

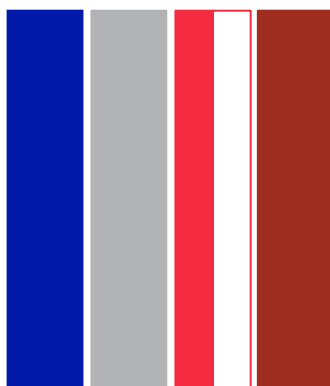
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ÁREA DE ESPECIALIZAÇÃO – ESTUDOS DE MÉDIA E JORNALISMO

O futebol para além dos três grandes: uma análise à cobertura mediática do zerozero

Diogo Vidal da Silva

M

2023



Diogo Vidal da Silva

O futebol para além dos três grandes: uma análise à cobertura mediática do zerozero

Relatório de estágio realizado no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientado pelo Professor Doutor Fernando António Dias Zamith Silva.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2023

Aos meus pais e à minha irmã

Sumário

Declaração de honra	6
Agradecimentos.....	7
Resumo	8
Abstract.....	9
Índice de Figuras	10
Índice de Tabelas	11
Índice de Gráficos	12
1. Introdução	13
2. Estágio no zerozero	14
2.1. Caracterização do jornal	14
2.1.1. Fontes de rendimento do zerozero.....	19
2.2. Rotina no zerozero e trabalhos desenvolvidos.....	23
2.2.1. A importância do título.....	25
2.2.2. Acesso às fontes	27
2.2.3. Conteúdos presentes no zerozero	30
2.3. Análise do trabalho realizado.....	31
2.3.1. Exteriores e artigos <i>premium</i>	32
2.3.2. A importância dos designados ‘três grandes’	33
2.4. Reflexão sobre o estágio.....	36
3. Enquadramento teórico.....	40
3.1. A importância do futebol na sociedade e em Portugal	40
3.2. Jornalismo desportivo como jornalismo especializado.....	48
3.3. As funções do jornalista e o papel social do jornalismo.....	54
3.4. O peso das audiências na seleção noticiosa online.....	61
3.5. A influência dos critérios de noticiabilidade e valor-notícia.....	65
4. O futebol para além dos três grandes: investigação.....	69
4.1. Questões de investigação	69
4.2. Exploração: operações de leitura e entrevista exploratória.....	70
4.2.1. Leituras exploratórias	71
4.2.2. Entrevista exploratória	76
4.3. Problemática.....	78

4.4. Metodologia	79
4.4.1. Objetivos e hipóteses	79
4.4.2. Modelo de análise	80
4.5. Análise quantitativa	83
4.6. Análise da Entrevista	90
5. Considerações finais	98
6. Conclusão: limitações do estudo e perspectivas futuras	99
7. Referências bibliográficas	101
8. Anexos.....	106

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

[Porto, 2023]

[Diogo Vidal da Silva]

Agradecimentos

Aos meus pais, por tudo. Fizeram os possíveis e os impossíveis por mim. Não só investiram em mim – pessoalmente e financeiramente – como também certificaram-se que eu tivesse as melhores condições para estudar/trabalhar. Nunca me faltou nada. E se me apaixonei por esta área de estudo e por futebol, pois claro, muito devo a vocês. Jamais me vou esquecer do dia 11 de junho de 2010, dia que marca o jogo inaugural do Mundial na África de Sul. De forma resumida, a minha mãe (sul africana) conseguiu “fintar” as minhas obrigações escolares e levou-me para casa de modo a assistirmos ao jogo inaugural juntos. Confesso que, com nove anos, não tinha noção da grandeza do futebol, mas a partir do momento em que vi a minha mãe, emocionada, a ligar ao meu pai (ambos em êxtase após o golo do Tshabalala)... aí percebi: isto é incrível!

À minha irmã, Daniella, pela paciência e pelo seu coração de ouro. No meio das nossas chatices normais, foste sempre um dos meus maiores suportes. Fico feliz que seja um dos responsáveis para gostares (um pouco mais) de futebol.

Aos meus primos, tios, padrinhos, avó, avô e aos que já partiram e não tive oportunidade de uma despedida digna. Sem dúvida tenho a melhor família do mundo.

À minha namorada, Sofia, pela companhia, paciência, carinho e amor. Sem ti, tenho a certeza que nunca teria a resiliência para chegar a esta fase académica da minha vida. Mereces todas as flores do mundo.

Aos meus “irmãos”, Marques e Paupério. É um clichê, mas vocês foram a família que eu escolhi. No topo, no lodo, na Feira, Maia ou em Valongo, que continuemos assim: uma família.

A todo o pessoal do zerozero e em especial ao meu orientador Ricardo Lestre. Confiaram em mim e agora chegou a minha parte de retribuir com trabalho e dedicação.

Ao Professor Doutor Fernando Zamith, orientador do meu relatório, pelo interesse demonstrado em me acompanhar e pelas constantes indicações que me ajudaram de forma decisiva.

A todos, sem exceção, muito obrigado.

Resumo

Numa sociedade que vive o futebol e os clubes de forma intensa e apaixonada, o jornalismo especializado em desporto tornou-se um elemento cultural de grande importância. Em Portugal, no entanto, esta paixão clubística divide-se praticamente entre três clubes: FC Porto, SL Benfica e Sporting CP, os designados ‘grandes’. Dado o contexto social, o jornalismo especializado em desporto também concentra muitas atenções nos designados clubes ‘grandes’, o que nos levou a indagar sobre o espaço mediático destinado para os clubes designados ‘pequenos’.

Após um estágio curricular realizado no zerozero, foi possível entender de forma mais profunda algumas noções previamente conhecidas, assim como decifrar outros pontos de investigação que tornam a temática intrigante para futuras investigações.

O zerozero tem conseguido, gradualmente, diminuir a clivagem entre clubes, procurando uma cobertura global, mas o enfoque – a nível nacional – persiste nos três designados ‘grandes’, que absorvem uma fatia significativa da atenção mediática.

Para esta investigação, foram respondidas as seguintes perguntas de investigação: “qual o espaço para os designados clubes pequenos na cobertura mediática do zerozero?” e ainda “existe uma monopolização tripartida na cobertura mediática do zerozero?”. Para tal efeito, foi realizada uma recolha de dados durante o mês de setembro de 2022 e foi utilizada análise de conteúdo e entrevista.

Palavras-chave: [Jornalismo desportivo; critérios de noticiabilidade; clubes pequenos; clubes grandes; zerozero]

Abstract

In a society that passionately and intensively engages with football and its associated clubs, specialized sports journalism has become a culturally significant element. However, in Portugal, this club-centric passion is primarily divided among three clubs: FC Porto, SL Benfica, and Sporting CP, commonly referred to as the "big three". Given the social context, specialized sports journalism also largely focuses its attention on these designated "big clubs". This situation prompted us to inquire about the media space allocated to the so-called "smaller" clubs.

Following an internship at zerozero, it became possible to delve deeper into previously known concepts and decipher other research points that make this topic intriguing for future investigations.

Zerozero has gradually managed to reduce the disparity among clubs by seeking comprehensive coverage. However, at the national level, the emphasis remains on the "big three" who still absorb a significant portion of media attention.

For this investigation, we addressed the following research questions: "What is the space allocated to the designated 'small' clubs in zerozero's media coverage?" and "Is there a tripartite monopolization in zerozero's media coverage?" To accomplish this, data collection was conducted in September 2022, utilizing content analysis and interviews.

Key-words: [Sports journalism; news value; small clubs; big clubs; zerozero]

Índice de Figuras

FIGURA 1 – EXEMPLO DO USO DOS DADOS POR PARTE DO ZEROZERO.....	20
FIGURA 2 – EXEMPLO DE NOTÍCIA COM OS RELACIONAMENTOS CHAVE: JOGADOR, TREINADOR E JOGO.....	24
FIGURA 3- EXEMPLO DE NOTÍCIAS ANTES DA PARTIDA ENTRE FC PORTO (CLUBE DESIGNADO ‘GRANDE’) E AROUCA (CLUBE DESIGNADO ‘PEQUENO’)	35
FIGURA 4 - EXEMPLO DE NOTÍCIAS ANTES DA PARTIDA ENTRE AROUCA E RIO AVE, AMBOS OS CLUBES DESIGNADOS ‘PEQUENOS’.....	35

Índice de Tabelas

TABELA 1 – GRELHA DE LEITURA	73
TABELA 2 – RANKING DAS NOTÍCIAS MAIS LIDAS DO MÊS DE SETEMBRO DE 2022	85
TABELA 3 – GRELHA DE ANÁLISE CATEGORIAL.....	92

Índice de Gráficos

GRÁFICO 1 - TOTAL DE PUBLICAÇÕES POR CATEGORIA, EM PERCENTAGEM	83
GRÁFICO 2 - TOTAL DE PUBLICAÇÕES POR RELEVÂNCIA JORNALÍSTICA, EM CADA CATEGORIA AVALIADA.....	87
GRÁFICO 3 - TOTAL DE PUBLICAÇÕES POR GÊNERO JORNALÍSTICO, NAS NOTÍCIAS CONSIDERADAS ‘DESTAQUE’ ...	89

1. Introdução

O futebol, apelidado recorrentemente como “desporto-rei”, exerce uma influência significativa na sociedade portuguesa. Contudo, é na rivalidade entre clubes que conhece maior popularidade (Coelho e Tiesler, 2006, p.523).

