que a imprevisibilidade no futebol é notavelmente maior que noutras modalidades. A superação do coletivo mais fraco ou menos abonado financeiramente prevalece em muito maior número que no andebol, basquetebol, voleibol, hóquei ou futsal, em que as decisões por play-off – exceção atual no hóquei – acabam por ser as hipóteses reais de se ‘apimentar’ a modalidade, com jogos abertos e de resultado múltiplo. Depois, e para terminar este ponto, o futebol continua a ser o jogo do povo, porque as suas regras assim o permitem. É fácil de entender, não apresenta alterações de regras há muitos anos e não vê mudanças com o decorrer do jogo – minuto de paragem, substituições volantes, acumulação de faltas penalizadas com livre direto. O futebol é uma verdadeira arte do engano. Não há nenhuma modalidade em que o jogador tenha tantos gestos técnicos para tomar – receção, condução, drible, remate, passe, antecipação, cabeceamento, desarme, cruzamento – ou cuja tomada de decisão seja tão avaliada. Mais, essa arte do engano é desmistificada pela visão de adepto, clubismos e comentadores, sem perceber, no entanto, que os olhos que se centram na bola, raramente conseguem ver a real dimensão do jogo. Ainda assim, o caminho para a compreensão total do jogo está hoje bem encaminhado, como corroborado pela observação participante realizada no estádio.

3.2 Evolução histórica: desde os primórdios até à profissionalização

É comumente aceite que o futebol é o desporto-rei em Portugal. Que a sua génese de espetáculo de massas se assumiu como um dos grandes fenómenos europeus no século XX, também já não restam grandes dúvidas. A ‘euforia’ criada em torno da modalidade não pode, no entanto, mascarar a importância prévia de outros desportos. À semelhança

do que hoje consegue, chegando a todo o mundo como um produto televisivo, o futebol, em Portugal, não representava a marca inequívoca de supremacia que atualmente se pretende projetar.

Com os trabalhos de Francisco Pinheiro (2009) e de José Neves e Nuno Domingos foi possível reconstituir alguma da história do Desporto em Portugal, desmitificando a relevância inata do futebol, pelo menos se comparado com as restantes modalidades. Com um jornalismo desportivo de fim de século XIX, assumidamente conetado à política e aos costumes, não é de estranhar que caça e tauromaquia estivessem nas prioridades, próprias de quem as via como forma de sustento e de património civilizacional. No início do século XX, e até ao período estabelecido pela I Guerra Mundial, ciclismo, automobilismo e aeronáutica expandiram a produção de folhetim, privilegiando a novidade e o acompanhamento de modelos, marcas e provas, aliado às modalidades elitistas e do *sport*, que falaremos adiante.

O futebol começou por ser uma prática desorganizada, de rua, própria do povo. Era considerada como modalidade menor e não era elitista, como outras que nasceram de práticas aristocráticas. O amadorismo foi sendo superado pela espetacularidade e pela crescente aproximação ao jogo pelas regras fáceis e de assimilação rápida. Mais, começou, no fim dos anos 20, a ser uma modalidade de mobilidade social que se apresentava como a primeira verdadeiramente urbana. O crescimento das associações e a ligação aos clubes aumentou a sua importância.

Nos anos 30 e 40, a explosão foi inevitável, com as primeiras organizações de provas nacionais, além do acompanhamento do futebol internacional. As rivalidades norte-sul e os clubismos atingiam valores históricos e era atingido um mercado profundamente sustentável, solicitando até a profissionalização do mesmo. Ainda assim, o Estado-Novo só progrediu para a institucionalização de clubes e associações e para a construção de estádios que acolhessem as provas nacionais, por estarem inseridos nos “processos históricos de socialização da prática desportiva de que os Estados seriam os principais instigadores, a processos de massificação da cultura e de estetização da política, nomeadamente no contexto de exacerbamento nacionalista e de exaltação político-ideológica do período entre guerras” (Domingos e Neves, 2011:169).

A glória dos espetáculos desportivos, importante distração cultural do pós-guerra, ficou subjugada pelo regime de Salazar, empenhado em conter eventos de massas e de

possível revolta popular. Em oposição aos regimes fascista e nazi (Itália e Alemanha), que promoveram o sucesso desportivo, como garante da supremacia nacionalista.

Hitler apostou forte nos Jogos Olímpicos como forma de superioridade da raça ariana. Mussolini logrou a organização e a vitória italiana do Campeonato do Mundo de 1934 e o próprio Franco, conseguiu unificar as fações espanholas, através da apresentação de uma seleção de futebol espanhola, que, mesmo sendo um grupo de Nacionalistas Franquistas, lhe deu legitimidade no fim da Guerra Civil (1936-1939).

Em Portugal, foi o futebol a ganhar o seu próprio espaço. Gerou-se um mito de que o Estado-Novo protegeria o Benfica sob o signo do símbolo Eusébio, procurando a alienação da sociedade pela glória desportiva. Um mito alimentado durante anos, mas que o autor Ricardo Serrado desmonta de forma justificada. Salazar adoptou uma postura que passava por sustentar o crescimento das cidades, condená-las ao modelo hegemonicamente rural, símbolo do que eram os valores tradicionais das aldeias.

Mesmo as conquistas internacionais do Benfica, de 1961 e 1962, poderiam ter sido aproveitadas politicamente, mas só em 1966, o Estado-Novo, ciente de que a guerra colonial estava mais difícil de controlar, aproveitou, através da Seleção Nacional de Futebol e do Benfica, o desporto como exaltação ao orgulho do país multirracial, em que as províncias ultramarinas eram parte integrante da identidade lusitana.

O próprio Eusébio continuou a ser veiculado como uma arma do regime, mesmo que o próprio explique o seu valor militar. O moçambicano, aos 20 anos, foi impedido por Salazar de sair do Benfica para Itália. Afirmou-se que Eusébio era propriedade do Estado, não o ‘Eusébio atleta’, que ainda não tinha sequer conseguido a titularidade e a preponderância na equipa do Benfica, mas o ‘Eusébio soldado’ que cumpria o serviço militar, próprio à idade e que era obrigado a cumprir a recruta, apenas dispensado para jogos do Benfica e da seleção.

Em resumo, se o futebol se assumiu como fenómeno incomparável, apenas o deve ao povo, ao mérito de ser democrático na sua prática e às enormes necessidades de entretenimento e excitação – em suma, escapismo. A primeira página do órgão oficial do ministério da Educação, em 1956, apelava: “Os desportos sociais tendem a transformar-se em paixões. É preciso que todos os responsáveis pela orientação do futebol evitem esta degradação” (Serrado, Ricardo, 2011: 128).

Desde a prática de rua, que chegou a ser proibida, esta modalidade ganhou o apreço da comunidade por ser fácil de entender, ficando sempre conotada com a ideia de massas. Foi um dos poucos fenómenos capazes de se autonomizar e de ser uma real influência para a cultura popular urbana, até aí inexistente. Até no jornalismo e, em concreto na agência, o futebol não apresentava a hegemonia que tem na atualidade.

3.3 Estudos de Persuasão e o princípio do futebol hegemónico

O estudo da receção e do *feedback* não pode ser considerado uma questão menor na nossa avaliação enquanto produtores de conteúdos. A comunicação encerra em si mesma a tendência de persuadir, de dar voz e de acarretar consigo a subjetividade própria do discurso e do tom. Tendo em conta que o jornalismo – como arte que faz do recetor a sua Némesis – sempre motivou interesses de controlo, torna-se relevante estabelecer a evolução e os passos que se foram dando para uma maior heterogeneidade e progressiva eliminação do estereótipo e do preconceito. As Escolas de Pensamento Cultural são particularmente importantes porque afirmam, em tempos de dominação fascista e de conflitos ideológicos, uma teoria crítica da persuasão e da manipulação na sociedade.

Em plena II Guerra Mundial, Adorno e Horkheimer legitimaram fundamentadamente o princípio da Escola de Frankfurt. Em 1944, os autores abordam a uniformidade da cultura e o domínio da indústria americana naquela que era a vida dos cidadãos. Adorno e Horkheimer vão apontando defeitos à relação de poder capitalista, numa crítica à uniformidade cultural através de uma produção industrial que perpetua a rotina e o *american way of life*. O britânico Raymond Williams deu, em 1958, um significado próprio à expressão *ordinary*, com uma defesa muito própria do conceito de cultura, representando a totalidade e a valorização da especificidade e do regionalismo e do minoritário. Se hoje, na Europa, vemos a comunicação social como um vetor indissociável da liberdade de expressão e do conhecimento, a verdade é que as influências persuasivas se mantêm, manifestadas agora por uma mediatização crescente da informação, relegando focos noticiosos consoante momentos e preferências motivadas pelas audiências e satisfação do cliente.

Jorge Pedro Sousa expõe-nos as principais mudanças nas teorias da comunicação ao longo do século XX. Desde a crença de que a Propaganda resultava devido à não reação pública da sociedade, o caminho estreitou-se no momento em que o *feedback* do recetor

passou a ser integrado no processo mecânico da comunicação. Essa avaliação e capacidade para ser seletivo nas preferências, com capacidade para filtrar conteúdos ideológicos do signo, assumiu-se como a primeira valorização cognitiva do recetor. O *Two Step Communication* passa a ser *Multi Step* quando as ligações da mesma informação são adquiridas por tríade, ou seja entre meios de comunicação, líderes de opinião e recetor, respeitando pela primeira vez a “voz” da audiência.

Por sua vez, a Espiral do Silêncio de Noelle-Neumann coloca pela primeira vez a responsabilidade no recetor pela forma como a comunicação os afeta. Ao procurarem integração social, discutem-se os temas maioritários e fundamentam-se em opiniões maioritárias: “Noelle-Neumann defendeu que a formação das opiniões maioritárias é o resultado das relações entre os meios de comunicação de massas, a comunicação interpessoal e a percepção que cada indivíduo tem da sua própria opinião quando confrontada com a dos outros. Ou seja, a opinião é fruto de valores sociais, da informação veiculada pela comunicação social e também do que os outros pensam” (Sousa, 2006:508).

Dando progresso à teoria do cultivo, está a Teoria da Construção Social da Realidade de Berger e Luckmann (1976) que defenderá a progressão de conhecimento coletivo. A sociedade constrói-se diariamente pelas ações individuais e negociam-se regras e práticas constantemente. Os indivíduos são influenciados pela sociedade e no meio está a independência da própria sociedade pelos indivíduos. Tanto a Teoria do Cultivo como a de Construção Social da Realidade principiam a construção sintomática de um espaço público de debate, moderado por temáticas e protagonistas semelhantes, mas ambas acabam por reconhecer um efeito mediatizado da notícia, que apaga o individual sob o pretexto de o jornalista crer que sabe o que o público quer ler. A notícia de agência corrobora a ideia de que há temáticas próprias a cada momento, que, necessariamente, secundarizam outras, colocando em foco uma série de informações complementares, que vão girando sempre em torno do mesmo assunto.

Reportando ao futebol e, mesmo valorizando a sua capacidade própria de gerar espetáculo, foi com a iniciação dos desportivos e dos relatos radiofónicos que se começou a cavar o fosso entre este desporto e as restantes modalidades. Espaço que alargou de forma desmedida a partir do início das transmissões televisivas e de um proliferar de programas de debate clubístico.

3.4 Mediatização e Futebol no centro do Agendamento

O futebol foi a primeira modalidade especializada, com notícia, comentário e antevisão, olhando ao nacional, ao internacional e às referências clubísticas e de lusitanos no estrangeiro. A televisão exponenciou o negócio e o futebol não mais cedeu o seu estatuto depois das brilhantes campanhas da década de 60, nascendo uma ‘narrativa desportiva’ própria, recheada de artifícios e técnicas linguísticas que o tornavam personalizado e emocional. Mesmo tendo uma vertente técnica e tática assinalável, a especialização do futebol tem sido cíclica. Perdeu-se para as especificidades da transmissão da informação e ‘ler o jogo’ era de menor importância que a emoção, a dicção e o enciclopedismo. Hoje, a análise é cada vez mais completa, informada e aproximada ao alto rendimento, observação e metodologia de treino.

Mesmo que o 25 de Abril de 1974 tenha marcado um período de abrandamento desportivo, por aumento do peso político nos *media*, a verdade é que, nos anos 80, o futebol retomaria o seu crescendo. De acordo com a obra de Domingos e Neves (2011), o futebol ocupava 48,6% das transmissões desportivas na *RTP1*, aumentando na década de 90 para 65% o seu peso relativo, década em que a notícia passou a dar lugar ao rumor, à suposição e à antecipação diária do quotidiano dos três grandes, conhecido como o período do ‘não-acontecimento e antecipação da excitação’, estratégias alimentadas pelos jornais desportivos, pela primeira vez em tiragem diária e com necessidades de diversificar a produção.

A rádio colocava o futebol no centro do seu relato e dos seus blocos informativos. Os Desportivos, já de tiragem diária, e os Generalistas reforçavam o peso do futebol na sociedade portuguesa, tornando-o mediático pelo negócio que movimentava. Desde o seu assumir autónomo à transmissão dos jogos, a comunicação social persuade e convence-se de que é o leitor o responsável pelo crescimento sustentado do futebol. A televisão, que mencionarei abaixo, consagra a estratégia: “O futebol, eixo fundamental de uma narrativa desportiva inscrita no quotidiano, passaria a reinar sem oposição. Ao mercado interessava explorar o poder do futebol enquanto *stock* de conhecimento partilhado, alimentando-o com factos de teor estritamente desportivo, mas também com o exame de tudo o que envolvia o jogo, as polémicas, a vida privada dos jogadores” (Domingos e Neves, 2011:268).

Jorge Pedro Sousa aproveita a declaração de Noelle-Neumann para introduzir a distinção entre mediatização e espaço público: “Confunde-se opinião pública com o conjunto das opiniões expressas pelos meios da comunicação social, já que é através destes que a opinião se torna pública, quando as correntes de opinião dominantes entre o público em geral, sem acesso aos *media*, podem ser significativamente divergentes” (Neumann, 1977 *apud* Sousa, 2006:509). O autor advoga que as maiorias se tornam dominantes e que se legitima a cobertura noticiosa através da ideia falaciosa de consenso, indo ao encontro dos estereótipos que reduzem a complexidade da realidade e dos pontos comuns de noticiabilidade.

Segundo Bourdieu (1998), a mediatização congrega dois vetores assinaláveis: a ideia de *Fast Thinking* – a paradigmática urgência de velocidade e de audiências – e os campos de conhecimento partilhado. O autor aponta o constante campo de desigualdades como o princípio de reprodução de estrutura dominante ante aqueles que são os dominados. A expressão maioritária da televisão acaba a distorcer a realidade, ora por adotar linguagem sensacionalista, ora por ser demasiado imparcial e incapaz de ter crítica.

O Desporto em Portugal é sintomático desta realidade. Mesmo que outras modalidades tenham dado o seu contributo valioso para o país, a obsessão permanece nos relvados e fora deles. Esta pressão é motivada pelo interesse dos cidadãos, mas acima de tudo, por uma convicção de que os diários e televisões devem cobrir o mais polémico possível, porque os cidadãos assim o exigem, aliás, como expresso pelos profissionais da *Lusa*, no segundo capítulo. O que não é coerente, já que o Desporto, qualquer que seja a aposta, traz benefícios financeiros estáveis, quer pela venda, quer pelas audiências. Assim, sob o pretexto de corresponder às necessidades não-avaliadas dos consumidores, continua a aplicar-se um privilégio unilateral ao futebol, sem perceber que isso reitera a ‘típica’ inferioridade da temática desporto no panorama jornalístico e que reforça o agendamento noticioso, que abordarei de seguida. A *Lusa* tem um relevo fulcral no estabelecimento da notícia, quebrando a prática normativa do rumor, tipicamente aplicada nesta modalidade em grande parte dos *media*.

3.5 *Gatekeeping*, Agendamento e Agências Noticiosas

Apresentada por McCombs e Shaw, em 1972, após o estudo da campanha eleitoral norte-americana de 1968, a Teoria do Agendamento resume a importância da comunicação social em fazer notícia e de a colocar no debate público. Quanto maior a cobertura, maior a importância dada pelo público, colocando em rotura completa a teoria Funcionalista que considerava que os *media* não influenciavam diretamente os destinatários. A imagem e a representação do real levam a uma extrapolação da realidade, principalmente na televisão. Os jornais abrangem mais temas e exploram conhecimento, não se ficam pelo que está na moda. Os *media* são verdadeiras fontes de Agendamento de informação, decidem diretamente o que tem destaque. Apesar de não terem influência comportamental no recetor, influenciam conhecimentos. O próprio público influencia os meios, em crescendo com a preocupação de audiências (*agenda-building*), e, mesmo na concorrência entre meios, existem influências mútuas, o que só torna a informação mais sensacionalista e homogeneamente nivelada por baixo. Assim se ligam os vetores para uma concertação de interesses. Os recetores têm tendência a consumir este tipo de informação por não serem ativos na procura noticiosa, mas também por não serem especialistas na área e assim confiarem nos jornalistas. Mesmo sendo importante ressaltar que agenda mediática não tem o mesmo significado que agenda pública, a verdade é que a mensagem passa mais facilmente consoante acumulação (quantidade e repetição) e consonância (mesma abordagem).

Qualquer forma de avaliar um evento, uma fonte, é praticar um filtro de *gatekeeper*, de selecionar aquilo que é realmente notícia. Daí que esse processo seja comum. A questão principal é que cada vez mais o protagonista dita a lei. Comunicados, *fait-divers*, insólitos, polémicas, não só entram em espaço mediático, como, ao estarem neste, retiram ‘tempo de antena’ ao espetáculo, que é em si mesmo o Desporto.