Em Portugal, no entanto, a paixão, o afeto e o fanatismo centra-se em praticamente três clubes, os designados ‘três grandes’ – FC Porto, SL Benfica e Sporting CP. O desenvolvimento dos meios de comunicação e o crescimento da modalidade patenteou este fenómeno e, posto isto, importa perceber onde reside o espaço mediático dos restantes clubes em Portugal nos três principais escalões nacionais, assim como a importância dos três designados ‘grandes’ num meio de comunicação especializado em desporto. A temática já foi explorada por Barradas (2017) que abordou o fenómeno nas manchetes do jornal *Record*, meio de comunicação especializado em desporto, e destacou o poder dos três designados ‘grandes’ na cobertura mediática do jornal.

A presente investigação incide sobre o estágio realizado no zerozero durante três meses, que teve início no dia 12 de setembro de 2022 e terminou no dia 20 de dezembro de 2022. Assim, esta investigação foi dividida em quatro partes: a primeira centra-se na experiência no estágio, a segunda recai num enquadramento teórico sobre os temas associados às perguntas de investigação, a terceira engloba a parte empírica da investigação, com a apresentação das questões de investigação, objetivos e hipóteses do trabalho e, por fim, a quarta parte centra-se nas considerações finais, limitações do estudo e perspetivas para futuras investigações sobre o tema.

Em suma, com base em autores e com uma análise quantitativa e qualitativa foram respondidas as seguintes perguntas de investigação: “qual o espaço para os designados clubes pequenos na cobertura mediática do zerozero?” e ainda “existe uma monopolização tripartida na cobertura mediática do zerozero?”. Foi utilizada análise de conteúdo e entrevista.

2. Estágio no zerozero

2.1. Caracterização do jornal

No dia 21 de outubro de 2003 nasceu o zerozero, um órgão de comunicação nativo digital cujo conteúdo pode ser visto através do endereço zerozero.pt - registado na Entidade Reguladora da Comunicação (ERC) com o número 126100.

O jornal tem sede em Vila Nova de Gaia, no Candal Park, e tem, nos seus quadros, 15 jornalistas: oito na zona norte (Gaia), três na zona centro (Coimbra), três na zona sul (Lisboa) e ainda um jornalista em trabalho remoto na Finlândia. Em acréscimo, o zerozero conta ainda com vários funcionários: engenheiros informáticos, gestores de conteúdo, profissionais de vídeo e design, entre outros.

O zerozero, não obstante, não trabalha apenas em Portugal. A empresa também trabalha com outros domínios. O domínio brasileiro (O Gol) é o que se apresenta em maior crescimento. Inclusive, na sede, em Vila Nova de Gaia, o zerozero já conta com uma redação de jornalistas do “O Gol” para tratar dos conteúdos relacionados com o respetivo país.

Para além do domínio brasileiro, a empresa conta ainda com domínios nos mais variados países, tais como: alemão (fussballzz.de), norte americano (soccerzz.com), espanhol (cerocero.es), italiano (calciozz.it), francês (leballonrond.fr), neerlandês (voetbalzz.nl), argentino (zerozero.com.ar), inglês (playmakerstats.com) e mexicano (zerozero.com.mx). Nestes domínios, o «conceito do zerozero» é realizado sem jornalistas, sendo a base de dados do meio de comunicação, o fator mais diferenciador. A única exceção, para além do brasileiro, é o inglês, que conta com dois jornalistas na redação de Gaia, de modo a potenciar o domínio com conteúdos jornalísticos.

O intuito do zerozero, no entanto, não passa por ficar apenas por estes países e alargar o conceito para outros cantos do mundo onde a procura seja pretendida. Em relação à empresa, apesar de ser, atualmente, uma referência no meio jornalístico, o conceito – como mencionado – surge em torno de uma característica muito particular: base de dados. De forma diacrónica, a ideia começa

a ganhar contornos em 1999: um grupo de jovens engenheiros informáticos da FEUP - nos quais faziam parte Pedro Dias e Marco Sousa (atuais donos do zerozero) – depararam-se com um vazio no mercado do jornalismo desportivo: não existia um local de acesso fácil e gratuito onde fosse possível consultar fichas de jogos, jogadores, competições, equipas, etc.

Posto isto – quatro anos depois – a ideia transformou-se num *website* onde é possível verificar todos esses dados e estatísticas, sendo que, desde a sua fundação até aos dias de hoje, o zerozero já acumulou - entre jogadores, treinadores e equipas - mais de um milhão de dados por todo o mundo.

Com o crescimento exponencial da base de dados, a aproximação ao jornalismo foi um passo natural, porém gradual. Numa primeira instância, a informação foi apresentada em pequenos segmentos de notícias, sem fotografias, mas com a inclusão da ficha do respetivo elemento da notícia, como por exemplo, treinador ou jogador (ver anexo 1). Apenas anos mais tarde, em 2010, surgiu uma aposta efetiva em jornalistas.

A partir daqui o zerozero foi crescendo no mundo do jornalismo e satisfazendo a procura dos leitores que pretendiam mais informação para além dos dados e estatísticas. Numa primeira fase, a cobertura do órgão cingia-se aos emblemas da Primeira Liga, pelo que, paulatinamente, a Segunda Liga e os campeonatos não profissionais foram ganhando maior importância.

Dado à abrangência de campeonatos, equipas e jogadores por todo o país (e pelo mundo fora), uma das ferramentas mais importantes - que permitiu o crescimento acelerado do zerozero - foi a colaboração. Isto é, qualquer pessoa pode contribuir para o aumento da base de dados, com informações que, posteriormente, são escrutinadas por profissionais do zerozero, neste caso, pelos gestores de conteúdo. Com esta ferramenta, o meio de comunicação ganhou também públicos distintos, nomeadamente nos campeonatos distritais, sendo que, o zerozero conta com mais de quatro milhões de utilizadores registados.

Para Carvalho (p.42, 2022) este “foi o ponto de viragem do zerozero”.

“Os seus criadores produziram uma ferramenta de colaboração no site que permite que qualquer pessoa do mundo possa sugerir dados sobre uma equipa,

jogadores, treinadores, equipa técnica ou competição, de qualquer escalão existente. Esta ferramenta permite obter desde os resultados das várias equipas de infantis, iniciados, juvenis, juniores e seniores, como ter acesso ao percurso e performance dos vários atletas” (Carvalho, 2022, p.42).

Atualmente, o zerozero faz a cobertura integral das duas ligas de futebol profissional masculino em Portugal (Primeira Liga e Segunda Liga) e ainda da Liga 3, terceiro escalão do futebol português. O quarto escalão do futebol português (assim como os escalões abaixo) não está abrangido na cobertura editorial, contudo, de forma espontânea, o zerozero elabora artigos/reportagens de equipas/jogadores/treinadores sobre os campeonatos considerados regionais.

Para além disso, o futebol feminino também tem crescido – em termos editoriais, com mais conteúdo produzido e notícias –, ao passo que, a cobertura é feita de forma semelhante à Liga 3.

Com este investimento nas ligas profissionais (e não profissionais), os leitores do zerozero, para além de poderem consultar as ‘típicas’ fichas de jogo/jogadores/treinadores, também podem consultar crónicas/rescaldos e o relato ao minuto de cada jogo. Uma aposta única em Portugal, sendo o único meio de comunicação que se dedica desta forma aos escalões inferiores.

Em adição, o *Prosebot*, instrumento de inteligência artificial criado pelo zerozero, é fundamental na empresa, não só nos domínios onde não constam jornalistas, como também nos domínios onde constam jornalistas. O zerozero, a título de exemplo, do ponto de vista editorial, não realiza a cobertura de eventos/jogos sobre equipas do quarto escalão do futebol português ou sobre os campeonatos regionais/camadas jovens e é aqui onde entra o papel do *Prosebot*. A ferramenta, sublinhe-se, é capaz de gerar notícias a partir de estatísticas e dos eventos principais de uma partida, como golos, assistências, expulsões, substituições e penáltis falhados. Os utilizadores do zerozero podem ainda acrescentar informação/alterar o texto com a utilização da ferramenta colaboração. A ferramenta ainda se encontra em estado de evolução, mas já tem a capacidade de “gerar notícias de jogos de futebol em quatro idiomas: Português, Português do Brasil, Espanhol e Inglês”, incluindo um “título, subtítulo, pequeno resumo e corpo da notícia” (Ribeiro,

2019, p.31). Em suma, o *Prosebot*, apesar de ainda não funcionar na perfeição, permite ao zerozero manter um fluxo noticioso sem a necessidade de jornalistas.