Em suma, o *Gatekeeper* reúne factos e decide o valor notícia. O Agendamento repete e circula as temáticas e as notícias, alimentando a Mediatização da informação. Se as notícias de agência, regra geral, nivelam superiormente o conceito de valor-notícia e a objetividade da sua transmissão – naquela que continua a ser a principal produtora de conteúdos noticiosos, agora em diversas plataformas – os meios de comunicação restantes são responsáveis por colocar em agenda, por dar visibilidade, por procurar continuamente novos factos para alimentar o mesmo foco. A verdade é que, mesmo

usando um serviço como o da *Lusa*, os meios canalizam a direção para o sensacional, para a audiência, não pelo valor notícia, mas pelo curioso e espampanante.

É nesse sentido que as agências noticiosas garantem a cobertura uniforme e desinteressada, respeitando os critérios de factualidade e de verdade. Mesmo que haja uma modalidade ressalvada, a verdade é que o leque está sempre aberto a explorar os demais desportos, levando, naturalmente, a que o seu seguimento chegue a todos os outros meios de comunicação social. Se a informação não chega ao leitor é, muito grandemente, pela responsabilidade dos *media* difusores, uma vez que, como sabemos, a procura de notícias ainda não está aos níveis do Norte e Centro da Europa.

A concluir este ponto, o autor Bruno Leonardo, que também abordou o fenómeno do *Gatekeeping* sob a perspectiva de jornalista, reconhece que o Agendamento é comprovável, a partir do momento em que o jornalista decide que temática e que ângulo devem ser expostos. À partida para a produção noticiosa, o jornalista coloca foco nas suas preferências e códigos deontológicos, e não no que o público quererá saber. Em resumo, o *Gatekeeping* condiciona temáticas porque centra atenções numa escolha pessoal ou organizacional, motivando depois o passo seguinte: o Agendamento, como a limitação da informação contextual, a escolha das abordagens, a reprodução sucessiva de conhecimento partilhado, como enunciado por Schudson. A *Lusa* cumpre a sua função de garante da pluralidade, respeitando, como agência noticiosa que é, a variedade de públicos-alvo, procurando disseminar o máximo de informação possível. Mais, a ação da agência no panorama desportivo consagra uma atenção permanente a todas as modalidades, que lhe permite ser o principal meio difusor dos resultados mais assinaláveis do desporto português. É verdade que as recentes conquistas europeias são noticiadas e que atenuam o peso específico do futebol, mas isso só acontece devido ao acompanhamento ao minuto dos profissionais da agência, que produzem a notícia e a contextualizam. O apuramento dos atletas olímpicos, por exemplo, é seguido com atenção desde o ano passado, existindo a constante atualização por especialidade. O que é um filtro relevante, acaba por não chegar aos meios *mainstream*, algo que não apaga a importância da pesquisa e diversidade *Lusa*.

“O apoio da RTP às modalidades é dado por vocação e não pelas audiências. Disponibilizar a oferta é dar possibilidades. Depois, se os espetadores vêm ou não, é de sua total e exclusiva responsabilidade.” – João Pedro Mendonça, Jornalista RTP, março de 2016, transmissão da prova de ciclismo Paris–Nice.

4. As modalidades

4.1 Alternância histórica

Já desmontada a razão causa/efeito de que o futebol é a modalidade de eleição em Portugal devido a ser, de génese, a mais popular, chega o momento de fazer um balanço dos desportos e da sua importância ao longo do tempo. Após literatura, caça, automobilismo e aeronáutica, o futebol acabou por ser a única modalidade a crescer verdadeiramente no período da ditadura. A institucionalização dos clubes foi o primeiro passo para legitimar uma crescente profissionalização do Desporto. O que se torna irrefutável é que os grandes clubes em Portugal acabaram por deter os grandes resultados das modalidades. Daí que o abandono nos anos 90, de muitos desportos, tenha agravado o centralismo.

Inicialmente, o Desporto representava uma prática nobre, de educação, princípios e exibição de superioridade social. Não é de estranhar, portanto, que modalidades como a vela, o tiro, o hipismo, o ténis, a esgrima e o ciclismo, fossem práticas comuns nas cidades de Lisboa e Porto, consideradas ainda hoje (à exceção do ciclismo) modalidades elitistas. No final dos anos 20, o associativismo das cidades de Porto e Lisboa possibilitou um acréscimo de competições e acompanhamento distrital das modalidades de basquetebol, ciclismo, atletismo, boxe e andebol, começando-se a rebater a conceção de Desporto para elites. Daí em diante, a expansão do futebol opõe-se à realidade de *sportsmen* – os chamados cavalheiros de desporto –, iniciando uma tradição inerente a todas as classes sociais, em muito motivada pelas fábricas e pelas atividades que prosperavam pela cidade dentro.

“Embora o imparável processo de futebolização da narrativa desportiva se encontrasse já em curso, arrastando consigo também o interesse por um outro conjunto de modalidades, o jogo ainda estava longe de monopolizar as notícias sobre desporto” (Domingos e Neves, 2011:221).

Nos anos 50, muito por influência das transmissões radiofónicas e dos investimentos dos clubes nas modalidades, o êxito desportivo nacional e internacional colocou em agenda o Desporto. O hóquei em patins foi das modalidades que mais visibilidade deu ao país. Os títulos internacionais e o poderio dos principais emblemas tornaram-no um dos desportos com maior longevidade no panorama luso. O período áureo do hóquei durou três décadas, de 50 a 80, permanecendo, no entanto, como uma das modalidades em que o nosso país é mais titulado.

O atletismo, especialmente nos Jogos Olímpicos, foi outro ponto estrela, acrescido ainda quando as transmissões a preto e branco começaram a prestar-lhe importância. O atletismo e a preparação olímpica têm a sua explosão entre 70 e 80, mantendo-se como uma das referências, principalmente pelas medalhas de Carlos Lopes e Rosa Mota e que ainda hoje motivam a maratona como uma das grandes formações em Portugal.

Com relevo na década de 60, mas prejudicado pela sazonalidade esteve o ciclismo. Com equipas históricas e com vultos que chegaram a ser internacionalmente reconhecidos, o ciclismo teve, de 50 a 70, uma projeção importante, com a Volta a Portugal a estar equiparada à *Vuelta*, hoje terceira maior prova de etapas do calendário. Mais, a Volta assumiu-se desde sempre como o grande evento de massas, um espetáculo que atravessava o país e aproximava o rural da capital.

Também nos anos 60, mas com evolução lenta e a impor-se verdadeiramente vinte anos depois, desenvolveram-se grandemente mais duas modalidades coletivas: o basquetebol e o voleibol, estes, no entanto, sob o signo de clubes dedicados exclusivamente à prática. Estas duas modalidades ficam marcadas por um crescimento progressivo, mas que suscitou um aumento exponencial de praticantes. O certo é que, mesmo que os portugueses motivassem maior relevo das modalidades, estabelecia-se um interesse no desporto, sob o ponto de vista de o conhecer e possibilitar a sua prática.

Após o interregno de crescimento no pós-25 de Abril, as competições europeias provenientes da *Eurovisão* foram aumentando exponencialmente. Atletismo, ténis, ciclismo e automobilismo, principalmente, atingiram um valor de 52% do desporto emitido, com o futebol a ocupar apenas 19% das 291 horas de emissões desportivas. Contudo, em 1987, apenas onze anos depois, Domingos e Neves (2011) dão-nos conta da importância do desporto. A *RTP2* acolhia ‘já’ 827 horas de transmissão, enquanto a explosão declarada do futebol abarcava 48,6% na *RTP1*. Gerava-se a primeira

mediatização do desporto, com o apoio declarado a uma modalidade em detrimento de outras, ‘isoladas’ no seu serviço público.

Em 1990, a realidade não se alterou grandemente, surgindo a Fórmula 1, os ralis e a NBA e ténis como eventos internacionais. De âmbito nacional, despoletavam as modalidades coletivas como o basquetebol, o andebol e a continuidade do hóquei. A partir desta altura, os jornais desportivos centravam-se no futebol, ficando a transmissão de modalidades reservada ao serviço público da RTP2, cada vez mais prejudicada pelo mediatismo que o futebol gerava em todas as estruturas dominantes. Recentemente, o futsal, antigo futebol de salão, é a modalidade com maior crescimento no país, tanto em termos de praticantes como em termos de associações.

Mais do que haver pouco investimento nas modalidades, existiu sempre uma grande dependência dos três grandes, não em termos de resultados – já que as associações destinavam-se a uma modalidade e logravam feitos importantes –, mas em termos de projeção mediática. A imprensa desportiva, que englobava folhetins de automobilismo, caça, touradas, ciclismo, foi sendo ‘oligopolizada’ pelos diários generalistas, que apostam grandemente no futebol e que excluem as modalidades. Mais, com a eclosão do diário desportivo, com periodicidade diária, centrou-se a produção noticiosa no futebol, ficando, ao fim-de-semana, algum espaço para as transmissões das modalidades. Sempre ou quase sempre na 2, símbolo de que o próprio serviço público havia perdido a batalha para o domínio do futebol.

4.2 Paradigmas europeus

Na Europa, as diferenças são evidentes. Criado em Inglaterra, o *soccer* é a modalidade mais praticada em quase todos os países. Contudo, isso não exclui a importância que têm as modalidades coletivas: basquetebol, andebol, rúgbi e críquete (no Reino Unido) e as individuais: ciclismo, automobilismo e ténis, para além das localizadas territorialmente, como os desportos de neve. Falarei de seguida da importância que é dada ao protagonismo das nacionalidades e da organização dos eventos, mas adianto já esta ideia: o ecletismo e a atenção dada a um desporto dependem muito do sucesso que os atletas nossos compatriotas consigam ter, até porque isso por si só aumenta a cobertura noticiosa, uma característica que, na minha perspetiva, permite maior diversidade, mas aprofunda pouco a informação, já que o destaque é a figura e não a modalidade.

Se em Portugal, recordo duas ou três manchetes de atletas que não futebolistas, na Europa essa tendência de dominação quase exclusiva do futebol não se verifica.⁶ A *Sky Sports* engloba críquete, futebol, fórmula 1, ciclismo, golfe, ténis e rãguebi no seu *site*. Inglaterra é, aliás, o país do desporto por excelência, sendo inclusivamente o país com mais clubes campeões nacionais de futebol, o que não só revela como o campeonato é emotivo, como as associações e os clubes são menos predominantes, logo mais sustentados em apetências por modalidade. Também em França e Itália se destacam o ciclismo, o basquetebol, o andebol e o ténis, semelhante à Espanha e Alemanha que também revelam preferência e habitual domínio no motociclismo e automobilismo.

Naturalmente, não dei estes exemplos por acaso. Estes representam as potências do Desporto mundial, mas são as cinco ligas de futebol mais importantes do mundo, não deixando, contudo, de diversificar a cobertura, porque, de facto, são potências em todo o panorama desportivo.⁷ Depois, a nível geográfico, é de destacar o interesse dos países de leste pelo Olimpismo; a Suíça e Áustria por ténis e desportos de inverno e Holanda e Bélgica, umbilicalmente ligados ao ciclismo e às suas provas nas Ardenas.

4.3 Os protagonistas e a diáspora

A comunidade na diáspora é outro dos assuntos mais utilizados nos diferentes meios de *media* desportivos em Portugal. A presença de treinadores, atletas e empresários lusos pela Europa fora (recentemente começou a explorar-se também os mercados africano, asiático e americano) justifica muito do impacto do desporto internacional repercutido na imprensa portuguesa. Este vetor alastrou-se a todas as modalidades, em que se procura valorizar as grandes competições como os Jogos Olímpicos e Campeonatos do Mundo. A grande questão é que o acompanhamento dado pela *Lusa* é feito ao longo dos quatro anos de preparação olímpica, por exemplo, ao contrário dos restantes *media*, que ressalvam esses atletas durante um determinado período de tempo. Sem resultados, apresenta-se a ideia de que a qualidade é duvidosa e, portanto, não se cativa o culto da modalidade.

⁶A 30 de setembro de 2013, o Jornal *Record* destacou os feitos do dia anterior de ténis e ciclismo. João Sousa foi o primeiro português a vencer um torneio internacional de ténis, enquanto Rui Costa foi o primeiro luso a conquistar o título de campeão do mundo de ciclismo de estrada.

⁷<http://www.biggestglobalsports.com/worlds-biggest-sports/4580873435>

Num país periférico e com poucas possibilidades de afirmação na vida política/económica mundial, é muitas vezes através do desporto que a afirmação da identidade e do patriotismo se revelam. O melhoramento das condições de prática das modalidades – disseminação de academias de formação, bolsas e transportes para os jovens atletas mais carenciados, prospeção nas escolas por faixas etárias – têm auxiliado o desenvolvimento do desporto e a capacidade das modalidades no estrangeiro.

Se tudo isto é indiscutível, a realidade é que continua a dar-se primazia ao que os portugueses obtêm lá fora, mas fica sempre um espaço de contextualização da modalidade, às vezes do reconhecimento e justificação do mérito/demérito do português, por explanar. A Fórmula 1 sempre foi uma modalidade de eleição em Portugal. Não foi a presença de Tiago Monteiro que a exponenciou. As transmissões têm propiciado uma diversificação e um conhecimento partilhado tal, que a típica notícia da diáspora não satisfaz o leitor que busca uma informação mais especializada.

“As participações olímpicas e as euforias e depressões que geraram na comunicação social portuguesa são um óptimo exemplo do novo lugar ocupado pelas outras modalidades na paisagem desportiva portuguesa: seja em celebração ou em crítica, a atenção foca-se nesses atletas, modalidades e práticas, enquanto perdura o fervor nacionalista, quase sempre associado aos grandes eventos mediáticos. Quando esse fervor desaparece, apaga-se também o foco que sobre eles incide” (Domingos e Neves, 2011:276).

4.4 O ecletismo, a nova oferta para a (r)evolução

Este relatório levanta algumas questões quanto à hegemonia do futebol e aborda a persuasão e a mediatização. Hoje, é evidente que a estrutura de dominação está instalada, se calhar até de forma mais pronunciada – já que o futebol se assumiu como uma modalidade altamente publicitada, de eventos planetários – mas é de assinalar uma progressão das modalidades em espaço mediático. Primeiro, porque os atletas e as competições ganham destaque; depois porque os clubes apostam e os praticantes aumentam; terceiro, porque, se os clubes têm reconhecimento, os seus adeptos dedicam-lhe maior atenção.

O início do século XXI tem apresentado um novo paradigma, com uma aposta crescente de FC Porto, Sporting e Benfica em modalidades extintas.



1.3 Vetores para o crescimento das modalidades

Já referido o peso dos atletas nacionais no estrangeiro e a cobertura noticiosa exponencialmente maior, podemos fazer uma comparação dos últimos 30 anos. O pós-25 de Abril teve um crescimento sucessivo de publicações. O Desporto não foi exceção, os generalistas perceberam a sua importância, mas foi a expansão da televisão e dos jornais desportivos que revolucionou a dinâmica até aí vigente, privilegiando não só a antevisão e o resultado, mas a crónica e a justificação para uma diversificação de produção. Estávamos perante a verdadeira imprensa desportiva especializada, com interesse e contextualização por profissionais dedicados a uma ou outra modalidade, exponenciados por transmissões inovadoras e cativantes.

Os anos 90, por seu lado, tiveram um impacto muito negativo no plano das modalidades em Portugal. Gastando milhares no futebol, os clubes, que depois recorreram às Sociedades Anónimas Desportivas, deixaram cair práticas que lhes valeram títulos e reconhecimento. Com repercussão dupla no jornalismo, os *media* focaram-se no futebol e ‘secaram’ tudo em redor. Mesmo diversificando a oferta com o futebol internacional, muito motivado pelo brilho de Rui Costa, Luís Figo e Paulo Sousa no estrangeiro, o futebol nacional alimentou o princípio da especulação, da motivação e galvanização clubística, de forma a justificar uma imprensa que era, pela primeira vez, diária, com necessidades de se reinventar perante a concorrência.

Na entrada de século, a grande alteração é o exponenciar da cobertura televisiva das grandes competições, de várias modalidades. A *SportTV*, o *Eurosport* e o *Desporto 2* na

RTP2, são exemplos do impulso dado ao desporto. Contudo, isso não se traduziu num crescimento visível de conhecimento. Não só porque as figuras portuguesas não emergiam, como os clubes não investiam grandemente nas suas modalidades. Ao nível do estilo, começa a surgir o imediatismo e as notícias eram sintéticas e resultadistas.

Hoje, as referências nacionais em várias modalidades e a aposta dos clubes contribuíram para um crescente interesse na diversificação de oferta. A prática federada, em Portugal, é o passo seguinte. Entre 1996 e 2014, a *PORDATA* assinala o duplicar de atletas, de 265 para 546 mil desportistas. O ciclismo e o voleibol destacam-se com crescimentos de 600%. A natação quadruplicou e golfe, ténis e andebol triplicaram o número de atletas. O crescimento associativo, o apelo à educação e ao desporto, mas a aposta dos principais clubes na formação em várias modalidades tem sido relevante para este desfecho, mostrando que, grande parte, destes fatores interligam-se. A prática é fundamental porque desperta a curiosidade e o entendimento.

Por fim, tudo fica completo com o aumento da oferta, tanto nos diários, nos *sites* como nas televisões. Os jornais desportivos, os diários e os noticiários continuam a ter o futebol como foco predominante, mas começam a ser cada vez mais relevantes os acessos à leitura e visualização internacional, através dos meios digitais. Mesmo na transmissão dos eventos, há que salientar o relevo dos canais temáticos, especialmente do principal canal de desporto eclético, a *Eurosport*.

Crescendo a oferta, tem-se visto um aumento da busca noticiosa de modalidades menos comuns, possibilitando uma maior formação de público e a progressiva variação da prática desportiva. Isso tem sustentado a perspectiva de que o Desporto é negócio rentável para as televisões e para os *sites*, já que existe interesse inequívoco na competição, no evento, na fruição. Mais, esta crescente tendência anula a teoria de que o futebol é o desporto dominante porque os leitores o querem. Basta ver que o futsal, o ciclismo, as provas de automobilismo e de atletismo são altamente lucrativas para quem nelas aposta, já sem mencionar a importância do serviço público. A grande diferença continua a residir na sazonalidade. Se no futebol, quase diariamente se dá voz a dirigentes e externos do relvado, em grande maioria das restantes modalidades focaliza-se o evento mais demonstrativo da modalidade, apresenta-se um produto descontextualizado, que impede não só a perceção correta do mesmo como um desinteresse pelo desporto em questão. E na imprensa escrita, não raras vezes, a notícia

é um relato empírico de vencedor e vencido, sem cronologia ou explicação das suas especificidades. Daí que a transmissão seja o espaço primordial à visualização e à explicação, uma vez que a crónica e o comentário são, praticamente, únicas no futebol.

4.5 Tematização

Um dos principais padrões do Jornalismo atual é o cultivo de uma imprensa especializada, apostada em conteúdos dirigidos a um público conhecedor e que dispensa grandes explicações para aquilo que o jornalista depreende como senso comum. Essa falta de zelo é, muitas vezes, um grande obstáculo ao interesse e à perção à modalidade. No estágio, fui confrontado diversas vezes com a necessidade de identificar o desporto, procurando explicar e contextualizar os detalhes das provas, dos apuramentos, dos critérios de qualificação. Quem não perceba de ciclismo, não entende como um vencedor de etapa não é também o líder da prova, daí que seja fundamental colocar no *lead* a informação do dia, mas também das tiradas anteriores, de forma a justificar essa liderança. Mais, o futebol foi a modalidade em que mais me esqueci de colocar a identificação, justamente pelas suas figuras, competições e clubes estarem tão presentes nas nossas associações diretas.

Com o alargamento da cobertura a diversas áreas, percorreu-se um caminho de diversificação de oferta, fundamentando a ideia de que todas as temáticas reúnem profissionais com conhecimento profundo nesse âmbito. Esse é um processo normal de evolução social, de uma maior escolarização e de uma atenção crescente aos meios de comunicação social. Contudo, antes de o abordarmos, é importante explicar o conceito de Tematização, celebrizado por Luhmann.

Esta teoria do estudo comunicacional rompe, em meados dos anos 50, com a ideia de manipulação e de produção cultural como forma de influenciar as massas. Rejeitando a comunicação massiva, Luhmann (1983) introduz a agenda temática nos meios de comunicação habitualmente descritos como de massas. Usando a cobertura de eleições norte-americanas e o impacto que a televisão tinha no interesse político da sociedade, Luhmann avaliou os efeitos cognitivos resultantes na audiência. A Tematização é definida como o processo de definição, estabelecimento e reconhecimento público dos grandes temas, dos grandes políticos. Mais do que análise dos *media*, a reflexão sobre a Tematização afirma a mudança do conceito de opinião pública, repartida por temas. “Um processo que se realiza na relação estabelecida entre o sistema político e a opinião

pública, através da mediação dos *mass media*. Desta maneira, os meios de comunicação têm sido considerados, não como os protagonistas, mas só, precisamente, como os mediadores desta relação” (Luhmann, 1978 *apud* Agostini, 1984:531).

Luhmann avançava a ideia de que a opinião pública deve ser a adaptação de temas às necessidades da população e não uma generalização de conteúdos de opiniões individuais. Contudo, o autor afirma que a Tematização sofre tendências mediáticas, pela avaliação de importância de determinadas áreas, naturalmente, prejudicando outras. Mais, afirma-se que os *media* têm tendência a canalizar atenções para reduzidos focos de informação, reproduzindo sucessivamente essa informação, negligenciando outras. Mesmo retomando o papel decisor do jornalista enquanto primeiro bastião de *gatekeeping*, a verdade é que a Tematização reitera pela primeira vez a existência de uma agenda definida pelos *media* para a informação.

A televisão é o meio privilegiado de estabelecer consensos e opiniões unilaterais num espaço institucionalizado programado para as diferenças de tratamento noticiosos consoante relevância. Em sentido inverso, considero a imprensa como o meio mais especializado no sentido de reservar espaço para temáticas fora do espectro mediático, além de as aprofundar ou de as explicitar com base em ângulos diferentes. Os temas são repetidos para se descomplexar a realidade e evitar contextos e explicações alongadas, impossibilitando um conhecimento mais alargado, que aprofunda exaustivamente o sensacionalismo e justifica o propósito do jornalista vigilante.

Bernstein (1992) avalia: a visão do que o público pretende não é mais que uma construção idealizada pelo jornalista, ora para se convencer do bom desempenho noticioso, ora por considerar de menor relevância e utilidade uma pesquisa exaustiva e uma variedade temática na seleção noticiosa.

“In this new culture of journalistic titillation, we teach our readers and our viewers that the trivial is significant, that the lurid and the loopy are more important than real news. We do not serve our readers and viewers, we pander to them. And we condescend to them, giving them what we think they want and what we calculate will sell and boost ratings and readership. Still, it is the role of journalists to challenge people” (Bernstein, 1992 *apud* Allan, 2004:195).

Rositi, por sua vez, diferencia os passos de estruturação da opinião pública. Tal como no processo de *gatekeeping*, as organizações especializadas são o primeiro decisor daquilo que é noticiável. De seguida, dá-se a hierarquização e valorização das prioridades, para se finalizar com a escolha dos focos e temáticas mais prementes a mediatizar. Os *media* têm autonomia na última fase do processo – muito porque respondem instantaneamente à concorrência optando por reproduzir os mesmos focos –, mas são altamente influenciáveis nas primeiras duas fases. Luhmann advoga que a Tematização é positiva quando reflete o estado geral de uma sociedade e quando impele uma mudança e ação coletiva. De acordo com Agostini (1993:91): “ (...) a tematização cumpre permanentemente a tarefa de instrumento com o qual a informação jornalística assume, umas vezes uma, outras vezes outra, as funções de intérprete, ou de orientação, ou de simples relatora da realidade.”

O processo de seleção corresponde os pressupostos básicos e o conceito de Mediatização não só preserva o paradigma, como reforça a ideia de que quanto maior for a importância da figura pública, mais reproduzida será a notícia. Basta pensarmos na cobertura mediática do futebol em comparação às restantes modalidades e à valorização do rumor, consoante protagonistas, em detrimento do relevo notícia conforme o feito/resultado de determinada modalidade.

Para terminar este capítulo da Tematização, é de ressaltar também a aproximação do termo à divisão de categorias dentro de uma edição ou redação. A divisão em editoriais foi o primeiro passo para o conhecimento temático dos diferentes jornalistas sob um signo de identidade comum (a entidade), mas na última década, e muito graças à proliferação de interesses e de partilha de informação, aumentam grandemente *sites*, publicações, panfletos, fóruns destinados a uma especificidade dentro da própria área. Disseminação essa que sugeriu que as agências poderiam perder importância, algo que não se verificou devido à continuidade das práticas de confirmação de fonte e de notícia.

A aposta de jornais, televisões, rádios e agências no Desporto localiza sistematicamente a atenção para objetos de interesse que nunca seriam abordados sem a categoria específica própria. Além de contribuir para uma diversificação, é aqui que reside verdadeiramente a ideia de Especialização no sentido de poder contribuir para uma maior complexidade de informação. Mas será que a Especialização se atinge com a

Tematização? Ou será que por mais Tematização que exista, a Especialização só se adquire com uma melhor distribuição mediática? O que importa ressaltar é que a Especialização depende de cada produção noticiosa e é, logicamente, preocupação e matéria mais antiga, antecedendo a divisão por temas no jornalismo. Mesmo que esteja claro que os estudos sobre a Especialização não estejam tão avançados como os da Tematização.

4.6 Especialização

Se a Tematização se assume como uma matéria estudada ao longo do tempo, principalmente desde que se encararam os *media* como capazes de influenciar o processo de recepção, no caso da Especialização existe ainda pouca teoria fundamentada. Frederico de Mello Brandão Tavares, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos do Brasil, deixou na publicação científica, de 2009, uma primeira divisão tripartida. O autor advoga que a primeira Especialização se dá na diferença entre meios (televisão, rádio, imprensa, ciberjornalismo) para depois passar a assumir a predisposição de representar uma editoria própria (Desporto, Cultura, Economia). O terceiro vetor resume o cruzamento de ambas, ou seja, a variação de linguagem e regras em meios diferentes. A esta definição, poderíamos ainda acrescentar aqui o sinónimo mais claro de Especialização, que é, fundamentalmente, um conhecimento empírico e teórico sobre as especificidades de uma área temática.

Apesar de a Especialização ser reconhecidamente marca de uma sociedade cada vez mais formada, preparada e capaz de escolher um caminho estreito no Jornalismo, há-que explicitar que dentro do que é considerado o jornal generalista, sempre existiu uma cobertura diferenciada. A grande diferença de hoje é que o culto do especialista aumenta a Tematização para um outro grau de conhecimento e de complexidade da mensagem. Fontcuberta (1993) sustenta a interdependência de ambas as concepções: “Quando se fala de Especialização não é necessário referir-se ao tipo de meio ou à audiência, mas sim aos conteúdos. Há-que repetir que não são os meios que especializam os conteúdos. Servem para os difundir, ainda que seja a imprensa a principal responsável por esse efeito.” Através do trabalho científico, da formação crescente (recorde-se que nos anos 70 calcula-se que só metade dos profissionais de jornalismo teriam grau académico), tem-se gerado uma maior capacidade crítica e contribuído decisivamente para uma

variedade e complexidade crescente da informação. E nesse particular, a imprensa tem sido o veículo primordial. Por não viver na base da instantaneidade, mas acima de tudo por continuar a representar o hábito de leitura e o grau de confiança que a fazem especialista e que a tornam a única a entrar frequentemente em outros meios. Pude reforçar essa convicção na *Lusa*, com o atentar à especificidade da modalidade, à explicação dos contextos, mas à atenção padrão dada às fontes e à confirmação da informação.

Mesmo sabendo que as secções têm sido importantes desde o início dos diários, são apresentados dois fatores principais para o crescimento das temáticas dentro do jornalismo generalista. O primeiro prende-se com a necessidade de diversificar conteúdos e apostar em novos públicos e numa formação do mesmo com um aprofundamento progressivo da mensagem.

O segundo está ligado à receção. Estando a sociedade cada vez mais dividida em setores profissionais e em interesses personalizados fora da atividade profissional, gera-se uma exigência de exploração de outras áreas que possam interessar ao leitor. Mais do que informação conveniente, aposta-se na informação de fruição, ou pelo menos conteúdos relacionados com *hobbies* ou atividades paralelas. Por mais contraditório que pareça, a Especialização permite união entre especificidades e caminhar cada vez mais para os temas de interesse coletivo, uma vez que se debruça sobre as várias áreas – neste caso as modalidades desportivas – e atenta às suas individualidades, incrementando não só o conhecimento, mas também um maior acompanhamento. Acima de tudo, dá-se a possibilidade de saber, de estar a par, para depois se estabelecerem as preferências naturais.

Nelson Traquina resume a importância do jornalismo especializado como um paradigma de conhecimento sobre a realidade temática, permitindo uma adaptação que vai dando ao leitor não só a notícia como o seu contexto.

Assim, fica, para já, mais ou menos garantido, que a Especialização segue naturalmente a Tematização. Em termos concetuais, já que a notícia especializada é assunto abordado ao longo do tempo pelos principais pensadores culturais. A questão de maior subjetividade prende-se com a análise das coberturas especializadas, já que variam pelo meio, pelo estilo e pelo desempenho de cada jornalista. Na *Lusa*, existem jornalistas dedicados quase em exclusividade a determinadas modalidades, e que, por

isso, tendem a padronizar a informação e a serem tidos no processo de decisão, com todos os prós e contras que isso acarreta. Reportando ao estágio – e mesmo sendo um elemento que completa as lacunas de uma redação com coberturas várias, folgas e férias – passei por uma série de modalidades, mas acabei por escrever para aquelas, cuja minha experiência e maior mestria poderiam acrescentar conteúdos, principalmente o futebol internacional e o ciclismo. Contudo, como observador participante também pude constatar que nos momentos em que os ‘especialistas’ não estão na produção noticiosa, existe a tendência de se darem resultados e factos, mas menor subjetividade e menor contexto, justamente por existir um menor acompanhamento do desporto em questão, aquilo a que apelido de ‘notícia desinteressada’.

O historiador Francisco Pinheiro adianta, em conversa escrita (abril de 2016), outra possibilidade de divisão.

“A imprensa desportiva, em si mesma, é imprensa especializada, tal como a imprensa cultural, económica, etc. Só que pode também dividir-se em três categorias: generalista – aborda, ou tenta fazê-lo, uma generalidade de desportos, como os jornais *A Bola* ou *Record*, embora sejam dominados pelo futebol; especializada – dedicada a uma ou duas modalidades, como o *Jornal de Ténis* – ou as publicações institucionais – e.g. o *Jornal do Sporting* ou o *Boletim da FPF*”.

É neste ponto que é pertinente elaborar algumas considerações. Sem perder muito tempo com as publicações institucionais, que acabam por estar conotadas com a subjetividade própria da comunicação de dentro para fora, existem diferenças assinaláveis entre jornais generalistas e específicos. O autor considera que a imprensa desportiva é especializada porque adquire linguagens próprias e conhecimentos aprofundados ao longo do tempo, de igual modo a qualquer outra área da sociedade, justificando-o como uma evolução histórica: “Desde o surgimento deste género de imprensa (desportiva), no século XIX, que a sua linguagem tem um teor técnico: mesmo o futebol, ao falar de táticas, metodologias de treino, está a adoptar uma linguagem técnica da modalidade, tal como sucede com o golfe, basquetebol, ciclismo...” (Pinheiro, abril de 2016).

Com este testemunho, Francisco Pinheiro apresenta-nos uma perspetiva da evolução das modalidades e da imprensa em Portugal, defendendo a existência de uma imprensa especializada desportiva. Relevando as especificidades, o autor salienta que os

jornalistas sempre tentaram acompanhar as inovações das modalidades e sustenta que tanto os generalistas como as publicações dedicadas a uma só modalidade correspondem à dita Especialização. A grande questão aqui passa uma questão muito mais subjetiva e que se prende com a produção de cada jornalista.

A imprensa generalista desportiva é altamente especializada no que ao futebol diz respeito. Não só pela quantidade, mas pelo conhecimento partilhado inerente à mediatização que esta modalidade representa no panorama nacional. Além do seu fácil entendimento e de tudo o que foi apresentado anteriormente, fazem-se antecipações, procedem-se a análises e debate. No entanto, essa Especialização é, frequentemente, contaminada pela suposição, pelos interesses vários que aumentam a sua mediatização. Hoje, o futebol intercala os dois glaciares: ora é profundamente técnico e estatístico, aproximando-se cada vez mais da ciência e da metodologia de treino, ora tende a dispersar-se pela opinião e pelo rumor.

Em sentido inverso, nas modalidades, não é possível afirmarmos uma Especialização em todos os objetos analisados, já que muitas estão excluídas da cobertura noticiosa, o que impede necessariamente a sua compreensão. Mais, quando são noticiadas pecam por falta de informação e contextualização, ficando-se pela influência do resultado ou do desempenho do protagonista nacional. O próprio imediatismo impede uma observação aos detalhes e à procura de outros ângulos, condenando o Desporto à ditadura dos resultados. A crónica, a reportagem e o culto de haver especialistas por modalidade caiu grandemente a partir dos anos 80. O próprio desinteresse por alguns desportos adveio do abandono da narração e descrição de emoção, suplantada pelo pragmatismo.

Em suma, a Especialização é alcançada nas modalidades que têm mais visibilidade e nas que estão mais próximas de cada leitor/espetador. Muitas vezes, antes da notícia, seria necessário um conhecimento aprofundado, que só pode ser dado por publicações dedicadas a uma modalidade. E essa é ainda uma grande lacuna na imprensa desportiva portuguesa, que continua a considerar os desportos além-futebol como prejuízo de negócio. Assim, em traços gerais e, caindo numa falsa generalização, poderíamos afirmar o futebol como especializado e, as restantes modalidades, como representantes da Tematização, mas, ainda assim, é imperioso distinguir cobertura e estilo por meio de comunicação.

No Desporto, a análise, o estudo, as suposições são abundantes e não resta grande dúvida do entendimento por parte do público-alvo. Contudo, quando afirmo Desporto estou a seguir a nomenclatura de desportivo que não está devidamente utilizada em Portugal, Espanha e Itália, principalmente. Por aqui, o futebol sobressai e domina dois terços do periódico. Neste caso, podemos afirmar que o futebol é especializado, mas que o Desportivo no seu todo não o é. E não por razões de quantidade, mas devido à qualidade. Não são explicadas regras de outras modalidades, não se relevam aspetos fundamentais à compreensão do jogo, pontuação ou torneio, por exemplo, ficando relevada a importância da lusofonia para a modalidade em questão ser noticiada.

Na televisão, por exemplo, a transmissão das modalidades faz o percurso exatamente inverso. Se no futebol, os debates estão ligados à campanha clubística e às suposições várias, é nos eventos televisionados das restantes modalidades que se aplicam contextos e explicações (além da emoção de relato), que promovem um maior conhecimento desses desportos. Na televisão, o futebol percorre uma linha muito ténue, entre conteúdo informativo e *infotainment*.

Na rádio, por exemplo, o futebol é palco de Especialização histórica, com comentário, análise e intervenção a cada momento do jogo, a que se junta um estilo próprio de uma arte híbrida entre o jornalismo e a literatura. Mesmo acompanhando as várias modalidades, não deixa de ser de lamentar a progressiva perda de transmissões em direto, passíveis de narração cativante como o futebol.