Ainda assim, o crescimento e o investimento da empresa não se centraram somente no futebol de estádio. Também as outras modalidades começaram a desenvolver um papel importante no zerozero: futsal, futebol de praia, basquetebol, hóquei em patins, andebol e voleibol têm todos um domínio personalizado no *website*. De todas as modalidades, o futsal é a modalidade mais consultada e requisitada pelos leitores e, portanto, tem uma cobertura semelhante ao futebol: todos os jogos do primeiro escalão são acompanhados ao minuto por jornalistas e contam com uma crónica/rescaldo do jogo.

No que diz respeito às restantes modalidades, o hóquei e o andebol também já tiveram uma cobertura semelhante, mas é realizada de forma distinta. Isto é, o acompanhamento só é feito se a importância de o jogo justificar – por exemplo, em caso de uma equipa lusa jogar uma partida decisiva numa competição europeia, ou caso aconteça um clássico entre dois ‘grandes’, ou ainda no caso da seleção portuguesa participar no Mundial da modalidade. Aconteceu, nomeadamente, no Mundial de Andebol em janeiro de 2023, e no Mundial de Hóquei em Patins, em novembro de 2022. Em suma, desde a primeira aproximação ao jornalismo – ainda sem jornalistas – até à expansão astronómica da base de dados, por todos os escalões e modalidades, o zerozero tem percorrido um percurso de constante crescimento e os números são exemplificativos disso¹.

No primeiro mês de 2022, o zerozero bateu o recorde de utilizadores no website: cerca de 3,5 milhões. Para além disso, em termos de *pageviews*, o zerozero registou, no mesmo mês, um total de 62,5 milhões.

Na linha editorial do órgão de comunicação², o objetivo é evidente: servir o futebol e os leitores.

“Em tempos conturbados e incertos, há uma certeza que move esta casa: queremos continuar a servir o futebol e queremos ser, cada vez mais, parte ativa

¹ Editorial zerozero: <https://www.zerozero.pt/news.php?id=351196>

² Editorial zerozero: <https://www.zerozero.pt/news.php?id=408744>

do jogo. Porque podemos não entrar em campo, mas sabemos o papel importante que desempenhamos para com o futebol e o desporto, de uma forma transversal. Não é por acaso que temos cada vez mais fortalecidas as parcerias com a FPF e a Liga Portugal, assim como não é por acaso que continuamos a ter uma rede impressionante de colaborações anónimas que nos ajudam a apetrechar a nossa base de dados com uma infinidade de informações, que nos permitem dizer que, aos olhos portugueses, temos a maior base de dados do Mundo de futebol” (zerozero.pt, 2022)

Ao nível jornalístico, o zerozero também tem crescido noutras vertentes, como por exemplo ao nível do áudio e imagem. Com diversos *podcasts* criados ao longo tempo – atualmente sete estão ativos e são produzidos de forma semanal ou bissemanal -, o meio de comunicação tem ganho novos públicos e cimentado a sua presença nas diversas plataformas.

Ao nível de imagem, com o investimento em operadores de câmara e profissionais de vídeo, o zerozero conta ainda com a possibilidade de trazer conteúdos diferentes, utilizando as suas plataformas (*website* e redes sociais - nomeadamente *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*) para tal efeito.

Assim verifica-se, por exemplo, com a produção de entrevistas e com a produção de programas de cariz televisivo como o “Quarta à grande” - programa com enfoque em três clubes históricos portugueses que conta no painel com um jornalista e três adeptos do Vitória SC, SC Braga e FC Boavista, respetivamente.

Por fim, para além disto tudo, e como o cerne do zerozero advém da captura de dados, não tardou até que fosse criada uma ferramenta que permitisse uma exploração e rentabilização mais eficaz de tal. É aí que surge o *Playmaker Stats*, uma ferramenta utilizada pelo zerozero para informar o leitor de curiosidades e estatísticas em torno do futebol, que é potenciado através das redes sociais, com uma conta própria³.

³ Playmaker Stats na rede social Twitter: https://twitter.com/playmaker_PT

Esta ferramenta é ainda mais uma forma de sublinhar a importância dos dados no trabalho jornalístico do zerozero, uma vez que, a partir das estatísticas fornecidas e curiosidades, é possível desenvolver artigos jornalísticos que se diferenciem dos outros meios de comunicação.

O *Playmaker Stats* consegue apurar os dados através de um algoritmo, sendo depois dissecado por um colaborador do zerozero, que coleta as estatísticas e reduz ao que é mais significativo para ser divulgado.

Como referido, estes dados podem ser depois aproveitados de forma a desenvolver trabalhos jornalísticos.

“O *Playmaker Stats* tem por base algoritmos e, sendo uma ferramenta ligada à análise estatística, permite ao jornalista ou ao colaborador da estatística tratar milhares de dados em apenas alguns minutos. O *Playmaker Stats* tem guardado na sua base de dados todos os dados estatísticos da história do futebol que são disponibilizados no zerozero, desde golos, substituições, cartões, idades de atletas, e outros, sendo depois trabalhados e conferindo um grau de notícia aos mesmos, que é associado ao Jornalismo de Dados” (Carvalho, 2022, p.45).

2.1.1. Fontes de rendimento do zerozero

Antes do surgimento da internet, o modelo de negócio da imprensa era estável, sustentado na venda dos jornais em papel e na publicidade. No entanto, o surgimento da internet alterou o ecossistema do jornalismo que se viu enfrentar vários desafios, de ordem social e económica. Do ponto de vista social, num mundo cada vez mais tecnológico, os leitores alteraram os seus comportamentos: não só têm cada vez menos paciência para aguardar por uma notícia, como também demonstram cada vez menos disponibilidade para pagar para obter informação.

Neves (2022, p.12) fala numa “crise na imprensa” e reflete que uma das principais causas acabou por se dever ao desenvolvimento tecnológico “que promoveu o consumo de conteúdos de forma

gratuita, levando à quebra de vendas de jornais em papel e à mudança na distribuição do investimento pelos vários setores de media, nomeadamente para o digital”.

O zerozero, como jornal nativo digital, não depende da venda de jornais em papel e não conta com um espaço destinado para os leitores pagarem por conteúdo.

Com base em David (2020, p.42), o zerozero conta com um modelo de negócio dividido em dois fatores: “rentabilização a partir do tráfego” e “rentabilização a partir dos serviços”.

Na rentabilização a partir do tráfego, David (2020, p.42) relata que, à semelhança da maioria dos meios de comunicação, o zerozero alimenta-se, acima de tudo, através da “publicidade gerida pelas agências de publicidade” e também pela publicidade “gerida pelas casas de apostas”.

A publicidade gerida pelas agências de publicidade existe em todas as páginas do zerozero e é, conforme David relata (2020, p.42), “denominado de anúncio em *display*”.

De resto, o zerozero utiliza a complementaridade entre o *data-mining* e o *big data*, de modo a ter um aumento das receitas e de forma a que os anunciantes, que pretendem investir, tenham indicadores métricos fiáveis e eficazes para realizar o seu investimento (Neves, 2022, p.13).

Este *data-mining* e o *big data* permite, ao zerozero, recolher os dados dos utilizadores de forma a segmentar e personalizar os anúncios visionados pelos leitores.

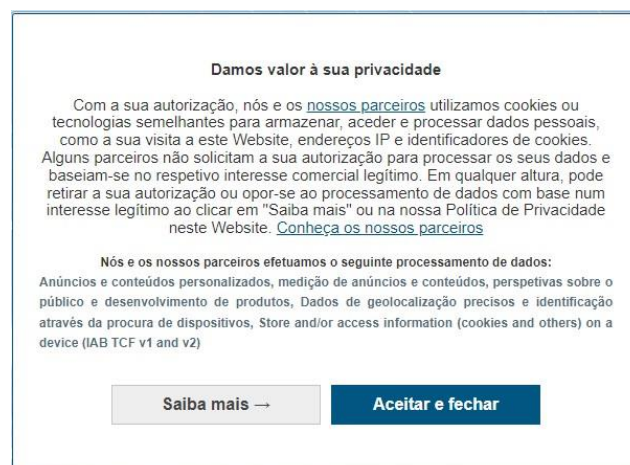


Figura 1 – Exemplo do uso dos dados por parte do zerozero (esta mensagem aparece no momento em que um utilizador navega no zerozero.pt pela primeira vez)

No *website*, conforme David (2020, p.43) os anúncios são “explorados por uma agência de publicidade que, com base numa série de normas, é responsável por toda a publicidade”, com uma série de normas e restrições, sendo que, anúncios de cariz pornográfico ou sexual são proibidos.

Como referido, o zerozero também trabalha com publicidade gerida pelas casas de apostas, sendo fundamental na sustentação do *website*, uma vez que patrocina inúmeros conteúdos. Sejam conteúdos jornalísticos, tais como artigos de antevisões⁴, que contam com o patrocínio de uma casa de apostas, ou conteúdos patrocinados sem qualquer trabalho jornalístico⁵, que o zerozero designa como ‘conteúdos zerozero’.

Em acréscimo, essa publicidade também está presente em páginas próprias do zerozero, nomeadamente no espaço de agenda – local destinado para exibir os próximos jogos das diversas competições. Com base em Neves (2022, p.14), este tipo de publicidade designa-se de *Adverting native system* (sistema nativo de publicidade), na medida em que “os anunciantes pagam para ter uma área de marca dentro da própria página do meio de comunicação com uma abordagem editorial”.