As modalidades ficam circunscritas ao tridente tempo, evento e resultado. Vejamos a importância dada às conquistas do atletismo e do hóquei. Em primeiro lugar, ressalva-se a conquista, valorizando-se o desempenho dos atletas, aproveitando não só serem competições internacionais muito relevantes, como estas decorrerem os meses de julho, o mês de menor destaque futebolístico. Mais uma vez, sustenta-se a ideia de que a componente nacionalista exalta os resultados no estrangeiro, ficando presente que as modalidades dependem destes para sobressair. Exemplo disso é a sazonalidade noticiosa dada às disciplinas olímpicas, subjugadas a um interesse de dois meses a cada quatro anos.

4.7 *New Journalism* e o *Self-Made-News* para o fim do Agendamento

Assim, o caminho para um panorama desportivo mais plural tem de ser feito pelo apelo a uma diversificação noticiosa, com estilos e objetivos diferentes. A notícia não é

o único meio de informar o leitor. A crónica e o comentário continuam a ser privilégios televisivos e, praticamente, exclusivos ao futebol. Para que o interesse por outras modalidades aumente, continua a ser necessário o lado emoção que o Desporto, por génese, apresenta. E para isso, a reportagem, a análise, devem enriquecer a típica notícia desinteressada⁸, em que o jornalista se ‘defende’ do pouco conhecimento que tem na matéria. O *New Journalism*, como doutrina que mistura a factualidade e o génio literário da crónica, é um dos modos viáveis de se reaproximar a relação utente/jornalista, partilhando, sem pudor, o interesse numa modalidade.

Outro ponto será inculcar a procura crescente, a participação dos leitores em todo o Desporto, suscitando um conhecimento partilhado e, lá está, especializado, o *Self-Made-News*. A título de exemplo, e enquanto estagiário na Agência *Lusa*, ressalvo a sua importância, que, não tendo limites de tempo ou de espaço – como a televisão ou diários impressos – pode explicitar, com clareza, regras, especificidades, definição de protagonistas e modalidades e dados contextuais relevantes. Se o interesse pelas modalidades está em crescendo, o jornalismo tem uma quota parte de responsabilidade, que tem muito mais a ver com a predisposição para a diversificação da prática desportiva, dos *hobbies* e do aumento da representatividade lusitana e dos clubes. A *Lusa* continuará na vanguarda da abrangência noticiosa.

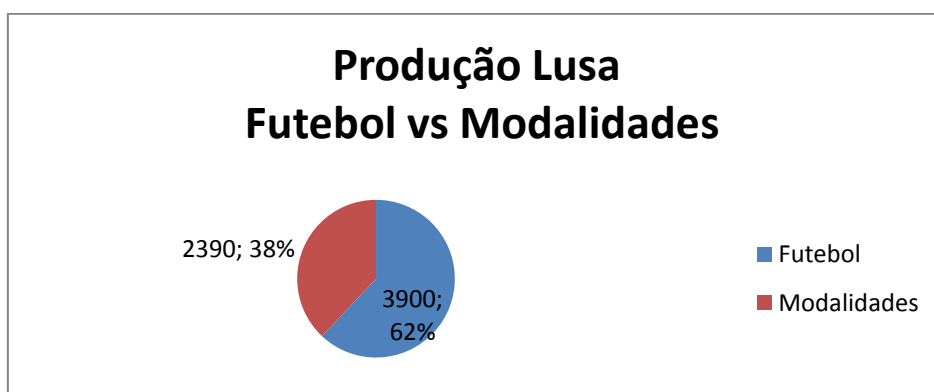
⁸ Como referi atrás, a notícia que não apresenta explicações ou *background*, ficando-se pelo resultado (normalmente modesto), sem especificar regras de qualificação, modalidade ou classificação e consequência prática para estar a ser noticiado.

5. Estudo de Caso

Neste capítulo, debruçar-me-ei sobre a especificidade da produção da agência *Lusa* no decorrer do estágio curricular, apresentando uma estatística que resulta de um levantamento da produção da redação de desporto da agência, entre fevereiro a maio de 2016. Dentro do mesmo espaço temporal, saliento também a utilização dessas mesmas notícias pelos vários *media*. Nesse sentido, divido em quatro os objetos de estudo: ora a produção *Lusa* no futebol e nas modalidades, ora a utilização das notícias *Lusa* no panorama jornalístico nacional, sempre com duas medidas: futebol e restantes modalidades.

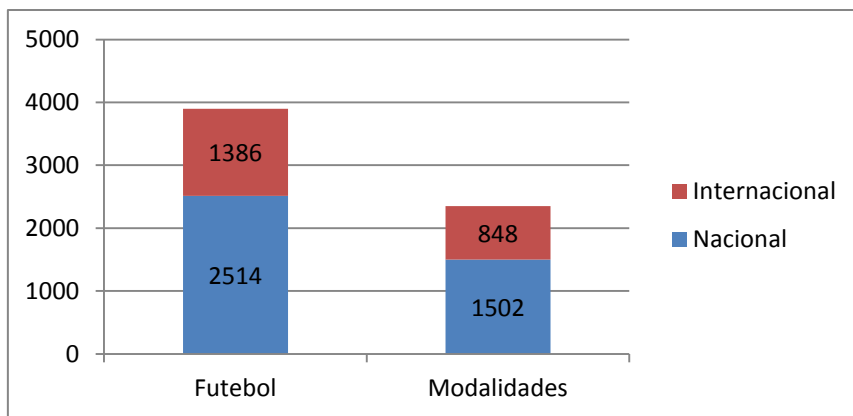
5.1 O futebol na Agência *Lusa*

O peso do futebol na *Lusa* revela a tendência nacional do desporto em Portugal, mesmo que se assinale que as modalidades acabem por ter maior cobertura na agência do que nos restantes meios.



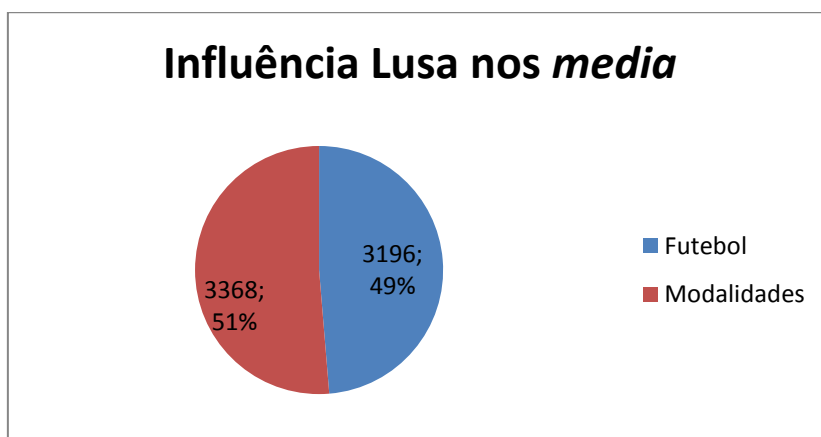
3.1- *Lusa* –Fut. vs Modalidades

As modalidades têm um destaque importante, sendo de destacar uma proximidade grande entre a vertente nacional e internacional, tanto no futebol como nas modalidades. Mesmo que o desporto nacional, tanto com destaques de atletas lusos como com competições no país, continue a dominar (perto de 65% em ambos), a verdade é que o internacional ganha cada vez mais destaque. Se a preferência começou por ser exclusiva pela preponderância dos portugueses no estrangeiro, a verdade é que os eventos mais mediáticos de várias modalidades começam a ter uma cobertura maior.



3.2- Lusa – Fut. vs Modalidades – Nacional e Internacional

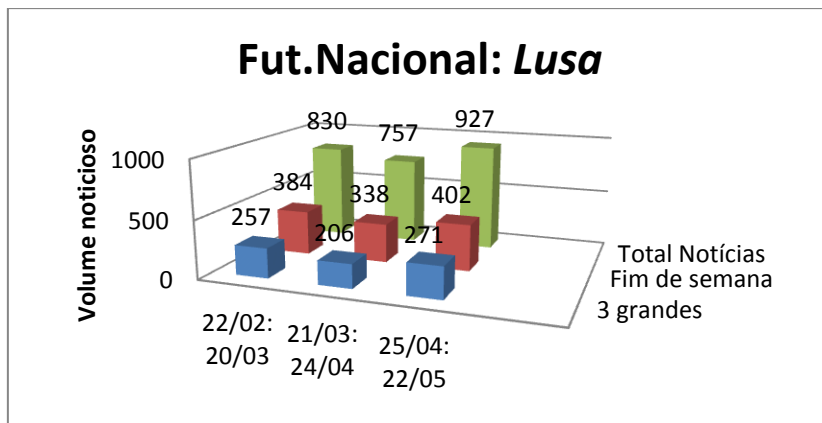
Se é verdade que a *Lusa* produz mais futebol que todas as restantes modalidades, não deixa de ser assinalável que os meios de comunicação clientes da agência retirem maior número de notícias de modalidades. Proporcionalmente, a *Lusa* produziu 2390 notícias, traduzidas depois para 3368, disseminadas pelos meios de comunicação analisados. Ao contrário, no futebol as 3900 representam um aproveitamento de 3196. Fica aqui a primeira saliência do papel fundamental na abrangência e no combate ao Agendamento.



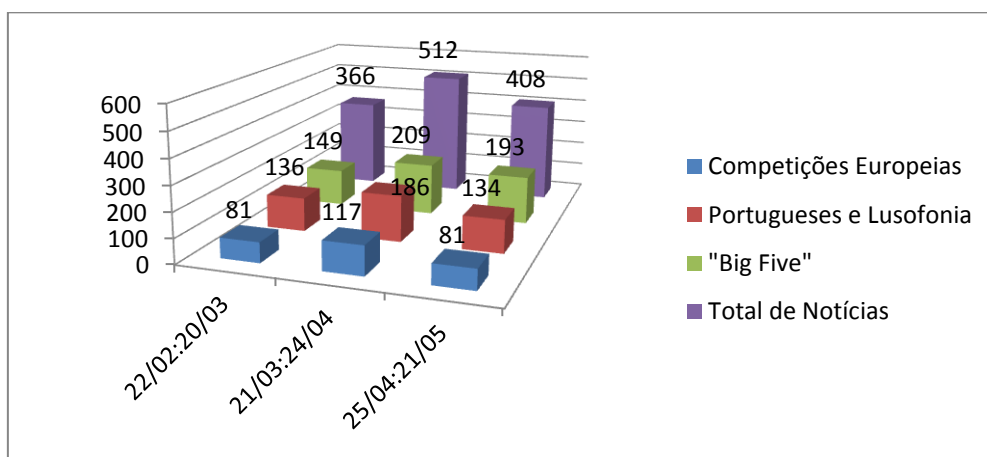
3.3 – Lusa – Futebol e Modalidades nos *media*

No gráfico que se segue, é possível observar um volume acima das 700 unidades mensais de notícias de futebol nacional, sendo depois comparada a influência dos três grandes e dos eventos ao fim de semana. Apesar de os três grandes serem naturalmente importantes no panorama, a *Lusa* dispersa a sua atenção pelos restantes clubes, já que os valores, apenas no primeiro período, ultrapassam os 30% (30,96). Quanto ao fim de semana, é evidente a regularidade da importância dos eventos neste período e que motivam um índice grande de produção noticiosa: fev/ mar – 46.26%; mar/abr – 44.65%; abr/mai – 43.36%. O valor mais alto do primeiro período analisado resume a

maior recorrência de jogos ao fim de semana e ausência/diminuição de partidas referentes às competições europeias, tipicamente a meio da semana.



3.4 – Lusa – Futebol Nacional

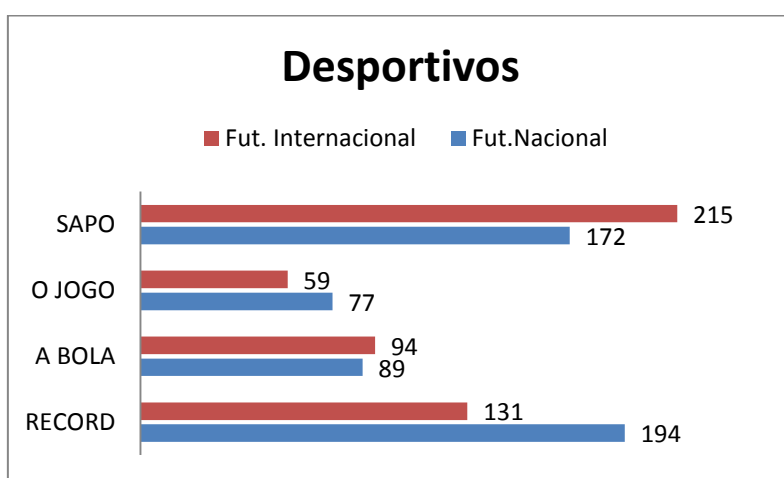


3.5 – Lusa – Futebol Internacional

Aqui, procura-se caracterizar o futebol internacional. Ao nível global, o acréscimo progressivo de notícias deriva do finalizar das principais provas de clubes europeus. Se no primeiro bloco, a influência dos portugueses anda paralela ao *Big Five*, nas duas seguintes esta diminui perante a explosão de Liga Europa e Liga dos Campeões (março/abril). Proporcionalmente, o *Big Five*, com as decisões dos principais campeonatos, ganha relevo no terceiro vetor. Há um maior número noticioso nacional em fevereiro/março, devido às seleções e ao campeonato nacional, registando-se no segundo vetor um valor significativo de uma importância grande às competições europeias. Em abril/maio, a tendência manteve-se, mas destaca-se o peso da decisão do campeonato português e o balanço da I Liga no crescimento do futebol nacional. Em termos gerais, existe uma regularidade assinalável (consultar gráfico 3.6 em anexo).

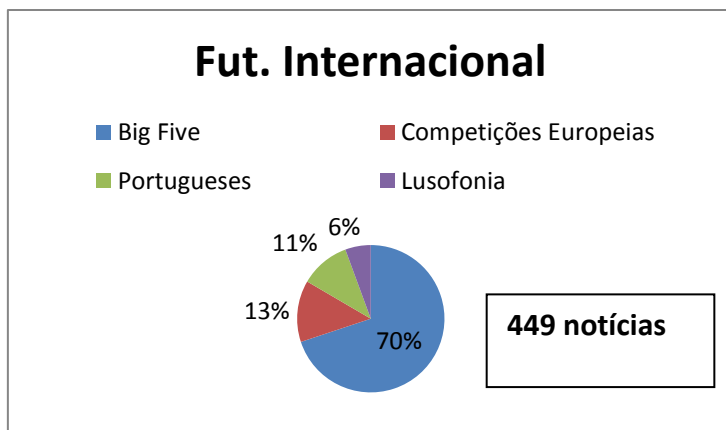
5.2 O futebol da *Lusa* nos *media*

Já na análise aos meios de comunicação, há-que salientar o peso específico que a agência tem, principalmente no desporto internacional. *Record* destaca-se nos desportivos como o que mais cita a *Lusa*. *A Bola* tem o nível mais equiparado entre nacional e internacional e *O Jogo* disponibiliza notícias *online* mais recentes, impossibilitando uma pesquisa mais extensiva. Comum a estes é a utilização da notícia nacional fora três grandes, já que nestes apostam por produção própria. O *Sapo*, por outro lado, valoriza toda a notícia, inclusivamente a dos grandes (consultar gráfico 4.2 em anexo).



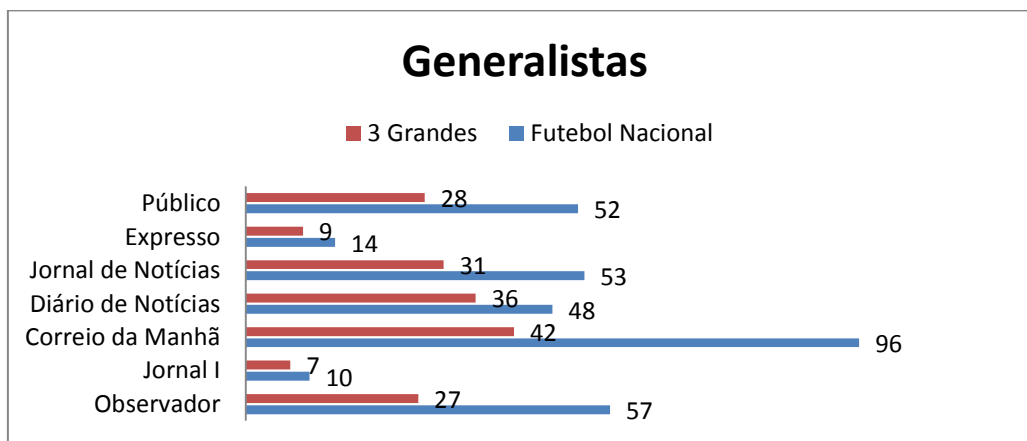
4.1 – Desportivos – Fut. Nac./ Fut. Int.

Apesar de os portugueses e de a lusofonia serem marca de agência, é notório que os Desportivos acompanham os lusos no estrangeiro e que, por isso, preferem a notícia dos principais campeonatos e competições europeias. Dentro do registo de lusofonia, o aglomerador *Sapo Notícias* retira o maior número de notícias, imponente perante os restantes. *Record* mantém o domínio pelo maior volume de produção *online*. Do lado inverso está *O Jogo*, devido ao menor protagonismo da produção para o seu sítio oficial (consultar o gráfico 4.4 em anexo).



4.3 – Desportivos – Fut. Int.

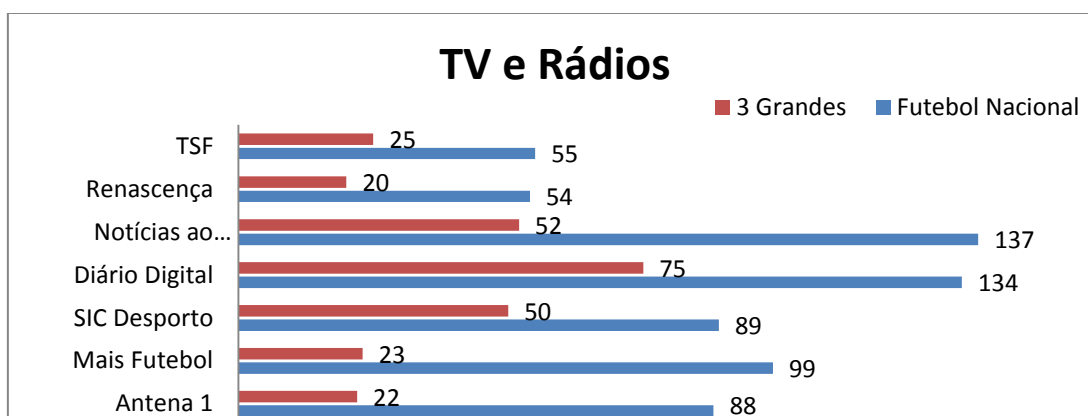
Nos generalistas, é possível destacar uma grande diferença em termos de produção e uso *Lusa*. Nos jornais mais tablóides, dá-se maior relevo ao futebol. Existe muita produção, mas também muita influência da *Lusa*. Tendencialmente, existe um acompanhamento dos grandes e dos portugueses no estrangeiro, o que salienta a importância dos restantes clubes nacionais e da generalidade do futebol internacional. À exceção do *Observador*, que opta por um estilo literário mais acentuado, tanto *Público*, *Jornal I*, *DN* como *Expresso* aproveitam a produção *Lusa* também nos três grandes, por não fazerem da produção informativa desportiva uma prioridade (consultar gráfico 4.6 em anexo).



4.5 – Generalistas – Futebol Nacional

Nas televisões, é visível uma aposta forte de *RTP* e *TVI*, com meios próprios dedicados ao desporto. A estação pública junta a *Antena 1* e a de Queluz explora o *MaisFutebol*, centrado nessa modalidade. A produção de ambas é forte, mas apostam em muitos conteúdos *Lusa*, privilegiando o nacional e o internacional, sem portugueses. É possível verificar, inclusivamente, que a linha de futebol internacional *Lusa* sai

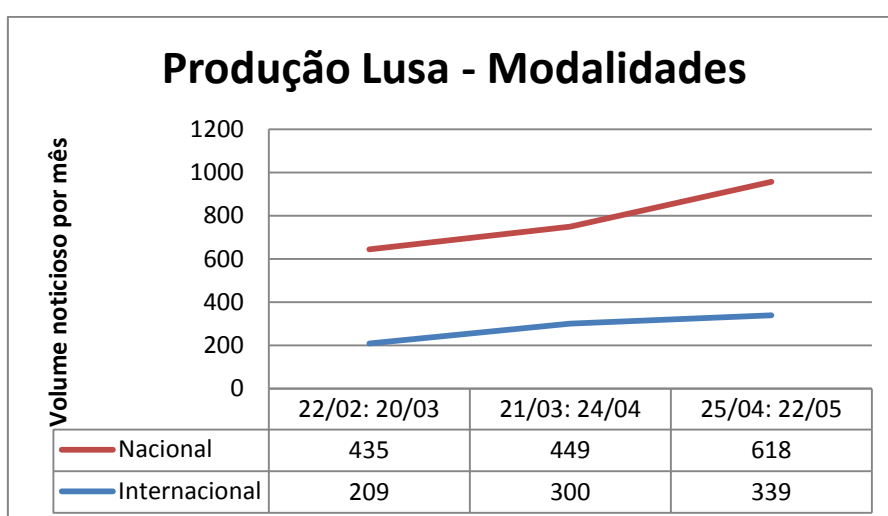
semelhante nestes dois meios, umas vezes replicada diretamente, outras vezes como fonte primária para uma produção posterior. A *SIC*, por sua vez, faz da *Lusa* o garante de 90% do seu *site*, indicando explicitamente a fonte. Nas rádios, os valores andam equiparados, sobressaindo ainda assim o futebol nacional, que, como adiantado pelos meus companheiros de redação, deriva do número diminuto de jornalistas para o acompanhamento em massa de jogos ou antevisões.



4.7 - Tv e Rádios - Fut. Nac.

Os aglomeradores de notícias revelam a preferência da *Lusa* pelo futebol nacional fora três grandes e o espaço dedicado ao internacional, mesmo sendo importante ressaltar que o *Notícias ao Minuto* usa menos notícias de três grandes porque começa a elaborar, por si mesmo, crónicas e análises de jogos (consultar gráfico 4.8 em anexo).

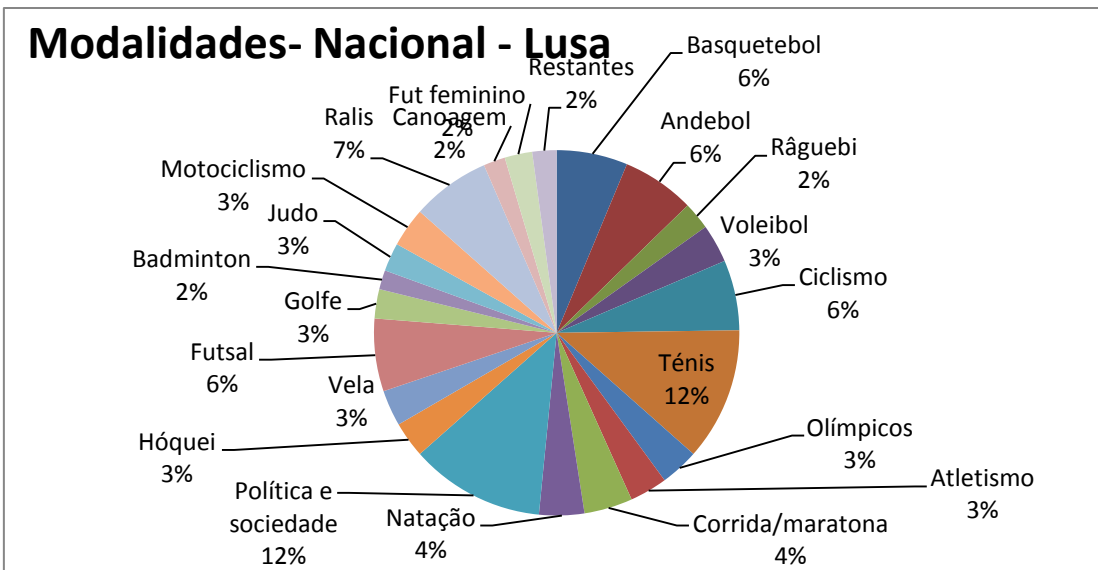
5.3 Modalidades na *Lusa*



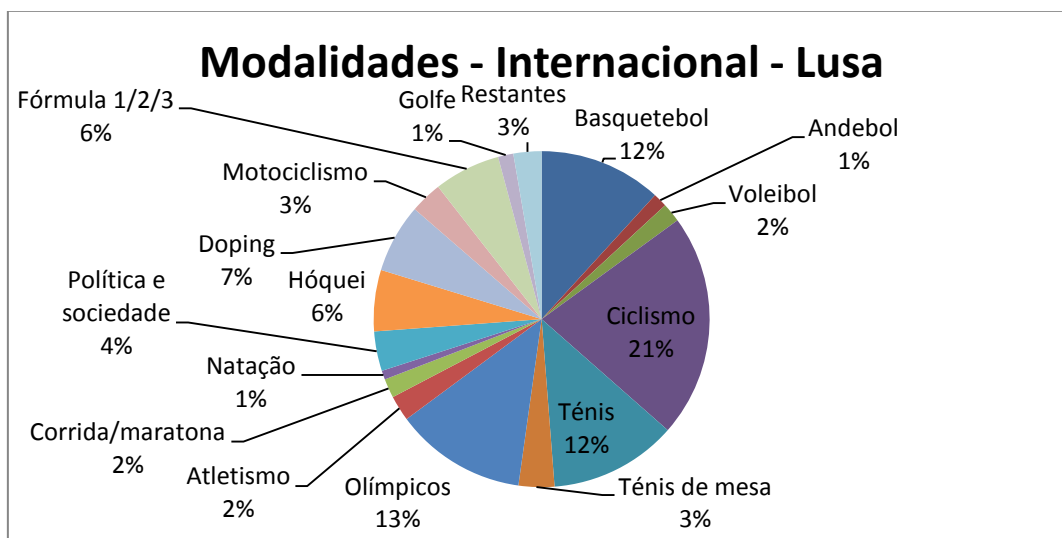
5.1 – Lusa - Modalidades

Na produção das modalidades é visível um aumento gradual de notícias entre fevereiro e maio. No âmbito nacional, o aumento deriva, maioritariamente, do acompanhamento de eventos *in loco*. O ciclismo e a *Volta ao Alentejo* como a prova mais relevante; os campeonatos nacionais de natação; a etapa portuguesa do Mundial de ralis e o ténis, pelo *Estoril Open*, foram exemplos de como a cobertura aumenta quando existem deslocações dos jornalistas para o seu acompanhamento. A isto acrescem as principais decisões dos campeonatos das modalidades coletivas, que têm maior destaque nas suas fases finais. Ao nível internacional, as principais provas do ano das modalidades mais representadas vão eclodindo, o que aumenta o volume de campeões locais e europeus e os apurados olímpicos, por exemplo.

No gráfico abaixo apresentado, foi levantado um manancial de várias modalidades. As ‘restantes’ representam 23 modalidades, com menos de vinte notícias no período de três meses de análise. Consideraram-se para esta estatística as provas nacionais e a relevância de determinada figura para que o desporto sobressaia, casos de badminton, golfe, judo e motociclismo. Ténis, Ralis, Natação, Ciclismo são exemplos de como a cobertura *Lusa in loco* (Taça Davis, etapa portuguesa de ralis, campeonato de natação, apuramento olímpico e *Volta ao Alentejo*) é importante. É também de destacar uma equidade interessante em muitas das modalidades, sendo importante ressaltar que as modalidades coletivas como o basquetebol, andebol e voleibol não têm o peso relevante como previsto, devido à agência privilegiar apenas o resultado das fases finais dos campeonatos e taças nacionais. No desporto feminino, o futebol (2%) é a única modalidade coletiva com relevo. Como me foi explanado na redação, o peso do futebol decairia grandemente se analisados o mês de julho, período de retiro de competições nacionais nacionais e internacionais quer de clubes quer de seleções.



5.2. Lusa – Modalidades - Nacional



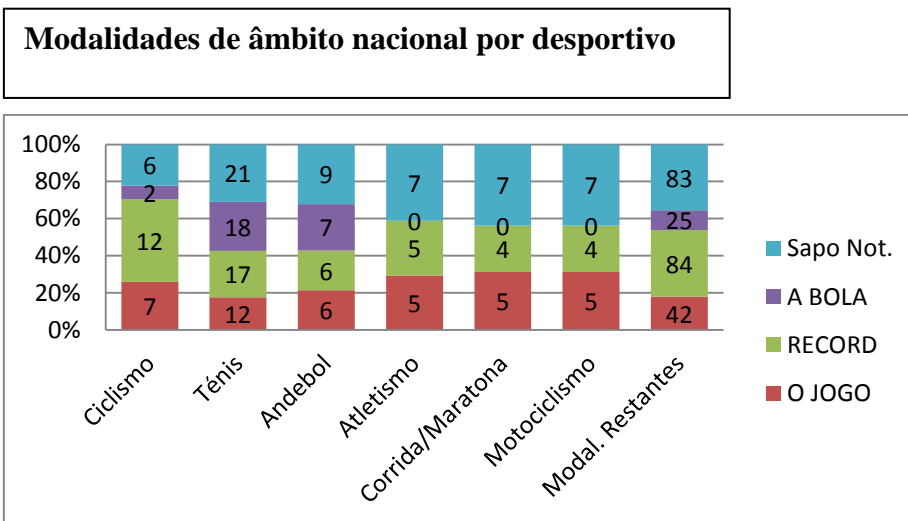
5.3. Lusa – Modalidades - Internacional

No panorama internacional estão 17 modalidades com números inferiores à dezena, representando 3% do total. Apesar de existir algum equilíbrio, existe um claro destaque do ciclismo internacional, que é acompanhado diariamente, durante um calendário extenso, entre janeiro e outubro, sendo que de março a agosto está em constante ebulição com clássicas e grandes voltas. Os principais torneios de ténis, o apuramento olímpico e o campeonato norte-americano de basquetebol aparecem numa segunda linha, bem à frente das competições internacionais de hóquei, motos, andebol e voleibol. Todos os desportos aqui representados refletem também um acompanhamento dos portugueses nas provas, que, mesmo não sendo o foco da notícia muitas vezes, acabam por motivar a cobertura noticiosa.

5.4 Modalidades *Lusa* nos *media*

A importância da *Lusa* cresce exponencialmente nos *media* quando analisamos isoladamente as modalidades, já que a proporcionalidade destas sobressai em relação ao futebol, mais produzida de forma individual pelos meios de comunicação social observados. Nos Desportivos, é de relevar uma proximidade entre o nacional e o internacional, destacando-se *Record* e *Sapo Notícias* como consumidores da informação variada. *O Jogo* e *A Bola* não têm uma grande produção noticiosa de modalidades, mas também não usam a notícia *Lusa*, ficando-se pela colocação de resultados em jeito de notícia breve (consultar gráfico 6.1 em anexo).

No gráfico abaixo apresentado, coloquei em confronto as modalidades com número igual ou superior a 16 notícias totais, especificando depois por meio de comunicação. Da totalidade de 334 notícias, 172 estão espalhados pelas seis modalidades representadas, o que sustenta uma variedade importante na cobertura *Lusa*.

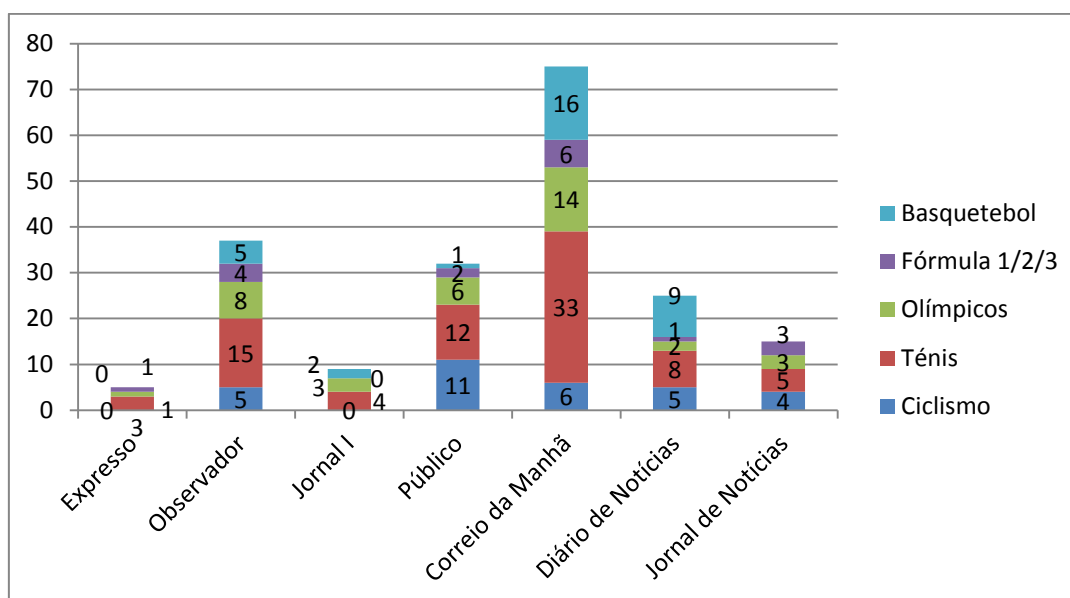


6.2. Modalidades nacionais por desportivo

Por meio de comunicação, é de relevar o peso específico de *Record* e *Sapo* e de como *O JOGO*, mesmo não apostando grandemente nas modalidades, acaba por seguir e usar a produção de agência nas modalidades mais populares. *A Bola* apresenta números nulos em três das modalidades mais populares

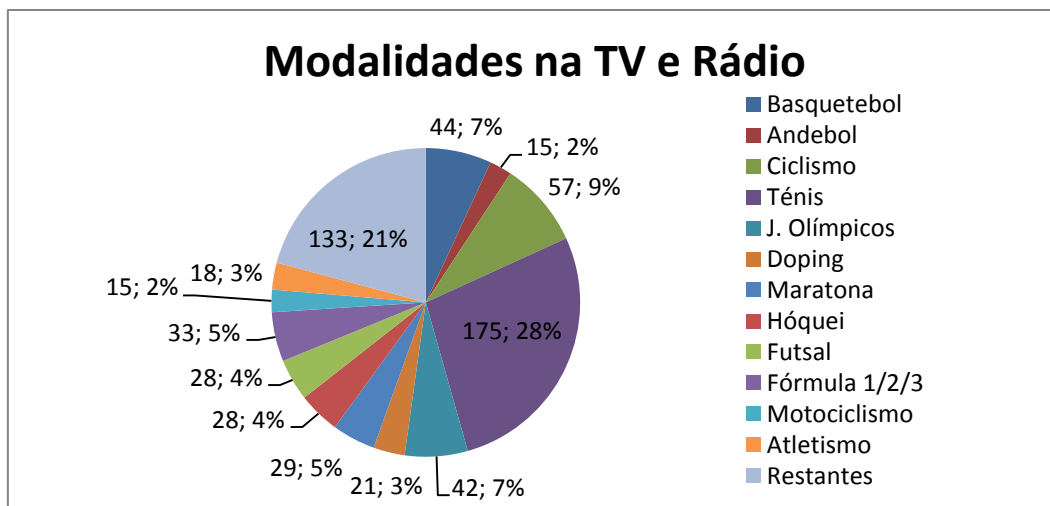
Em âmbito internacional, o paradigma altera grandemente. Das 332 notícias, 251 são das cinco modalidades apresentadas, sugerindo não só o peso internacional destas

modalidades como também uma preferência dada pela *Lusa*, posteriormente refletida nos Desportivos. Ciclismo e ténis mantêm relevo nacional e internacional, com o campeonato norte-americano de basquetebol, o aproximar dos Jogos Olímpicos e a fórmula 1 a ocupar um peso importante, mesmo sem portugueses que justifiquem a cobertura. Mesmo estando a *Lusa* a cobrir uma panóplia de modalidades, nota-se que quando a relevância da lusofonia cai por terra, existem discrepâncias grandes no acompanhamento internacional de modalidades. A título de exemplo, o ciclismo internacional representa nos Desportivos 26,80% de cobertura. Se a este juntarmos o ténis (14,76%), ultrapassa-se a barreira dos 40%, uma supremacia em duas das 31 modalidades analisadas (consultar gráfico 6.3 em anexo).