Em relação aos ‘conteúdos zerozero’, estes são *Branded content* (conteúdo de marca), onde os “anunciantes pagam por conteúdos semelhantes aos editoriais para serem publicados pelos meios de comunicação” (Neves, 2022, p.14). Por fim, em relação à rentabilização a partir dos serviços, o zerozero trabalha de forma diversificada, como refere David (2020, p.43), através de “dados estruturados, estatísticas ou dinamização de redes sociais”.

Os dados estruturados consistem na potencialização dos milhões de dados e estatísticas armazenadas no zerozero, disponibilizando os mesmos para outras empresas, tais como casas de apostas, jornais, televisões, clubes, entre outras entidades que procurem potenciar o seu serviço através do uso dos dados e estatísticas. Algo que acaba cimentado pela criação da ferramenta *Playmaker*, um alicerce importante na potencialização dos dados (David, 2020, p.43).

⁴ Zerozero, 20 de outubro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=408728>

⁵ Zerozero, 2 de dezembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=425560>

Para além disso, o zerozero conta com o anuário, um livro que sai anualmente com a designação de “O Grande Livro do Futebol Português”, sendo um livro que visa documentar, época a época, todo o universo do Futebol nacional

“A cada ano, uma homenagem a todos os clubes, associações, jogadores, treinadores e dirigentes que representam o Futebol Português, garantindo que a História não se perderá com o tempo. Um livro inclusivo e que representa TODO O FUTEBOL português: na relva, pavilhão ou praia; jogado por clubes e seleções nacionais; praticado por homens e mulheres; desde as camadas jovens até às equipas principais; num âmbito distrital, nacional e internacional... Os resultados, as classificações, os plantéis e as estatísticas que marcaram a época 2020/21. O Futebol de todos e para todos” (zerozero, 2022)⁶.

Para concluir, com base em David (2020, p.45), o zerozero procura ainda rentabilizar através do uso das redes sociais. O zerozero apresenta contas em diversas redes sociais, tais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *YouTube*, sendo que o objetivo passa por expandir ainda mais. Exemplo disso é o *Tik Tok* onde o zerozero procura afirmar-se difundindo conteúdo diferente para um público diferente, sendo também um reforço importante para a imagem da empresa. Nas redes sociais, o zerozero procura captar atenção e direcionar as pessoas para o *website*, mas não só. Os passatempos, concursos e parcerias com empresas, nomeadamente casa de apostas com conteúdos patrocinados, permite ao zerozero captar a atenção de outros públicos, reter seguidores e expandir a marca. Algo que se verifica, por exemplo, com o *giveaway* de bilhetes⁷, seja de futebol ou outras modalidades, principalmente através das redes sociais *Twitter* e *Instagram*. Segundo Marvão (2023, p.63) este tipo de publicações são as que, por norma, “geram mais interação por parte da comunidade, seja a partir dos likes, dos comentários e partilhas”, pelo que, o objetivo passa por “ganhar visibilidade e notoriedade na comunidade em que se insere” (Marvão, 2023, p.63).

⁶ Zerozero, 2022, <https://www.zerozero.pt/yearbook.php>

⁷ Exemplo de um giveaway de bilhetes realizado na conta de *Instagram* do zerozero, com patrocínio de uma casa de apostas: https://www.instagram.com/p/CmsB0_OjkDn/

2.2. Rotina no zerozero e trabalhos desenvolvidos

O estágio, na redação do zerozero, teve início no dia 12 de setembro de 2022 e foi concluído no dia 20 de dezembro do mesmo ano. O estágio teve a duração de quatro meses e, durante esse período, desempenhei as funções de jornalista, sempre acompanhado pelo jornalista, editor e orientador de estágio Ricardo Lestre, que observou e confirmou todos os trabalhos publicados.

Antes de mais, da perspetiva social, a adaptação foi fácil. O espírito de equipa é uma marca forte do zerozero e, desde o primeiro dia, em conjunto com o facto de já ter estagiado na empresa aquando da licenciatura, senti-me em casa. De sublinhar que a empresa promove jogos de futebol entre colaboradores, com o intuito de unir as várias equipas do zerozero – desde os jornalistas, a engenheiros informáticos ou designers gráficos -, tendo sido algo que também contribuiu de forma decisiva para a minha adaptação rápida ao zerozero.

Em relação aos horários, o zerozero divide os jornalistas entre dois turnos: o turno da manhã (10:00 às 19:00) e o turno da noite (15:00 às 23:00), com algumas exceções de jornalistas que entram em horários ligeiramente distintos, como por exemplo 11:00 – 20:00 ou 16:00 – 0:00. No que diz respeito ao calendário, no zerozero, dado à carga de trabalho aos fins de semana, acabei por trabalhar, invariavelmente, ao fim de semana.

Este acabou por ser um dos pontos onde encontrei mais dificuldades em gerir vida – trabalho, mas também me permitiu entender como uma redação vive um fim de semana repleto de eventos desportivos. Posto isto, o turno da noite, por um lado, foi o turno mais gostei e que mais acabei por fazer ao longo do estágio, principalmente porque é durante esse período de tempo (15:00 – 23:00), onde ocorrem a maioria dos eventos desportivos. Contudo, é também o turno mais desgastante, desde logo, pelo facto de – na calendarização desportiva -, a maioria dos eventos mais importantes também decorrerem nessas horas, principalmente no fim de semana.

Os primeiros passos na empresa foram, com alguma naturalidade, de muita aprendizagem: primeiramente, o maior desafio foi a adaptação ao *backoffice* da empresa – local onde é produzido o conteúdo – e às particularidades da sua funcionalidade. Um dos aspetos singulares do zerozero, como já mencionado, trata-se da sua enorme base de dados no momento de

produzir conteúdo. Isto porque, um jornalista do zerozero, para além de construir o texto, título/subtítulo e ainda encontrar uma imagem para a notícia, tem também de relacionar tudo com a respetiva base de dados.

Para título de exemplo, se, numa determinada notícia, José Mourinho [treinador de futebol] falar, em conferência de imprensa sobre um determinado jogo e de um jogador em específico, nessa notícia terão de estar relacionados três pontos fundamentais: a ficha do treinador (neste caso, o José Mourinho), a ficha do jogo em questão e a ficha do jogador abordado pelo técnico. Este processo é imperativo, dadas as características do zerozero, uma vez que permite ao leitor ter uma experiência ímpar no *website*, tendo acesso à base de dados de forma simplificada, para além do texto e das imagens.

FUTEBOL ITALIANO

TÉCNICO ASSUME NÃO HAVER QUALQUER PROBLEMA

Depois da «faca nas costas», o regresso? Totti é tema e *Mou* aprova

2022/09/30 14:18
Redação



© INSTAGRAM JOSÉ MOURINHO

Na véspera do encontro entre a Roma e o Inter, José Mourinho não fez antevisão do jogo, mas concedeu uma entrevista onde garantiu que o futuro de Totti como diretor nos *giallorossi* está em aberto.

TÓPICOS RELACIONADOS

- JOGADOR
 - Francesco Totti
- JOGO
 - Internazionale x Roma
- EQUIPA
 - Internazionale
- COMPETIÇÃO
 - Serie A 2022/23
- TREINADOR
 - José Mourinho

Figura 2 – Exemplo de notícia com os relacionamentos chave: jogador, treinador e jogo

Para além deste processo, foi importante entender a distinção e a complexidade de conteúdos que o zerozero trabalha. Não só em termos da cobertura das mais diversas modalidades, como também no que à relevância das notícias diz respeito. Por exemplo, a primeira notícia (ver anexo 2) que realizei, enquanto estagiário, foi uma notícia designada ‘curta’: uma notícia que não tem

tanta relevância para os editores e, portanto, vai para uma secção específica do *website*, pelo que a notícia ‘curta’, apesar de contar com os elementos de uma notícia normal (texto, título e imagem), não conta, por exemplo, com um subtítulo. Importa sublinhar que, no zerozero, são os editores que têm a responsabilidade de designar a relevância das notícias.

Se a notícia for considerada “normal” (ver anexo 3), como referido, tem todos os elementos (imagem e/ou vídeo, texto, título e subtítulo). Em acréscimo, as notícias são realizadas segundo uma série de regras que os jornalistas devem seguir de forma rigorosa.

Por exemplo, números de zero até nove devem estar por extenso, as fontes devem ser sempre citadas, estrangeirismos, siglas de federações, empresas e jornais citados devem estar em itálico e, não menos importante, a notícia deve seguir o conceito da pirâmide invertida do jornalismo, que “consiste na hierarquização das informações do mais para o menos importante”, algo que implica que as informações mais importantes têm de estar no primeiro parágrafo, sendo uma forma de captar a atenção do leitor (Zamith, 2005, p.175).