6.5. Generalistas – Modalidades predominantes

Nos Generalistas, é de destacar o maior peso que o *Correio da Manhã* dá à secção de desporto *online*, acima de todos os concorrentes. O nacional e o internacional andam lado a lado, com valores similares, variando acima de tudo por modalidade (consultar gráfico 6.4 em anexo). As cinco modalidades acima representadas são as cinco mais noticiadas. *Observador e Público*, mesmo optando por produção própria, acabam por dar grande relevo às modalidades noticiadas pela *Lusa*. Ténis é a modalidade dominante em seis dos sete periódicos. O ciclismo é a modalidade mais constante, entre o segundo e o terceiro posto. Com 198 notícias em 330 analisadas, estas cinco modalidades representam 60% das modalidades noticiadas nos Generalistas.



6.7 Modalidades preferenciais TV e Rádio

Das 638 notícias incluídas no padrão desta estatística, há a salientar que o nacional predomina perante o internacional (362 para 276) e que só no aglomerador *Notícias ao Minuto* e na *SIC* existem maior número de notícias do estrangeiro do que de provas nacionais ou de figuras portuguesas (consultar gráfico 6.6, em anexo).

Quanto à diversificação de modalidades é notória uma maior abrangência, estando apenas o ténis acima das demais. O valor das modalidades restantes – com menos de 15 unidades – mostra bem a representatividade da amostra. Neste gráfico em particular, há uma dicotomia grande entre as modalidades coletivas como o hóquei, o fútsal e o andebol, todos com notícias de desempenho assinalável, não pelo percurso nacional, mas pelo desempenho de mérito desportivo dos clubes nacionais nas competições europeias, exceção ao basquetebol relevante internacionalmente. A *Lusa* não aposta nas notícias de campeonato, até à altura de *play-off* de decisão, e esta presença forte neste gráfico sustenta como a performance europeia aumenta o volume noticioso vindo da agência. Nas outras, destaca-se o fator internacional, tudo o que esteja ligado com os Jogos Olímpicos – doping e atletismo –, ou a velocidade - Fórmula 1 e motociclismo.

6. Considerações finais

Ao longo deste texto, preservou-se uma postura de humildade e de respeito tanto pelos estudos teóricos como pelas múltiplas vozes que contribuem para um conhecimento um pouco mais alargado sobre a realidade do jornalismo. Esta atitude perante o método é um reconhecimento da utilidade de cada trecho de teorização, como de uma perfeita consciência de que qualquer consideração é passível de ser discutida, melhorada ou ultrapassada num futuro com mais ou menos proximidade.

Ao nível do Desporto, foi desmistificada a ideia de que o futebol é, desde sempre, a modalidade de eleição, não deixando de se acusar o impacto da comunicação social, em ação concertada com os principais clubes para a sua hegemonia. Foi também revelado o papel de diversificação da *Lusa* do impacto que a agência tem nas modalidades, na valorização do lusitano no estrangeiro e na cobertura do futebol nacional fora três grandes no panorama mediático português.

A imprensa norte-americana perspetivava que a posição do jornalista deveria ser independente e objetiva⁹. Progressivamente, a objetividade total, na qual a neutralidade era obrigatória, foi sendo relativizada. O jornalista passou a ter nos seus contextos e na sua experiência de vida uma independência e uma individualidade própria, estabelecendo o seu estilo e a sua forma de chegar ao recetor.

A Manipulação e as campanhas dominantes de ideologia fascista exibiram ao mundo o pior uso da comunicação, mas, foram sendo eliminadas progressivamente pela liberdade política e social. Ficaram, sim, as influências persuasivas das escolhas editoriais, seguidas da mediatização da informação que fazem dos *media* um elemento decisivo na formação de opinião. Sem poder pormenorizar a avaliação da receção por não fazer parte do meu estágio, a verdade é que a aposta na variação de públicos tem valorizado a adequação da comunicação e da informação, tornando os consumidores não só mais autónomos como mais conhecedores de temas específicos. Ainda que a mediatização seja evidente, nunca existiu tanto ao dispor, mesmo que isso não elimine as constantes influências persuasivas da comunicação. O Desporto na *Lusa* tem vital importância no ‘abrir o espectro’ de modalidades a noticiar, aumentando grandemente as probabilidades

⁹ No acompanhamento da Guerra da Secessão, a Pirâmide Invertida criou uma nova forma de fazer jornalismo, abdicando da crónica e comentário ainda vigentes na Europa, influenciados por uma forma literária e de manifestação de opinião iniciada com os panfletos Iluministas.

de estas terem destaque nos *media*. Se o critério passar a ser o mérito desportivo, a potência de um outro desporto não será tão inequívoca. Contudo, como adiantei anteriormente, a contextualização e a preocupação com o uso de uma retórica mais apelativa e emocionada serão os grandes impulsionadores de modalidades menos mediatizadas. Sendo certo que o futebol teve, desde a sua génese, um relevo importante, é com as transmissões – televisivas e radiofónicas – que se desperta a curiosidade dos espetadores.

Reconhecendo a progressiva Tematização do jornalismo, abordou-se o conceito de Especialização, sendo possível enquadrar nesta variadas teses de maior ou menor profundidade. A Especialização sempre existiu, daí que seja conceito mais antigo que a própria diversificação e proliferação de estilos e editorias. Contudo, com a informação tão disponível, com a pesquisa e com o conhecimento a aumentar grandemente a quantidade, mas também a qualidade da informação (o que ainda não é bem aceite pela maioria dos profissionais do jornalismo), proporciona-se uma sociedade mais dedicada à procura individual de notícia. A Especialização forja o próprio caminho dentro de cada secção de informação, dentro de cada meio, acima de tudo no rigor e no contexto que cada jornalista opta por impregnar no seu produto. Contudo, dentro de cada meio de comunicação existem especificidades próprias. Se a isto juntarmos a variedade de secções dentro de cada um deles, podemos concluir a vastidão de possíveis estudos para sustentar a maior ou menor crença na Especialização. Acima de tudo, há-que sustentar que esta é um dado adquirido como objetivo gradiente de uma publicação.

Se na televisão o futebol permanece predominante, mas a especificidade cresce nas transmissões das modalidades, na rádio o pólo é inverso, já que a análise do jogo no relvado é aproximada ao conhecimento máximo do futebol, bem distante das modalidades, arredadas das transmissões radiofónicas. A imprensa, por sua vez, aproxima os dois campos, mas permanece muito ligada ao rumor e à especulação (no futebol) e ao culto do resultado dos portugueses (modalidades), ficando aquém da crónica e da contextualização de tudo o resto. Se os Desportivos ainda valorizam a globalidade, os Generalistas ficam-se pelo futebol. Este balanço foi possível graças aos contributos de Neves e Domingos (2011), Pinheiro (2009), Serrado (2011) e Nunes (2013), aliados a uma análise do *online* dos principais meios de comunicação, bem como da produção da Agência *Lusa*. Uma amostra exaustiva de transmissões televisivas, de cobertura radiofónica e da imprensa escrita permitiria um estudo

universal do Desporto no panorama mediático português, mas começa a ser notória uma inversão de tendência, com o crescimento sustentado de várias modalidades, muito pelo recente sucesso internacional obtido em campeonatos europeus e mundiais.

Voltando à Mediatização, é de referir que a instantaneidade da mensagem na transmissão rápida de informação coloca em foco um maior número de notícias, até com maior diversidade, devido à concorrência. A questão central passa por adequar a produção, afirmando claramente que há mais do que o resultado e o vencedor para noticiar. Mesmo que estes continuem a ser o mais relevante da competição, o gosto do leitor pela modalidade é motivado pelos acontecimentos, pela explicação, pela incerteza de resultado e contextualização e pormenor do que se passou no evento. Quando esta consciência estiver implementada, estará garantida a ação motivadora da comunicação social. É a aposta na contextualização e na distinção entre notícia factual e crónica que o jornalismo florescerá. Essa separação não retirará o papel de especialista do jornalista, mas vai clarificar as diferentes versões, apostando em dois vetores: o do conhecimento básico generalizado e a explicação técnica e contextualizada própria de um jornalismo cada vez mais especializado e com públicos-alvo perfeitamente definidos.

O jornalista perdeu o estatuto de decisor e de único meio de obtenção de verdade e de conhecimento. A identidade e a personalização são tão fundamentais ao Jornalismo como as minorias e os pensamentos discordantes em relação à organização social. Possibilitar informação de memória com explicação de causas e consequências transportará o Jornalismo para a sua real matriz: a de tornar qualquer dos seus recetores um pouco mais cultos e conscientes, plantando nestes o princípio de interesse que o levará a especializar-se em alguma temática. Em suma, o jornalista desenha a necessidade arguta de se reinventar a cada área de interesse, de forma a preservar o papel de difusor de informação, aceitando aquela que me parece ser a inevitável dissolução do seu papel de especialista, vigente desde o início do século XX. Porque, apesar de o redator desportivo estar cada vez mais inteirado dos aspetos do treino, da periodização e dos intervenientes, este passou a partilhar a sua importância com todos aqueles que são hoje fontes primárias e secundárias, tanto em clubes, associações ou publicações ou fóruns independentes/digitais.

A Agência *Lusa* assumiu-se como um objeto de estudo de excelência, através do qual se pode analisar o panorama mediático português. Surpreendi-me com a influência da

cobertura *Lusa* nas modalidades, e até mesmo na relevância que tem o acompanhamento dos clubes que não os 3 grandes. A previsibilidade da cobertura, como salientou João Pedro Simões, alia-se à confiança na *Lusa* para proporcionar maior oportunidade de os restantes meios de comunicação dedicarem maior protagonismo a determinado tema. O respeito pela fonte, o serviço público e a confirmação da informação representam o padrão de confiança de uma agência noticiosa, ainda a principal produtora de informação no país. Quando somos confrontados com lapsos de tradução ou de verificação de focos noticiosos errados de outras agências noticiosas, compreendemos a magnitude e o peso da *Lusa* nos *media*, destacando-se a disseminação noticiosa e, conseqüentemente, a responsabilidade de ser fidedigno e de confirmar repetidamente, tanto na produção como na edição de conteúdos. A título de exemplo, tentar detalhar uma evacuação ao estádio Old Trafford, em Manchester, por ameaça de bomba, ou um controlo de *doping* positivo, que obriga a uma segunda análise, são focos noticiosos relevantes, mas de tratamento sensível. Primeiro, obrigam a uma gestão correta das informações oficiais que vão chegando, depois porque a urgência em noticiar – devido à importância social além desporto que estes temas acarretam – vão trazendo muitos rumores à mistura. A isto acresce a especificidade própria de serem focos mediáticos que requerem experiência da parte do jornalista, de forma a antever os passos seguidos, e de se adaptar a várias outras secções que não só o desporto, como é, legitimamente, o caso do terrorismo e do *doping*.

Além disso, a *Lusa* foi um baluarte para a aprendizagem de códigos deontológicos e de práticas de redação, primadas pela objetividade, pela explicação e justificação da seleção noticiosa com base no facto e no mérito. A identificação da modalidade, a abrangência da produção e o relevo dado ao vencedor, independentemente do quão sensacional possa ser o derrotado, reforçaram o meu entusiasmo pela secção de desporto e o meu compromisso futuro com a questão do serviço público e com a consagração de um jornalismo desportivo mais plural, fundamentado no relevo da notícia e não no rumor ou no mediático.

Saio enriquecido deste estágio, ciente de que utilizarei algumas das considerações deste relatório, de forma a manter-me fiel a um jornalismo especializado, emotivo, à procura de divulgar e de conquistar pelo estilo e pela veracidade. Ganhei, certamente, muitos padrões e normas de escrita que me tornarão diferenciador e respeitador da individualidade de cada tema e modalidade.

7. Bibliografia

Adorno, Theodor, Horkheimer, Max – Capítulo “The Culture Industry Enlightenment as Mass Deception” in *Dialectic of Enlightenment, first published in 1944 by Social Studies Association, Inc.*

Allan Stuart: “Good Journalism is Popular Culture” in *News Culture, published in 2004 by Open University Press, Buckingham.*

Almiron Roig, Núria: *Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder.* Revista Latina de Comunicación Social, 61 (La Laguna, Tenerife) 2006, recuperado em 15 de dezembro de 2015, disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.htm>

Bártolo, Frederico: *Futebol Internacional: Explicação do fenómeno e caracterização do Jornal O JOGO - Considerações sobre a mudança dos diários desportivos e a indissociabilidade da componente tecnológica, nacionalista e de desempenho na seleção noticiosa,* Relatório de Estágio da Licenciatura de Ciências da Comunicação e da Cultura, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, 2013.

Bourdieu, Pierre (1998): “On Television”. New York: The New Press.

Correia, João Carlos: *O Poder do Jornalismo e a Mediatização do Espaço Público,* Universidade da Beira Interior, disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/jcorreia-poder-jornalismo.html>

Eco, Umberto: *Número Zero,* Lisboa, Gradiva, 3.^a edição, 2015.

Fontcuberta, Mar: *La noticia.* Barcelona. Paidós. 1993.

Habermas, Jurgen: *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society,* 1962, tradução para Inglês datada de 1989.

Habermas, Jurgen: *The Theory of Communicative Action,* Boston and Beacon Press, 1984.

Hallin, Daniel, Mancini, Paolo: *Conceitos e Modelos in Sistemas de Media: Estudo Comparativo. Três modelos de Comunicação Política,* Lisboa: Livros Horizonte, 2010, pp. 35-98.

Jorge, Carla Sofia Esteves: *A Agência Lusa como fonte na imprensa escrita generalista portuguesa*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação Especialização em Estudos dos Media e Jornalismo, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Janeiro de 2013, disponível em <http://hdl.handle.net/10362/12082>

Leonardo, Bruno Ricardo Anacleto: *As outras modalidades na imprensa desportiva: estudo de casos*. Lisboa, ISCTE, 2008. Dissertação de mestrado, disponível em [www:http://hdl.handle.net/10071/2501](http://hdl.handle.net/10071/2501)

Macedo, Anabela Semanas: *O papel do jornalismo desportivo na hegemonia do futebol – Observações e reflexões de um estágio no diário desportivo O JOGO* – Relatório de Estágio referente ao Mestrado Integrado em Ciências da Comunicação do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Junho de 2008, disponível em <http://hdl.handle.net/1822/9515>

Martins, Hugo M. L.: *Imprensa Desportiva: Uma Análise Comparativa entre Portugal, Espanha e Itália*. Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Março 2008.

Monteiro, Andreia: *Representações metafóricas do futebol nos media portugueses e ingleses: abordagem cognitiva*, 2009. Tese de Mestrado em Tradução, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, disponível em <http://hdl.handle.net/10451/377>

Neves, José, Domingos, Nuno: *Uma História do Desporto em Portugal – Corpo, Espaços e Média*, volume 1, Quidnovi, Vila do Conde, 1.^a edição, 2011.

Noelle-Neumann, Elisabeth: *Return to the concept of the powerfull mass media; The Effect of Media on Media Effects Research*, in *Journal of Communication*, vol.33, nº3, 1983.

Nunes, João Miguel.: *Reflexão Jornalística sobre o Relato Desportivo*. Relatório de Estágio de Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade Nova de Lisboa, 2013 [http://run.unl.pt/bitstream/10362/10892/1/Tese%20Mestrado%20Jo%C3%A3o%20Nunes%20\(1\).pdf](http://run.unl.pt/bitstream/10362/10892/1/Tese%20Mestrado%20Jo%C3%A3o%20Nunes%20(1).pdf)

Ornebring, Henrik, Jonsson, Anna Maria: *Tabloid Journalism and the public sphere: a historical perspective on tabloid journalism*, Journalism Studies, Volume 5, Number 3, 2004, pp. 283–295.

Pinheiro, Francisco: *História da Imprensa Desportiva Portuguesa (1875/2000)*, 2009. Dissertação de Doutoramento apresentada à Universidade de Évora para a obtenção do grau de Doutor em História, disponível em: <http://www.ceis20.uc.pt/ceis20/site/UserFiles/Image/Historia%20da%20Imprensa%20Periodica%20Desportiva%20Portuguesa.pdf>

Said, Edward: *Orientalism*, London:Penguin, 1978 – Versão PDF.

Santos, José António: *Agências de Notícias de Portugal. Lusa – Agência de Notícias de Portugal*, SA, Lisboa, Universidade Autónoma de Lisboa, 2007.

Saperas, Enric: *Os efeitos cognitivos da Comunicação de massas – As recentes investigações dos efeitos de comunicação de massas: 1970/1986*, 1ª edição, Porto, Edições Asa, março de 1993.

Schudson, Michael: *Discovering The News: A Social History Of American Newspapers*, 1978.

Serrado, Ricardo: *Futebol - A Magia para Além do Jogo*, Lisboa, Dezembro 2011.

Shoemaker, P. J. e Reese, S.: *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content. 2nd. edition. White Plains*, 1996, disponível em Longman.<https://journalism.utexas.edu/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/mediating-the-message.pdf>

Shrivastava, M: *News Agencies from Pigeon to Internet*, New Dawn Press Group, 2007.

Sousa, Bibiana: *Mapeando Mundos no Mundo do Futebol: Abordagem Semiótico-Cognitiva dos Média Alemães*, 2011 – Tese de Doutoramento em Linguística, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, disponível em <http://hdl.handle.net/10451/5115>;

Sousa, Jorge Pedro: *Fotojornalismo performativo – O serviço de fotonotícia da Agência Lusa de Informação*, Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, 1997.