“A pirâmide invertida é a técnica de redação dominante no jornalismo há mais de 100 anos. Consiste na hierarquização das informações do mais para o menos importante. Os acontecimentos não são relatados por ordem cronológica, mas sim por ordem de importância. A cabeça, ou lead, da notícia deverá conter a informação mais relevante (simbolizada pela base larga da pirâmide), reservando-se para o corpo da notícia os complementos e/ou pormenores (a redução da largura da pirâmide corresponde ao decréscimo de importância)” (Zamith, 2005, p.175).

2.2.1. A importância do título

Um dos aspetos que denotei um especial realce por parte dos editores, passou pela importância de um “bom título”, uma vez que se trata do primeiro contacto do leitor com a notícia, para além da imagem. Este acabou por ser um dos aspetos onde aprendi mais enquanto estagiário no zerozero.

Ter um título forte, curto, sucinto e que suscite a curiosidade no leitor é fundamental para que a notícia seja aberta. Conforme Bueno e Reino (2019, p. 104), o título acaba por ser um indicador de que, em algum grau, a notícia foi aberta pelo título ter chamado a atenção. Apesar disso, os autores afirmam que o título, por si só, não garante que o “leitor chegue até ao final do texto”.

Para os autores mencionados, o título é importante e serve “como uma isca”, uma vez que avalia, estatisticamente, o quão a notícia foi selecionada pelos leitores.

Ter títulos fortes, objetivos e, quando possível – acima de tudo em artigos onde o trabalho do jornalista é maior, como entrevistas ou reportagens – criativos acabou por ser um dos meus principais desafios no zerozero, uma vez que, apesar de aparentar um processo simples, por vezes acabava por “roubar” mais tempo do que o expectável, provocando alguns constrangimentos no lançamento da notícia. Isto tendo em conta que no zerozero também foi sempre exigido alguma velocidade no desempenho das tarefas, pelo que o lançamento da notícia deveria surgir o mais rápido possível.

Ainda assim, apesar de desafiante, foi neste aspeto muito específico onde senti um maior crescimento. Entre os títulos mais criativos – e as notícias mais vistas, utilizando o parâmetro de análise dos autores Bueno e Reino (2019) – destaco os quatro títulos seguintes: “162 golos sofridos, crianças desmotivadas e ganância vizinha: «Quem tudo tem, tudo terá sempre»”⁸, “Foi refugiado de guerra e vale muitos milhões: «Alertei clubes em Portugal, mas não deram atenção»”⁹, “Mais duas pedras no sapato”¹⁰ e ainda “Marítimo ataca mercado: três jogadores negociados, um deles do FC Porto”¹¹. As primeiras duas são reportagens, a terceira refere-se a uma crónica, sendo um tipo de peça onde os editores do zerozero também permitem ao jornalista explorar ao máximo a criatividade. A última, por fim, refere-se a uma notícia de mercado que procura atrair o leitor com base na objetividade, mas também com um aspeto importante: a inclusão de uma equipa ‘grande’, como é o FC Porto, tendo sido algo motivado

⁸ Zerozero, 21 de novembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=421513>

⁹ Zerozero, 27 de setembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=393061>

¹⁰ Zerozero, 25 de novembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=424274>

¹¹ Zerozero, 13 de dezembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=426956>

pelos editores para, quando possível, incluir no título das notícias, uma vez que capta a atenção dos leitores e, com efeito, acaba por alcançar mais visualizações.

2.2.2. Acesso às fontes

O zerozero, para além de cobrir notícias relacionadas com a atualidade, que implicam, ao jornalista, um processo de ‘revista de imprensa’ (ver anexo 4), isto é, observar os principais tópicos abordados ao nível nacional/internacional nos mais diversos meios de comunicação (nacionais e internacionais), também trabalha diretamente com as fontes, conseguindo exclusivos através do contacto com fontes (ver anexo 5), com origem própria, ou então através fontes oficiais (organizações, clubes e federações).

O acesso às fontes, ao longo dos três meses de estágio, foi dos aspetos mais complicados que tive de lidar enquanto jornalista estagiário. Principalmente em artigos de elevado grau de investigação, tais como em reportagens. Para título de exemplo, a seguinte reportagem “O lado sombrio do cool e estiloso american Venezia: «Uma treta! Desapegou os adeptos do clube»”¹² obrigou a um processo vagaroso e complicado de encontrar fontes para tratar do assunto, por se tratar de um clube sediado em Itália (Venezia) e por também relatar um assunto que não ia de encontro com os interesses do clube. De resto, procurei fontes oficiais ligadas ao clube, como, por exemplo, o responsável pela comunicação do clube e diretor da marca/*marketing*, não tendo obtido qualquer resposta, apesar das várias tentativas de contacto. Ainda assim, importa sublinhar que o facto de vivermos numa era onde a internet e as redes sociais ‘diminuem distâncias’, tal ajudou a combater essa dificuldade em encontrar fontes.

Conforme Henriques (2014, p.12), o relacionamento entre jornalista e fonte é uma relação que se centra em interesse próprios, sendo que a fonte procura divulgar apenas o que lhe interessa, ao passo que o jornalista procura, acima de tudo, a verdade e os factos. Em suma, trata-se de uma relação de “luta” e “negociação” entre ambos.

¹² Zerozero, 20 de dezembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/noticia.php?id=422908>

Como referi, o acesso às fontes não foi fácil ao longo do estágio, no entanto, contei com a ajuda dos jornalistas do zerozero que sempre se mostraram predispostos a ajudar-me na busca por contactos. Isto, principalmente, em relação a fontes oficiais (clubes). Durante o período de estágio tive a oportunidade de contribuir para uma notícia exclusiva sobre um processo de negociação entre a SAD gestora do futebol do Vilafranquense e o SC Espinho. Neste tipo de notícias, em que o zerozero avança em primeira mão, dá-se o selo de “Notícia ZZ”¹³, com o objetivo de notabilizar o facto do zerozero ter dado a notícia em primeira-mão. O processo para a realização da notícia deu-se da seguinte forma: o chefe de redação – Pedro Jorge da Cunha – recolheu informações sobre a negociação e forneceu-me os contactos necessários, neste caso do presidente da SAD do Vilafranquense e do presidente do SC Espinho, para obter declarações sobre o processo. Apesar das inúmeras tentativas de contacto, o presidente do SC Espinho não respondeu, enquanto o presidente da SAD do Vilafranquense optou por não tecer comentários sobre o tema suscitado. Acabou por ser uma experiência enriquecedora, porque me permitiu entender de forma mais prática como o zerozero elabora uma “Notícia ZZ”, contudo, foi igualmente desapontante por não ter obtido os resultados desejados.

Para além disso, ainda tive a oportunidade de analisar o acesso às fontes num tópico de grande interesse no futebol: mercado de transferências. O mercado de transferências, sublinhe-se, é o “período autorizado pela FIFA – organismo máximo que tutela o futebol mundial – para que os clubes possam fazer alterações na composição dos seus plantéis” (Amaral, 2021, p.8).

Ou seja, este é o período do futebol onde, em termos jornalísticos, há uma cobertura intensa a propósito das transferências de jogadores/treinadores para outros clubes, renovações de contrato, entre outros acontecimentos de relevo. Neste período de tempo, o trabalho jornalístico centra-se muito no mercado de transferências, não obstante, até quando o mercado não está ativo, existem movimentações espontâneas – como saídas e entradas de treinadores – que suscitam interesse e merecem uma atenção especial do zerozero.

Apesar de ter realizado o estágio em períodos onde o mercado de transferências não esteve ativo, dei – por exemplo – a confirmação que o Marítimo, clube do primeiro escalão, já tinha

¹³ Zerozero, 15 de novembro, 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=421396>

escolhido o novo treinador¹⁴, tendo contactado uma fonte próxima ao treinador para confirmar a informação veiculada noutros meios de comunicação, ainda antes do anúncio oficial por parte do clube madeirense.

Dito isto, o mercado de transferências acaba por ser um ponto onde o zerozero procura marcar a diferença, seja com notícias exclusivas, ou notícias que sejam devidamente confirmadas após lançadas por outros meios de comunicação. Isto, ainda para mais num período onde as redes sociais estão inundadas de *fake news*, sendo que, o jornalismo desportivo também não escapa a este fenómeno. Mello (2021, p.30) aborda o conceito de *firehosing*, que serve para elucidar sobre o processo “disparo em massa” de notícias falsas, referindo-se à “disseminação de uma informação que pode ser mentirosa, num fluxo constante, repetitivo, rápido e em larga escala”. No período de mercado de transferências, por via de *blogs* e redes sociais, essa disseminação de informação falsa ocorre de forma regular. Nesse sentido, o zerozero procura destacar-se e ser uma referência pela forma idónea como informa os leitores.