Sousa, Jorge Pedro: *Porque as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia*, Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2002.

Sousa, Jorge, Pedro: *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação dos media* – “Teoria dos Efeitos da Comunicação Social (Pág.491-536)”, 2ª edição de Revista, Porto 2006.

Tavares, Frederico de Mello Brandão: *O jornalismo especializado e a especialização periodística*, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil, Estudos em Comunicação no5, 115-133, maio de 2009.

Traquina, Nelson: *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Vol. 1. Florianópolis, Editora Insular. 2004.

Tulha, Ana Sofia Pereira: *O jornalismo sentado e a dependência das agências: o caso da secção de Desporto no jornal PÚBLICO*. Relatório de Estágio em Mestrado de Jornalismo, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, 2012, disponível em <http://hdl.handle.net/10362/9391>

Williams, Raymond: “Culture is Ordinary” (1958), *Chapter 9 in Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism*, London, published in 2002 by Routledge, Londres

Outras referências bibliográficas

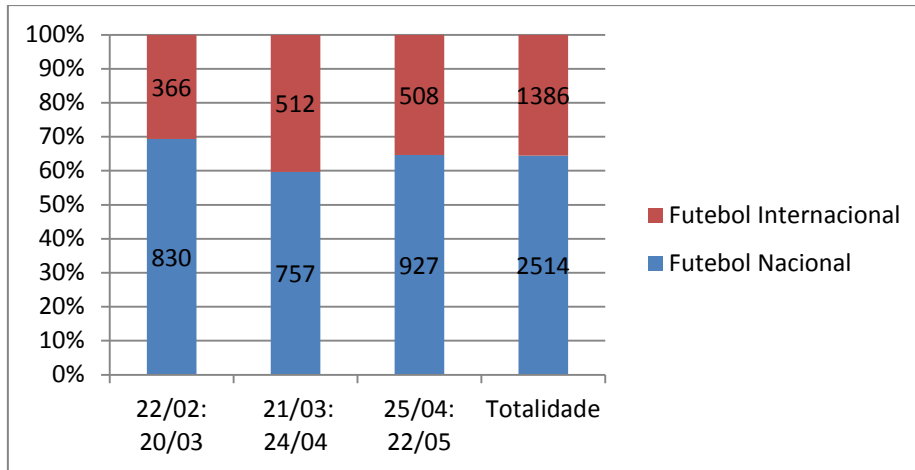
<http://bocc.ubi.pt/pag/jcorreia-poder-jornalismo.html>

Cardoso, Gustavo, Mendonça, Sandro, Paisana Miguel, Quintanilha, Tiago: Publicação *Obercom, O Jornalismo e as Agências de Notícias- O desafio das redes sociais*, 2016.

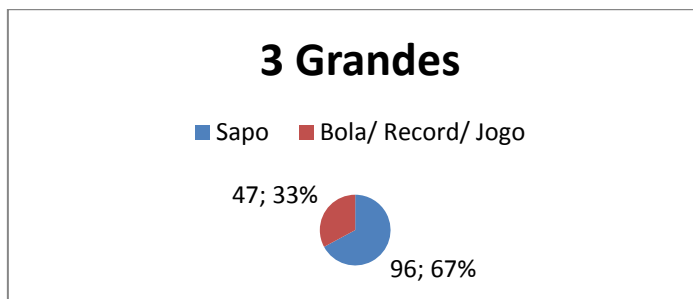
Sérgio, Manuel – Palestras disponíveis *online*

8. Anexos

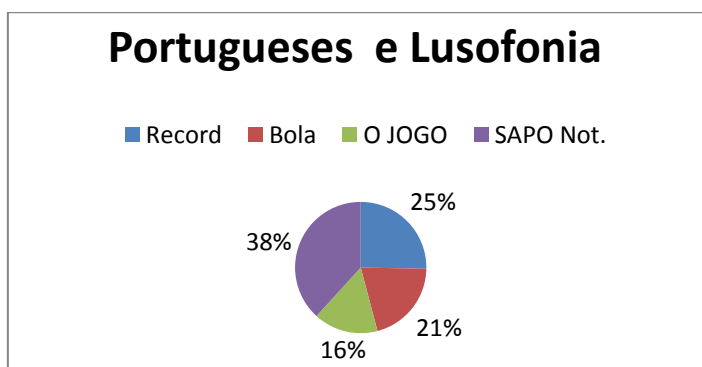
Anexo 1 - Estatística



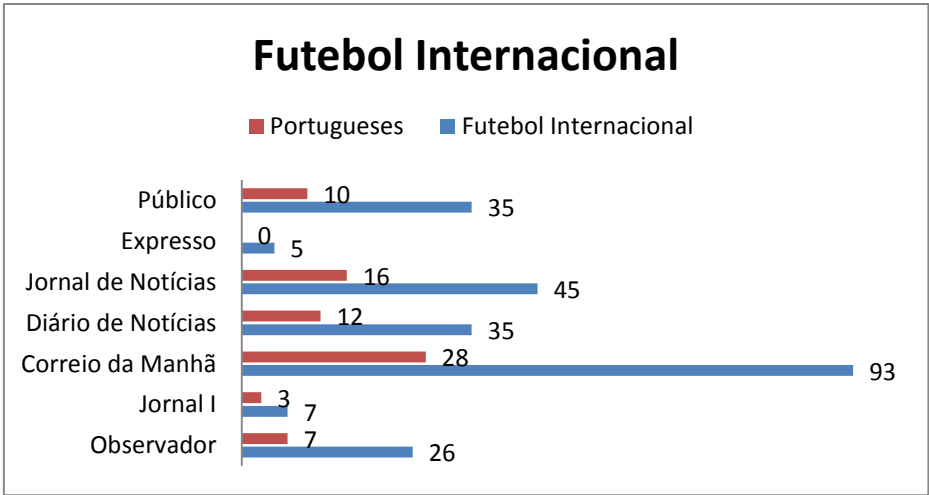
3.5 – Lusa – Fut. Nac. Vs Fut. Int.



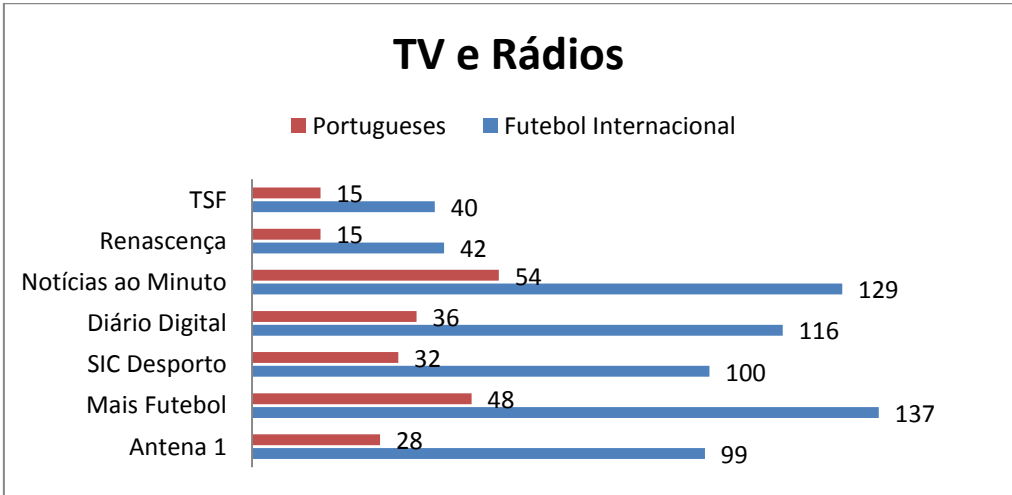
4.2 – Desportivos – Fut. Nacional – 3 grandes



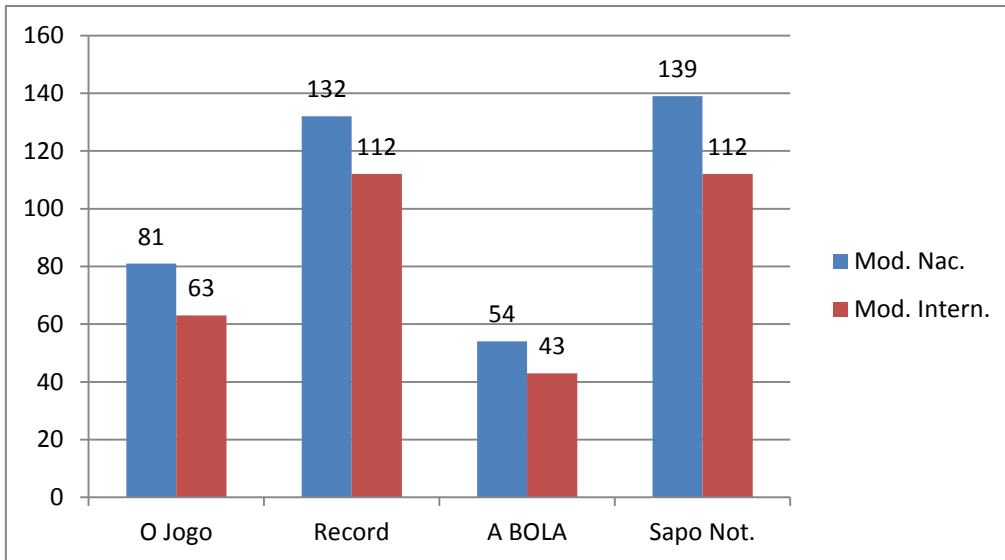
4.4 – Desportivos – Portugueses e Lusofonia



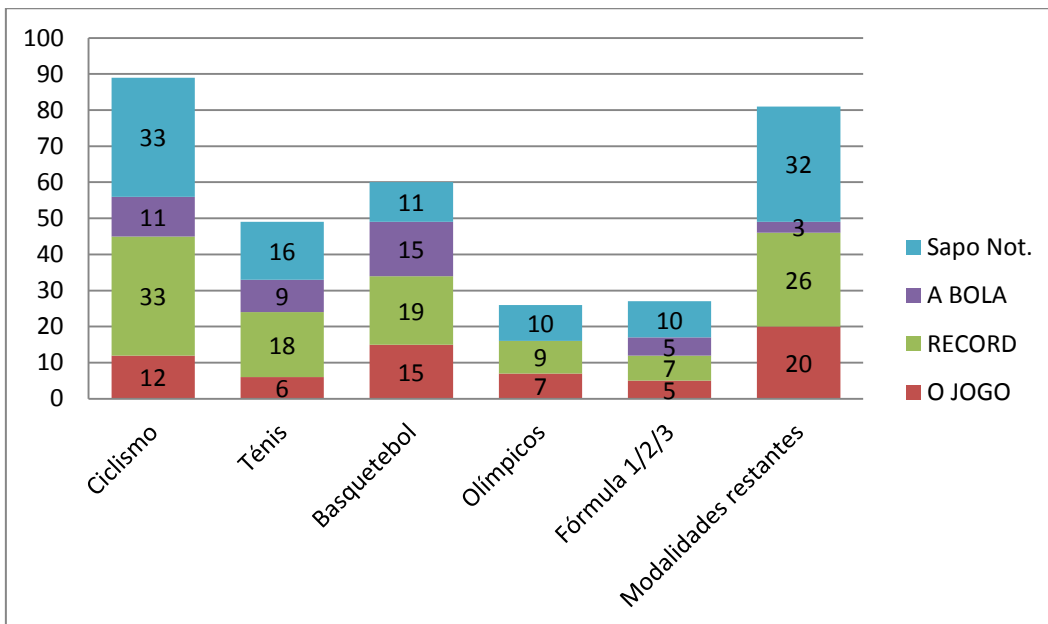
4.6 – Desportivos – Fut. Internacional e Portugueses



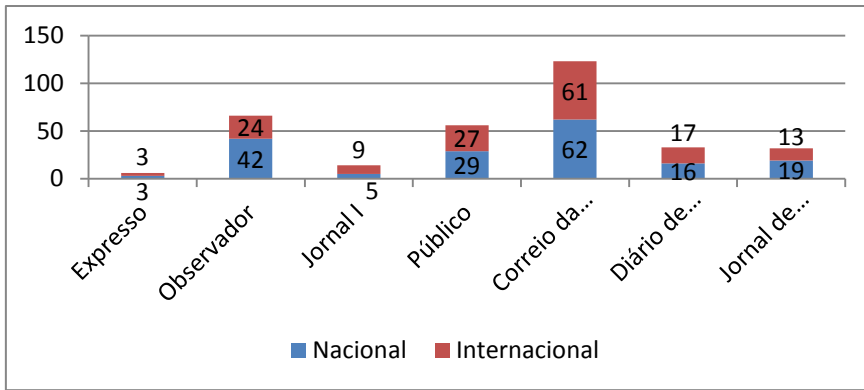
4.8 – TV e Rádios – Fut. Internacional e Portugueses



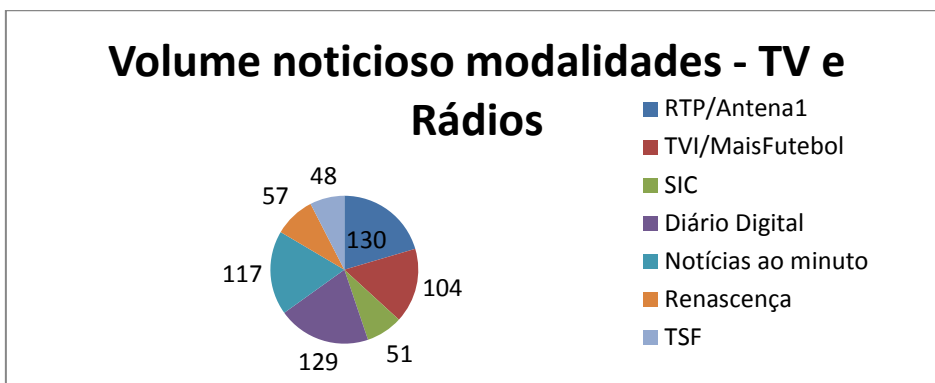
6.1 Desportivos – Modalidades Nacional e Internacional



6.3 Desportivos – Modalidades Internacional



6.4. Generalistas – Modalidades Nacional e Internacional



6.6. Tv's e rádios – Modalidades Nacional e Internacional

Anexo 2 - Produção Individual

Volta a Itália: Brambilla vence oitava etapa e é o novo camisola rosa

Por SAPO Desporto c/Lusa sapodesporto@sapo.pt

O ciclista italiano Gianluca Brambilla (Etixx-Quick Step) venceu hoje a oitava etapa da Volta à Itália e assumiu a liderança da prova, com uma curta vantagem sobre o russo Ilnur Zakarin (Katusha), seu principal perseguidor.

Num tirada disputada entre Foligno e Arezzo, Brambilla completou os 186 quilómetros com o tempo de 4:14.05 horas, mais 1.06 minutos que o seu compatriota Matteo Montaguti (Ag2r), que terminou no segundo posto.

Moreno Moser completou e confirmou um pódio totalmente italiano, tendo ficado a 1.27 do vencedor.

Na geral, Brambilla passou a vestir a camisola rosa do Giro e vai iniciar a nona etapa com 23 segundos de vantagem sobre Zakarin, segundo classificado, e 33 sobre o holandês Steven Kruijswijk (LottoNI-Jumbo), terceiro.

O português André Cardoso (Cannondale) terminou a etapa de hoje no 39.º lugar, a 2.51 minutos do vencedor, e passou a ocupar o 28.º posto da geral, a 4.30 de Brambilla.

<http://desporto.sapo.pt/ciclismo/artigo/2016/05/14/brambilla-vence-oitava-etapa-e-e-o-novo-camisola-rosa>

Sonho olímpico de Marta Caride não esbarra na surdez

A esgrimista Marta Caride, bicampeã nacional de iniciados em florete, já representou Portugal em Mundiais e Europeus, mas os Jogos Olímpicos Tóquio2020 são a sua grande motivação, em nada esmorecida pela surdez de que padece.

"Sinto que a surdez é que se adaptou a mim e acho que posso afirmar isso por nunca ter vivido sem ser surda, ou seja, nunca vi 'as duas faces da moeda'. Felizmente, sou uma pessoa bastante normal na prática da esgrima. Só tenho a necessidade de, durante os jogos, receber indicações do meu treinador [Filipe Melo] de frente, para poder fazer contato visual e perceber o que ele me quer dizer", revela à agência Lusa a atleta do Sport Clube do Porto, de 14 anos.

Diagnosticada, em 2004, com apenas dois anos, com surdez severa no ouvido direito e surdez profunda no ouvido esquerdo, Marta, prestes a disputar o campeonato nacional de seniores, desvaloriza as dificuldades e afirma "nem reparar nas pequenas adaptações diárias".

"Sempre consegui ter uma fácil compreensão das matérias e disciplinas. A surdez não surgiu a meio da minha vida, mas no início. Não consigo imaginar a minha rotina diária sem as pequenas mudanças que faço, de forma inconsciente, para me integrar nas situações diárias, como, por exemplo, pedir aos professores para darem a matéria na parte da frente da sala, para poder fazer leitura labial", disse a jovem atleta.

Aluna de mérito, Marta Caride tem-se também destacado no seu desporto de sempre, a esgrima, especificamente o florete. A jovem natural de Gaia, Porto, compete contra atletas mais velhas e já marcou presença nos Campeonato do Mundo, em França, e no Europeu de cadetes, na Sérvia, algo que para Marta é apenas mais um patamar.

"Nunca me senti intimidada pela idade das minhas adversárias. O que realmente interessa na esgrima é a técnica, a capacidade física e de organizar e decidir o jogo. Não vejo que as minhas adversárias possam retirar muito mais vantagem em relação a mim por terem mais uns anos. Tenho conseguido conquistar títulos ao jogar nos escalões a cima", recordou.