“Não basta receber uma informação e disparar sem pensar. O primeiro passo é, precisamente, o da avaliação da ‘fonte’. O segundo passa por confrontar os nomes envolvidos e, ponderados todos os níveis de confiança, decidir avançar ou não com a notícia” (Zerozero, 2023)¹⁵

Neste sentido, os meios de comunicação têm importância acrescida e o zerozero procura dar o exemplo do ponto de vista ético. Desde logo, o zerozero procura evitar lançar rumores comunicados por outros meios de comunicação, sejam meios de comunicação nacionais ou internacionais. Ainda assim, existem algumas raras exceções, devidamente avaliadas pelos editores, dependendo do tema em questão e da fonte. Entre as exceções, existe o caso Mbappé¹⁶, sendo um dos jogadores mais mediáticos da atualidade, acaba por ser comum verificar notícias em torno do jogador (rumores ou notícias veiculadas por fontes oficiais, como clubes), não obstante, como referido, sempre com a devida avaliação. Estes tipos de exceções também ocorrem porque vivemos numa era de *fast consuming*, onde “muitos indivíduos já não

¹⁴ Zerozero, 11 de dezembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=426732>

¹⁵ Zerozero, 15 de junho de 2023, <https://www.zerozero.pt/opinion.php?id=1855>

¹⁶ Zerozero, 11 de outubro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=403656>

aceitam esperar pelo horário estandardizado dos noticiários, nem pela tiragem dos jornais diários ou até mesmo pela rádio para se manterem informados” (Amaral, 2021, p.7).

Para concluir, o acesso às fontes foi dos temas mais complexos que tive oportunidade de vivenciar. Por um lado, permitiu-me observar o processo de recolha (e difusão) de informação, por outro, permitiu-me verificar o quão é difícil ter acesso às fontes, principalmente em clubes de maior grau de interesse na sociedade portuguesa – os designados três grandes. Situações que, apesar de tudo, acabaram por ser de grande aprendizagem e me permitiu evidenciar que o acesso às fontes, no jornalismo desportivo, é absolutamente imprescindível.

2.2.3. Conteúdos presentes no zerozero

Ao nível do conteúdo, o zerozero destaca-se ainda pelas peças jornalísticas exclusivas, tais como entrevistas/reportagens (ver anexos 6 e 7). Aqui, o jornalista do zerozero tem a oportunidade de contar uma história, falar com protagonistas do desporto, enquadrar dados/perspetivas e realizar uma peça jornalística distinta. Para além disso, a nível de conteúdo também é de notar os artigos com selo “destaque” (ver anexo 8), que servem para contar histórias, por norma, sem o impacto de uma reportagem ou entrevista. Neste tipo de artigos, pode-se incluir ainda os artigos realizados com base na ferramenta *Playmaker*. Ou seja, os artigos que procuram potencializar a base de dados do zerozero, procurando informar os leitores com estatísticas que possuam valor-notícia para serem lançadas. Durante o estágio realizei várias peças deste tipo, pelo que destaco a seguinte: “Um SC Braga sem travão: Artur Jorge consegue o melhor registo desde 2012”¹⁷.

Por fim, a rotina de um jornalista passa muito pela cobertura de eventos, neste caso, eventos desportivos. O zerozero procura cobrir o máximo de eventos desportivos no Estádio, sendo que, na Primeira Liga, praticamente todos os clubes têm cobertura.

¹⁷ Zerozero, 19 de setembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=392643>

Nestes eventos, um jornalista do zerozero desloca-se ao Estádio, por norma, com uma hora de antecedência e desenvolve, após o jogo terminar, uma crónica do jogo em questão (ver anexo 9).

“A crónica tem a façanha de ser um texto que informa através do enfoque autoral, subjetivo, opinativo, parcial. Para o cronista, por sua vez, a crônica é o texto que lhe dá a liberdade de transitar pelo real e pelo ficcional, pelo noticioso e pelo literário concomitantemente” (Tuzino, 2009, p.2)

Em jogos onde os designados ‘grandes’ atuam (SL Benfica, FC Porto e Sporting), o zerozero realiza ainda um artigo dedicado às “figuras do jogo” (ver anexo 10) que procura destacar os principais protagonistas da partida, tendo algumas características semelhantes à crónica, sendo um texto com um claro “enfoque subjetivo”.

Nestes eventos no exterior, o jornalista, após o término do jogo, desloca-se ainda para a conferência de imprensa onde questiona os respetivos técnicos de cada equipa. O zerozero, dado ao investimento no conteúdo multimédia, dispõe aos jornalistas de uma câmara, tripé, entre outros materiais, de forma a captar as declarações dos técnicos (ver anexo 11).

De referir que, antes dos eventos em questão, é realizado uma antevisão (ver anexo 12) à partida, num artigo onde o jornalista pode colocar em prática a sua criatividade, expor números e curiosidades das duas equipas que vão disputar o jogo.

Para concluir, tive a possibilidade de desempenhar todas estas tarefas enquanto jornalista estagiário, tendo tido o devido acompanhamento para desempenhar as funções.

2.3. Análise do trabalho realizado

No total, realizei 269 peças jornalísticas (ver anexo 13): 240 notícias de dimensão ‘normal’, incluindo 10 artigos com selo de destaque, dois artigos com selo de “figuras do jogo” e ainda três crónicas. Por fim, realizei 24 notícias em formato de notícia ‘curta’ e ainda cinco reportagens.

Por uma questão de organização, os vídeos que tiveram a minha colaboração e edição não foram contabilizados por se tratar de um tipo de trabalho que foi da responsabilidade do orientador de estágio.

Ora, o primeiro trabalho que realizei foi bastante simples e em formato ‘curta’ (anexo 2), a propósito das declarações de David Veiga sobre a Premier League International Cup, competição que o zerozero opta por não dar grande relevância.

Depois dessa notícia, que encarei como uma espécie de ‘pequena preparação’, efetuei, acima de tudo, notícias de dimensão ‘normal’. Declarações de jogadores/treinadores, comunicados e o mercado de transferências foram dos tópicos mais abordados, no entanto, a cobertura e rescaldo de jogos foram também tarefas muito desempenhadas ao longo do estágio e que me deram bastante prazer, pela oportunidade de visionar jogos e poder informar os leitores dos momentos mais relevantes dos respetivos eventos.

2.3.1. Exteriores e artigos *premium*

Ao contrário de vários órgãos de informação especializados em desporto, como é o caso do jornal *O Jogo*, *A Bola* ou *Record*, o zerozero não conta com uma zona *premium* no *website*. Isto é, uma zona paga e destinada para quem pretende subscrever um pacote de notícias/entrevistas/reportagens exclusivas que só assinantes poderão ter acesso. Ainda assim, o zerozero produz artigos deste género, sendo algo extremamente incentivado por parte dos editores.

Para se ter uma noção mais concreta da rotina do zerozero, todas as semanas os editores realizam uma reunião com o intuito de elaborar um plano semanal para que este tipo de conteúdos *premium* sejam realizados. Enquanto estagiário, estas foram as peças, a par da possibilidade de fazer “exteriores”, que mais me estimularam.

Em relação aos exteriores, esta é uma política assente do zerozero em produzir conteúdo diferenciado. Seja nos estádios, como acontece em todos os jogos da Primeira Liga - excetuando em Chaves, Portimão e Madeira, face aos constrangimentos da distância entre as redações (Lisboa e Gaia) e os respetivos estádios -, seja através da redação, o zerozero faz uma cobertura

extensa, tanto a nível nacional, como internacional. Como tal, realizei vários artigos nesse sentido, algo que acabou por ser das melhores experiências enquanto jornalista estagiário, principalmente pelo facto de abandonar a zona de conforto (redação) e seguir viagem para os mais diversos estádios.

Devido às ferramentas que a empresa disponibiliza (câmaras, tripé, microfone), um jornalista pode-se “aventurar” e captar momentos chave da partida, ou acontecimentos relevantes que acontecem nas bancadas. Isto, sublinhe-se, é visto como um fator diferenciador pelos editores do zerozero, uma vez que, sendo um jornal digital, também existe a potencialidade de investir em multimédia. Na minha experiência enquanto jornalista estagiário, tive a possibilidade de verificar isso, por exemplo, num jogo entre Estoril – FC Porto. Apesar de não ter realizado a cobertura do jogo, o jornalista Hugo Filipe Martins, que se deslocou ao estádio, captou um momento que acabou por se tornar extremamente mediático e potenciou o mesmo através do *website*¹⁸ e das redes sociais. Na conta da rede social *Twitter* o vídeo¹⁹ obteve mais de duas mil interações, sendo que, no *website*, o vídeo contou ainda com mais de seis mil visualizações. Posto isto, as deslocações ao estádio são um ponto de estímulo e incentivo para a procura de peças distintas. Nesse sentido, trabalhei no formato de vídeo, como ocorreu no Varzim – Sporting²⁰, depois da vitória histórica do emblema poveiro. Um trabalho que exige concentração e atenção máxima ao que se passa em nosso redor, uma vez que um jornalista do zerozero está obrigado a cumprir várias funções em simultâneo.

2.3.2. A importância dos designados ‘três grandes’

Em relação aos exteriores, as “crónicas” sobre o jogo e “figuras do jogo” são as peças mais comuns no trabalho de um jornalista no zerozero. Estes dois tipos de artigos permitem ao

¹⁸ Zerozero, 17 de setembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=391709>

¹⁹ Zerozero, 17 de setembro de 2022, https://twitter.com/zerozeropt/status/1571201493033799684?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1571201493033799684%7Ctwgr%5E3676d7947837e26b4a86a91ee92cda9a02193527%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.zerozero.pt%2Fnews.php%3Fid%3D391709

²⁰ Zerozero, 16 de outubro de 2022, <https://www.zerozero.pt/video.php?id=1166673>

jornalista ser criativo, contar uma história sobre o jogo e, não menos importante, analisar tudo de forma ética, frontal e rigorosa. No entanto, o zerozero faz uma distinção clara entre crónicas.

Enquanto a “crónica” é apenas utilizada em jogos onde algum dos três designados ‘grandes’ estão presentes, a “crónica light”²¹ é utilizada nos restantes jogos da Primeira Liga, onde nenhum dos três grandes está envolvido. A principal diferença entre as duas centra-se na densidade dos textos de cada uma. A “crónica light”, como o nome indica, é uma crónica mais ‘leve’ e com menos texto.

Nos artigos *premium* – onde o zerozero procura desenvolver um trabalho jornalístico mais acentuado – observei, em dois tipos de artigos, uma importância significativa de três clubes (FC Porto, SL Benfica e Sporting CP) perante os demais. Nas crónicas, como abordado, há, desde logo, dois tipos de crónicas atribuídos para três clubes e os restantes.

Nas “figuras do jogo”, por outro lado, o zerozero apenas realiza este tipo de artigos em partidas onde estão presentes equipas grandes, ou então em jogos de cariz muito específico com algumas exceções, como é o caso das partidas entre Vitória SC e SC Braga, por serem duas equipas com muitos adeptos e por significar um dérbi importante ao nível regional.

Para além disso, neste tipo de eventos desportivos – essenciais na cobertura de um jornal especializado em desporto – denotei também mais um sinal da relevância dos três designados ‘grandes’, perante os restantes clubes: as antevisões. Isto é, a quantidade – e o tipo – de artigos realizados antes do jogo, comparativamente aos três designados ‘grandes’ e o resto dos emblemas da Primeira Liga.

²¹ Zerozero, 23 de outubro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=408986>



Figura 3 – Exemplo de notícias antes da partida entre FC Porto (clube designado ‘grande’) e Arouca (clube designado ‘pequeno’)



Figura 4 – Exemplo de notícias antes da partida entre Arouca e Rio Ave, ambos os clubes designados ‘pequenos’

Para título de exemplo, o zerozero, na sua abordagem editorial, recusa-se a cobrir conferências de imprensa de antevisão, por não justificar as despesas/recursos humanos associados. Contudo, há exceções, como é possível verificar na figura 3. Os três clubes já referenciados (FC Porto, SL Benfica e Sporting CP) têm um destaque diferente antes dos jogos, com uma cobertura mais abrangente e diversificada, potenciada em declarações/vídeos da conferência de imprensa de antevisão. Algo que, por exemplo, não acontece num jogo entre duas equipas designadas

‘pequenas’, tendo – habitualmente – direito apenas a dois artigos: o primeiro centra-se numa antevisão genérica sobre a partida e o segundo artigo é sobre curiosidades, sendo um artigo que não é realizado por jornalistas, mas sim por parte da equipa de conteúdos do zerozero

De resto, apenas de forma excecional – caso haja alguma declaração avaliada, por parte dos editores, como ‘forte’ – é potenciada alguma declaração de algum treinador de um clube designado ‘pequeno’.

No pós-jogo, também há diferenças no tratamento entre os três designados ‘grandes’ e os restantes clubes da Primeira Liga. As *flashs* de pós-jogo, orientadas pelo canal que detém a transmissão dos jogos, por norma a *Sport TV*, apenas são utilizadas caso haja alguma equipa ‘grande’ envolvida, com apenas algumas raras exceções.

2.4. Reflexão sobre o estágio

Em relação à minha experiência enquanto jornalista estagiário, estar presente nos eventos (jogos de futebol) foi algo especial e enriquecedor, visto que, realizar a cobertura de um evento ajuda muito o jornalista a desenvolver os artigos, pelas sensações que capta ao estar presente no acontecimento e pela oportunidade de transmitir as emoções do jogo ao leitor de forma detalhada.

Entre as crónicas realizadas, destaco a ida ao Estádio do Dragão para cobrir o FC Porto – CD Mafra²², em jogo a contar para a Taça da Liga, e ainda a crónica do jogo entre o Vitória SC – Marítimo²³, a contar para o campeonato português. Em adição, a oportunidade de falar com os intervenientes do jogo – neste caso, os treinadores de cada equipa – foi algo memorável.

Como o Mundial se intrometeu no período do estágio curricular, tive ainda a oportunidade de realizar a crónica do Argentina – México²⁴ através da redação, sendo uma experiência diferente,

²² Zerozero, 13 de novembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=420366>

²³ Zerozero, 25 de novembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=424274>

²⁴ Zerozero, 26 de novembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=424452>

mas igualmente exigente, na medida em que o trabalho é o mesmo, apesar de não ter a experiência sensorial de estar presente no evento.

Apesar de tudo, o trabalho implica muito rigor, algo que por vezes não entra em acordo com a rapidez com que tudo deve ser feito. As “crónicas”, em concreto, devem ser publicadas o mais rápido possível após o término da partida, o que implica uma velocidade de execução muito elevada e provoca, igualmente, alguma azáfama – por vezes – na realização das tarefas. Acima de tudo, denotei que o zerozero também procura corresponder às exigências do público alvo, cada vez mais ávido por informação rápida, sendo que, vivemos numa era de *fast consuming*.

Sem dúvida que, ao longo do estágio, esta acabou por ser a maior dificuldade. Encontrar um balanço entre o rigor e a rapidez nem sempre é simples, dado que uma partida de futebol conta com uma dose significativa de imprevisibilidade. Umas vezes é possível ter a crónica praticamente pronta antes do término do jogo, ou poucos minutos depois da partida acabar, outras vezes é necessário mais tempo, dependendo das circunstâncias da partida.

Relativamente às peças sobre as “figuras do jogo”, artigo onde se examina os destaques individuais da partida, com um toque pessoal, criativo, informal, mas também informativo, tive a oportunidade de concretizar duas²⁵. Ambas, curiosamente, marcaram também as minhas coberturas favoritas ao longo do período do estágio curricular.

Relativamente aos meus trabalhos desempenhados, a experiência de vivenciar uma partida da Liga dos Campeões²⁶ – maior prova europeia no futebol – com um estádio cheio, duas equipas de topo no futebol europeu e muitos jornalistas internacionais presentes foi fantástica. Isto aconteceu, sublinhe-se, no FC Porto – Atlético Madrid, onde realizei as “figuras do jogo”.

Não só essa partida foi entusiasmante do ponto de vista profissional, como ainda o Boavista – FC Porto, igualmente pelo ambiente que se fez sentir, e por estarem em disputa duas equipas da mesma cidade, sendo um dérbi histórico. Duas experiências marcantes que permitem aferir a importância de um jornalista estar presente num evento, pela possibilidade de descobrir

²⁵ Zerozero, 12 de novembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=420168>

²⁶ Zerozero, 1 de novembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=415011>

acontecimentos em seu redor, que o ‘olho da televisão’ não capta, e pela experiência sensorial, visto que o futebol vive muito da emoção que consegue transmitir aos adeptos.

Para além destas vivências marcantes, realizei um total de cinco reportagens que, a par da realização de “crónicas” e “figuras do jogo”, foi a atividade que mais gozo me deu. Isto porque foram trabalhos que exigiram uma série de aspetos: esforço, dedicação, criatividade e descoberta. O primeiro trabalho jornalístico²⁷ deste género foi indicado pelo orientador e serviu de base para os seguintes. Nesta primeira reportagem, tive a oportunidade de contar a história de Garang Kuol, atleta que brilhava na Austrália e se preparava para rumar para o primeiro escalão do futebol inglês. Entrevistei, posto isto, o treinador adjunto da equipa do jogador. Sérgio Raimundo foi entrevistado e abordou, de forma detalhada, as raízes do atleta e os clubes interessados. No fundo, foi a minha primeira grande descoberta enquanto jornalista estagiário.

Depois, realizei ainda a reportagem “Formado no FC Porto, capitão na Liga 3 e faz stand-up comedy: «Não posso ter medo do ridículo»”²⁸, que me fascinou, ao descobrir a história de um jogador profissional que também se dedica a outros passatempos fora do mundo do futebol. Não só essa, mas também as reportagens “162 golos sofridos, crianças desmotivadas e ganância vizinha: «Quem tudo tem, tudo terá sempre»”²⁹ e “O lado sombrio do cool e estiloso american Venezia: «Uma treta! Desapegou os adeptos do clube»”³⁰ foram muito recompensadoras.