O ano de 2016 foi novamente importante no panorama desportivo para a atleta de 14 anos. Além das provas internacionais, Marta Caride sagrou-se

bicampeã nacional de iniciados, já depois de se ter sagrado campeã nacional de cadetes. A 28 de maio, a esgrimista participará no campeonato nacional de seniores.

A competir desde 2013, e com três treinos por semana, cada um com duração de duas horas e meia, a esgrimista faz um balanço da modalidade em Portugal, expressando a ambição de voltar a levar a esgrima aos Jogos Olímpicos, motivada pela ausência de praticantes lusos no Rio2016.

“Aumenta claramente o meu desejo de fazer a diferença e marcar presença nos Jogos Olímpicos, de representar um país que tem reduzidas participações nos Jogos. Claro que isso torna o desejo de ir ainda maior e inexplicável. O nível da esgrima praticada em vários países está bastante acima do que acontece em Portugal”, avaliou.

Anualmente, Marta participa em cerca de 20 provas. A atiradora, que não decidiu se a esgrima será a sua profissão, só tem apoios financeiros quando representa a seleção nacional.

No circuito nacional e nas provas internacionais em que compete pelo Sport Clube do Porto, a atleta é suportada financeiramente pela família, que realça desconhecer os apoios futuros, agora que Marta obteve o estatuto de alta competição.

Ainda assim, a mãe de Marta Caride, Ana Sofia Gomes, valoriza a função social que a filha possa ter na sociedade: “A Marta está a participar em eventos dessa natureza e a visitar escolas, para divulgar não só a prática da modalidade, mas também partilhar a sua história de vida e de superação”.

A concluir, a mãe explica o relevo das próteses auditivas no processo: “A Marta ainda falava pouco e a prioridade foi tratar da prótese auditiva e fazer terapia da fala. As próteses permitem a amplificação do som, mas não restabelecem a audição a 100%. Sem as próteses, a Marta ouvirá cerca de 30% do ouvido direito, daí a importância da leitura labial”.

Pegando no percurso desportivo de Marta, a família deixa claro que “a surdez não faz diferença”.

http://desporto.sapo.pt/mais_modalidades/artigo/2016/05/12/sonho-olimpico-da-esgrimista-marta-caride-nao-esbarra-na-surdez

Samsung vai patrocinar seleção portuguesa por três anos

Por SAPO Desporto c/ Lusa sapodesporto@sapo.pt

A marca sul-coreana Samsung vai patrocinar a seleção portuguesa de futebol nos próximos três anos, e ser a parceira tecnológica da federação lusa da modalidade na Cidade do Futebol.

A parceria entre a marca de produtos tecnologia e a Federação Portuguesa de Futebol (FPF) foi apresentada hoje em Lisboa, numa cerimónia durante a qual não foram divulgados quaisquer valores.

Frederico Paiva, diretor da marca em Portugal, lembrou que a Samsung e a FPF já trabalham juntas em alguns projetos, considerando que chegou a altura patrocinar a seleção.

“O futebol deu à Samsung a possibilidade de ser inovadora, é com esse espírito que queremos patrocinar a seleção de todos nós”, disse.

Numa conferência de imprensa que contou com a presença do presidente da Samsung Portugal, Jong Soo Kim, o líder da FPF, Fernando Gomes, destacou todas as valências tecnológicas que vão ser disponibilizadas na Cidade do Futebol, e a “importância do novo parceiro” nessa vertente.

A marca sul-coreana será a 10.^a patrocinadora da seleção portuguesa de futebol, que vai disputar o Europeu de futebol integrada no grupo F, juntamente com as suas congéneres da Islândia, da Hungria e da Itália.

A FPF ainda não adiantou qualquer data para a conclusão da Casa das Seleções, que hoje os presentes na conferência de imprensa puderam visitar através do sistema VR Gear, mas tudo indica que as obras estarão concluídas até final de abril.

A Cidade do Futebol terá um edifício em T, com a parte superior a albergar a sede da FPF, serviços do Centro Técnico de Futebol (seleções) e ainda um núcleo central, que inclui uma zona de acolhimento, centro de formação e conferências, área de exposição e restauração.

O projeto, do gabinete de arquitetura RISCO, coordenado por Tomás Salgado, prevê para toda a parte inferior do T um centro logístico. Haverá

ainda, nomeadamente, três campos de treino e um campo de treino de guarda-redes e uma bancada com 340 lugares, para Media e convidados.

<http://desporto.sapo.pt/futebol/selecao/portugal/clube-portugal/artigo/2016/03/16/samsung-vai-patrocinar-a-selecao-portuguesa-de-futebol-por-tres-anos>

Lingard dá Taça de Inglaterra ao Manchester United no prolongamento

Por SAPO Desporto c/ Lusa sapodesporto@sapo.pt

O Manchester United conquistou este sábado a Taça de Inglaterra, ao bater o Crystal Palace no prolongamento, por 2-1, tendo um golo de Jesse Lingard 'carimbado' a 12.^a vitória dos 'devils' na prova, igualando o registo do Arsenal

Num jogo em que os 'red devils' tiveram superioridade na posse de bola durante todo o encontro, só na segunda parte surgiram as principais oportunidades de golo, mas foi o Crystal Palace quem se adiantou, com um tento de Jason Puncheon, aos 78, mas a equipa de Louis van Gaal reagiu e igualou volvidos três minutos, por Juan Mata.

A partida não mvoltou a sofrer alterações, pelo que o vencedor teve de ser encontrado no prolongamento, o qual foi favorável aos 'red devils', que anotaram o tento que lhes conferiria a vitória aos 109 minutos, por intermédio de Jesse Lingard.

Ao maior domínio do Manchester respondeia o Palace com algum perigo criado pelas perdas de bola em zona recuada do Manchester United, mas ameaçou maioritariamente através de cantos e livres laterais.

Na segunda parte, o United chegou com muito perigo à baliza do galês Hennessey, enviando duas bolas ao ferro. Aos 53, o belga Marouane Fellaini, após jogada individual, rematou forte à trave, e, aos 61, o francês Anthony Martial cabeceou de forma primorosa ao poste direito do Palace.

Antevia-se o golo da equipa do holandês Louis Van Gaal, mas foi o técnico Alan Pardew a mexer decisivamente no jogo, colocando Jason Puncheon, aos 72. Depois de um livre lateral aliviado pelo United, o defesa direito Joel Ward desmarcou Puncheon na esquerda, que, sem oposição, 'fuzilou' de pé esquerdo David de Gea, aos 78.

No entanto, não tardou a que o United voltasse à discussão do jogo. Wayne Rooney, demasiado 'preso' taticamente durante o jogo, ultrapassou, aos 81 minutos, quatro adversários numa jogada individual para colocar na área, onde Fellaini amorteceu para o espanhol Juan Mata 'estostrar' rasteiro para a baliza de Hennessey.

No prolongamento, a tendência manteve-se. O United só criava perigo de meia distância e o Palace ficava-se pelas tentativas pontuais de surpreender nas bolas paradas. O congolês Yannick Bolasie obrigou De Gea a defesa atenta na sequência de um alívio da defesa do Manchester numa das várias bolas bombeadas para a área.

A expulsão de Chris Smalling por acumulação de amarelos, aos 105 minutos, agravou a velocidade do jogo, mas Jesse Lingard vestiu a pele de herói, ao corresponder da melhor maneira a um ressaltado, após remate do equatoriano Antonio Valencia na direita.

O médio de 23 anos, lançado no lugar de Mata, ao minuto 90, não deu hipótese a Hennessey e lançou a festa em Wembley.

O Manchester United não vencera o troféu desde 2004 e igualou o registo de 12 vitórias do Arsenal, sucedendo inclusivamente aos 'gunners' na lista de vencedores, que conquistaram a Taça em 2014 e 2015.

Na segunda época em Inglaterra, o técnico holandês conquistou o primeiro título e garantiu o acesso à fase de grupos da Liga Europa, para a qual já estava apurado via campeonato, mas ainda em eliminatórias.

O Crystal Palace, finalista em 1990, continua sem triunfar na prova.

http://desporto.sapo.pt/futebol/taca_inglesa/artigo/2016/05/21/manchester-united-vence-a-taca-de-inglaterra

Anexo 3 – Protocolos



ACORDO DE ESTÁGIO

Entre:

LUSA-AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DE PORTUGAL, S.A., com sede em Lisboa, na Rua Dr. João Couto, Lote C, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa sob o número único de matrícula e de identificação fiscal 503935107, com o capital social de €5.325.000,00, aqui representada pela senhora **Dr^a MARIA TERESA PRATA MACIAS MARQUES**, na qualidade de Presidente do Conselho de Administração e Administradora-Delegada, com poderes para o ato, de ora em diante designada alternativamente por **Lusa** ou por **Primeira Contraente**

e

FREDERICO ANDRÉ PANTALEÃO BÁRTOLO, residente na Travessa do Pardal, Moradia Cláudia, 1300-440 Lisboa, contribuinte fiscal nº 227610261, portador do cartão de cidadão com a identificação civil nº 14141294, válido até 11 de junho de 2017, de ora em diante designado alternativamente por **Estagiário** ou por **Segundo Contraente**;

CONSIDERANDO QUE

- a) O **Segundo Contraente**, a frequentar o Mestrado em Jornalismo, na Escola Superior de Comunicação Social – Instituto Politécnico de Lisboa, tem interesse em adquirir formação técnico-prática na área jornalística;
- b) A **Lusa** celebrou um Protocolo com a Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, que visa atribuir estágios curriculares que correspondem à parte prática da unidade curricular de estágio e que constitui uma experiência profissionalizante que visa contemplar a formação académica do **Segundo Contraente**;
- c) A **Lusa** tem interesse em conceder um estágio curricular ao **Segundo Contraente**, nos demais termos regulados neste Acordo.

Capital Social: 5.325.000,00 Euros - Matriculado na C. R. C. de Lisboa N.º Único de Matr. e Com. 503 935 107

É livremente e de boa fé celebrado o presente Acordo de Estágio Curricular que se rege pelos considerandos supra e pelas cláusulas seguintes e pelas disposições legais aplicáveis:

Cláusula Primeira

(Âmbito)

1. Pelo presente Acordo, sob a orientação técnica da **Lusa**, e sem prejuízo da sua total autonomia no exercício das suas funções ou tarefas, é concedida ao **Segundo Contraente** a oportunidade da realização de um estágio de formação com vista à preparação deste para o exercício da sua profissão, destinando-se o estágio a uma apreensão da vivência da atividade jornalística, através do contacto pessoal com o normal funcionamento de um órgão de comunicação social, tendo por fim familiarizar o **Segundo Contraente** com os atos e termos mais usuais da prática jornalística.
2. O **Segundo Contraente** exercerá a sua atividade sob a orientação de um jornalista profissional a designar pela Direção de Informação da **Lusa** (orientador).
3. O presente Acordo não gera nem titula relações de trabalho subordinado entre a **Lusa** e o **Segundo Contraente**, nem sequer expectativas de uma eventual contratação futura por parte daquela entidade.

Cláusula Segunda

(Vigência)

1. O presente Acordo é celebrado pelo período de três meses com início a 15 de fevereiro e termo a 13 maio de 2016.
2. Durante a vigência deste Acordo, qualquer das Partes poderá fazê-lo cessar sem aviso prévio nem invocação de justa causa, não havendo direito a qualquer indemnização.



Cláusula Terceira

(Local)

O estágio terá lugar na sede da LUSA, sita na Rua Dr. João Couto, Lt. C, 1503-809 Lisboa

Cláusula Quarta

(Horário)

O estágio curricular será ministrado de segunda a sexta-feira, no seguinte horário: início às 10:00 horas e termo às 17:00 horas.

Cláusula Quinta

(Rescisão)

Sem prejuízo dos números anteriores, a **Lusa** poderá rescindir o presente Acordo a todo o tempo desde que o **Segundo Contraente** demonstre desinteresse repetido pela formação ministrada.

Cláusula Sexta

(Efeitos Jurídicos)

1. O **Segundo Contraente** fica ciente de que, em razão do presente Acordo e da realização do estágio curricular, nada poderá reclamar da **Lusa**, nomeadamente qualquer remuneração, compensações pecuniárias ou outras indemnizações, nem tão pouco a integração futura na carreira jornalística dentro da empresa.
2. As Partes expressamente aceitam e reconhecem:
 - (a) O presente Acordo não produz qualquer relação de subordinação jurídica entre as Partes, não criando, conseqüentemente, qualquer relação de natureza laboral;
 - (b) O **Segundo Contraente** tem total autonomia no exercício das suas funções;
 - (c) Ao **Segundo Contraente** não é retribuída em função do tempo despendido na prossecução da sua atividade.

Cláusula Sétima

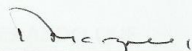
(Confidencialidade)

É expressamente proibido ao **Segundo Contraente** a divulgação, durante o período de vigência do presente Acordo ou posteriormente, de quaisquer informações relativas à atividade da **Lusa**, designadamente as que tiverem natureza confidencial, de que a mesma tenha tomado conhecimento durante o período de estágio.

Declaram as partes contraentes estarem de acordo com o presente Acordo, feito em duplicado, pelo que vai assinado pelas mesmas.


Em Lisboa, ao vigésimo segundo dia do mês de fevereiro de 2016.

Pela **LUSA – AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DE PORTUGAL, S.A.**



(Maria Teresa Prata Macias Marques)

O SEGUNDO CONTRAENTE



(Frederico André Pantaleão Bártolo)

PROTOCOLO de Estágio entre a Agência Lusa e a Escola Superior de Comunicação Social (ESCS)

Com base no protocolo de Cooperação em vigor entre a Agência Lusa e a Escola Superior de Comunicação Social, é celebrado o presente protocolo com vista ao desenvolvimento de um estágio curricular, a ministrar nas instalações da Agência Lusa para o aluno Frederico André Pantaleão Bártolo, residente na Travessa do Pardal, Moradia Cláudia, Ajuda, Lisboa, portador do Cartão do Cidadão nº14141294, do Arquivo de Identificação de Lisboa do Mestrado de Jornalismo da ESCS, de acordo com o seguinte articulado:

I

Estágios

O plano de estágio na Agência Lusa para o estudante da ESCS concretizar-se-á segundo duas vias:

a) Realização de estágio com vista à realização do relatório final. O estágio é uma experiência de âmbito profissional, onde serão aplicados conhecimentos adquiridos na parte curricular do curso.

O estágio terá de ser enquadrado por um plano definido, em colaboração, entre o responsável de estágio indicado pela Agência Lusa, Ricardo Jorge Pinto (nome) e pelo orientador da ESCS, Prof. Anabela de Sousa Lopes.

O estágio terá a duração mínima de 400 horas de trabalho.

b) O orientador da ESCS deverá acompanhar os trabalhos, de modo a que os objectivos propostos no tema sejam cumpridos.

c) O estágio não é remunerado.

d) A Agência Lusa não será responsável por qualquer dano, prejuízo ou risco que venha a sofrer ou ocorrer em relação a um estagiário, se tais circunstâncias decorrerem de ato doloso ou negligente deste ou de causa fortuita ou de força maior, nestas se incluindo qualquer ato, circunstâncias ou eventos que resulte de situações imprevistas, ou independentes da vontade ou, fora do controlo da Agência Lusa, tais como, mas, ainda

sem se limitar, atos de guerra, incêndio, inundações e outras catástrofes naturais.

e) A Agência Lusa poderá dar por terminado um estágio, antes deste estar concluído, em caso de incumprimento por um estagiário das normas e regulamentos relativas ao estágio, constantes do programa de estágio, ou ao funcionamento da Agência Lusa, em geral.

f) A Agência Lusa facilitará a supervisão qualificada das actividades do estagiário por um dos seus quadros de reconhecida competência.

g) A Agência Lusa atribuirá um certificado de realização de estágio aos estagiários que tenham concluído o estágio nos termos previamente definidos.

III

Confidencialidade

Uma vez que poderão aceder a elementos confidenciais, as Partes assumem uma absoluta obrigação de confidencialidade relativamente a toda e qualquer informação a que tenham acesso, por qualquer meio, no âmbito do presente Protocolo.

As Partes comprometem-se a reservar aqueles elementos apenas para as finalidades estritamente acordadas.

As Partes assumem a obrigação de não disponibilizar os elementos a terceiros, sob qualquer forma, sem a prévia autorização escrita da outra Parte. As obrigações de confidencialidade são extensivas aos estagiários, os quais deverão assinar um termo de não divulgação de elementos confidenciais.

IV

Atribuições conjuntas

No âmbito de qualquer projeto, cabe, às duas instituições acompanhar a sua realização e executar as funções que lhes são atribuídas no âmbito do presente protocolo. Qualquer aspeto omissos no presente protocolo será decidido em conjunto.

V

Validade e Entrada em Vigor



O presente protocolo entra em vigor a partir da data da sua assinatura vigorando até à data de terminus do estágio ou caso entre em vigor novo Protocolo do mesmo âmbito.

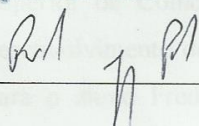
O protocolo pode ser retificado ou alterado por mútuo consentimento das partes.


Lisboa, 13/Abril de 2016

Pela Lusa

O Presidente da Direção da ESCS

LUSA - Agência de Notícias de Portugal, S. A.





Prof. Doutor Jorge Veríssimo



O mestrando tem conhecimento do presente protocolo,

Assinatura: Federico Santos

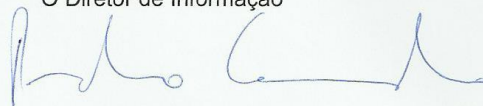
Data: 24 de Fevereiro de 2016

DECLARAÇÃO

Para os devidos efeitos se declara, que **Frederico André Pantaleão Bártolo**, aluno da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, realizou as quatrocentas horas previstas no estágio curricular que efetuou na LUSA – Agência de Notícias de Portugal, SA.

Lisboa, 27 de junho de 2016

O Diretor de Informação



(Pedro Camacho)