Isto, na medida em que tive a oportunidade de, novamente, descobrir histórias algo desconhecidas. Principalmente a reportagem sobre os “162 golos sofridos” que remete para um clube na distrital de Gaia que vivia um período muito complicado nas camadas de formação. Falei diretamente com o presidente do clube e obtive respostas com uma frontalidade incomum, tendo facilitado, posteriormente, o meu trabalho. A reportagem sobre “o american Venezia”, por sua vez, foi um artigo que me deu mais trabalho e implicou um esforço redobrado na busca por fontes, uma vez que estamos a falar de um clube que se localiza em Itália. Apesar das dificuldades e das rejeições de várias pessoas que se recusaram a falar sobre o tema, foi possível contar a

²⁷ Zerozero, 27 de setembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=393061>

²⁸ Zerozero, 3 de novembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=408714>

²⁹ Zerozero, 21 de novembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=421513>

³⁰ Zerozero, 20 de dezembro de 2022, <https://www.zerozero.pt/news.php?id=422908>

história com diferentes perspetivas, com a ajuda de jornalistas italianos e pessoas que estiveram associadas ao clube: uma experiência que me permitiu crescer e superar alguns desafios, neste caso, de acesso às fontes.

No cômputo geral, todas as reportagens que concretizei foram uma chance para descobrir pessoas novas, histórias características, visões do mundo (e do futebol) distintas e ainda, do ponto de vista pessoal, tive a oportunidade de me desafiar todos os dias. Evidentemente, este género jornalístico implica também um vasto processo de investigação, muitas horas dedicadas a um tema e uma grande capacidade de sintetizar informação e contar a história de uma maneira simples – e igualmente entusiasmante e criativa –, contudo, o resultado final acabou por ser altamente gratificante.

Para finalizar, o estágio no zerozero foi uma oportunidade única de integrar um projeto pelo qual me apaixonei desde criança, tendo ainda a sorte de encontrar uma redação competente, ética, solidária e muito rigorosa. Acima de tudo, para além do profissionalismo de todos que operam na empresa, denota-se que o zerozero – apesar de já ser um órgão de comunicação reconhecido – ainda está em crescimento. O que também significa que ainda há muitos aspetos onde o zerozero pode evoluir. Desde logo, num período onde as redes sociais são importantes em praticamente todos os setores da sociedade, o zerozero ainda não conta com um gestor de redes sociais, o que é um entrave na otimização dos conteúdos produzidos pelos jornalistas. Outro ponto relevante que entronca no ponto anterior e que considero aprimorável passa pela intensificação dos conteúdos produzidos para o *YouTube*, rede social que o zerozero explora para potenciar alguns vídeos, tais como entrevistas ou reportagens. O *YouTube*, sublinhe-se, também pode servir como um meio para explicar histórias de outra forma, sendo que o zerozero tem, ao seu dispor, as ferramentas necessárias para tal efeito.

Por fim, e como o zerozero é, para além do um meio de comunicação, uma enorme base de dados – com uma vastidão de fichas de jogos, atletas, técnicos, entre outros –, seria extremamente útil a criação de uma aplicação *mobile* uma vez que muitos utilizadores começam – cada vez mais – a ler notícias em outros dispositivos, para além do computador, sendo uma *app* um meio facilitador para o acesso ao conteúdo. De resto, o zerozero tem cada vez mais sentido um

crescimento do tráfego em outras plataformas, tais como o telemóvel ou *tablet*. Para além disso, o zerozero, ao criar uma *app*, iria permitir aos utilizadores que estão em outros meios de comunicação digitais (com *apps*), como por exemplo o *Flashscore* ou o *MaisFutebol*, mais uma opção no mercado e, para além disso, iria potencializar mais uma área na empresa.

Em suma, o zerozero está a crescer a um ritmo significativo, evoluindo em todas as áreas, pelo que, enquanto empresa, tem todos os ‘ingredientes’ necessários para continuar a ter um presente positivo e um futuro muito risonho.

3. Enquadramento teórico

3.1. A importância do futebol na sociedade e em Portugal

São milhões em Portugal e por toda a parte do mundo que despendem algumas (ou muitas) horas do seu dia para ver futebol de forma regular ou esporádica. Reconhecido como «desporto-rei», o futebol acarreta uma importância mediática brutal, sendo algo possível de verificar através das redes sociais, ou através dos meios de comunicação (televisão, jornais, etc), pelo que, os números vão cada vez mais nesse sentido.

Nas redes sociais, e analisando o exemplo do Instagram, a empresa *Statista*³¹ permite confirmar que, dentro das 10 fotografias com mais interações (ao nível de gostos) na história do Instagram³², três envolvem jogadores de futebol. Em adição, a publicação³³ que acarretou o maior número de gostos foi mesmo de um profissional da modalidade, com mais de 70 milhões de gostos (*Statista*, 2022).

Relativamente às contas da rede social, a primeira conta mais seguida é a do Instagram³⁴ que, segundo a *Statista*, conta com mais de 597 milhões de seguidores. Por fim, a segunda conta mais

³¹ *Statista*: <https://www.statista.com/>

³² *Statista*, 21 de dezembro de 2022, <https://www.statista.com/statistics/673810/instagram-posts-most-likes/>

³³ Lionel Messi, 18 de dezembro de 2022 <https://www.instagram.com/p/CmUv48DLvxd/?hl=pt>

³⁴ Instagram, conta oficial: <https://www.instagram.com/instagram/>

seguida³⁵ da rede social³⁶, com mais de 530 milhões de seguidores é também de um jogador de futebol em atividade, sendo que, neste caso, essa pessoa é de nacionalidade portuguesa: Cristiano Ronaldo.

A terceira conta³⁷ com mais seguidores na mesma rede social, curiosamente, também é um jogador de futebol: Lionel Messi, com mais de 420 milhões (*Statista*, 2023).

Com estes números, é possível observar o peso que o futebol acarreta na sociedade, mas não só. Em termos jornalísticos, a televisão é fundamental para a transmissão das partidas de futebol. Algo que permite a globalização da modalidade e que faz de alguns eventos, como por exemplo o Campeonato do Mundo, um dos acontecimentos mais vistos do ano.

A FIFA, inclusive, comunicou - durante o período em que o Campeonato do Mundo de 2022 se realizou - que o torneio bateu recordes de audiências nos mais diversos jogos da fase de grupos da competição (*FIFA*, 2022).³⁸

Por sua vez, a final do Campeonato do Mundo de 2018, segundo o órgão que tutela o futebol mundial, atingiu mais de mil milhões de pessoas por todo o mundo (*Observador*, 2018).³⁹ Para título de exemplo da importância do futebol em Portugal, no último Mundial de futebol que ocorreu no Catar, em 2022 – onde a seleção portuguesa participou –, o jogo entre Portugal-Marrocos, a contar para os quartos de final da prova, “contou com um total de 4,5 milhões de pessoas a assistir, com uma audiência média de 3,1 milhões e *share* de 70,9%” (*DN*, 2022)⁴⁰.

Posto isto, quase metade da população portuguesa assistiu a uma partida de futebol, o que é significativo da importância que a modalidade tem nas suas vidas.

³⁵ *Statista*, 24 de janeiro de 2023 <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/>

³⁶ *Instagram* de Cristiano Ronaldo: <https://www.instagram.com/cristiano/>

³⁷ *Instagram* de Lionel Messi: <https://www.instagram.com/leomessi/>

³⁸ *FIFA*, 1 de dezembro de 2022 <https://www.fifa.com/tournaments/mens/worldcup/qatar2022/news/fifa-world-cup-delivering-record-breaking-tv-audience-numbers>

³⁹ *Observador*, 21 de dezembro de 2018 <https://observador.pt/2018/12/21/mais-de-11-biloes-de-pessoas-acompanharam-a-final-do-mundial-de-futebol/>

⁴⁰ *DN*, 12 de dezembro de 2022 <https://www.dn.pt/desporto/jogo-em-que-portugal-foi-eliminado-e-o-mais-visto-ate-agora-15471909.html>

Mas, afinal, como e porque é que o futebol se tornou algo tão popular na sociedade e em Portugal? Apesar de ser ‘apenas’ um desporto, o futebol é, como visto pelos dados já referenciados, muito importante na vida das pessoas, porque se trata de um “produto da sociedade contemporânea, que é capaz de elencar identidades e simbologias” (Zocca, 2017, p.7).

“O desporto tem-se alterado a uma escala mundial, de tal modo, que se no passado foi conotado como uma instituição marginal, hoje é dotado de um significado, por vezes até, religioso (Dunning, 1992; Sugden et al., 1998), constituindo-se uma das fontes de identificação, significado e gratificação mais evidentes da actualidade” (Dunning, *cit. in.* Conceição, 2014, p.14).

Zocca (2017, p.6) refere ainda que o futebol “preenche uma necessidade evolutiva do homem, sendo uma alternativa aceitável à violência que é inerente às caças”.

O autor aponta assim que o futebol transmite emoções primitivas ao Homem sendo um desporto que reúne os elementos necessários para tal.

“O futebol é o desporto que mais reúne elementos do antigo ritual de caçada primitiva, o que pode explicar o seu favoritismo a nível mundial, ultrapassando outros tipos de desporto como o basquetebol, o voleibol, o ténis, o hóquei, os dardos, o tiro ao alvo, o golfe etc” (Zocca, 2017, p.6).

Ou seja, falar em futebol implica falar em sociedade e, em Portugal, a modalidade tornou-se fundamental no quotidiano. A paixão pelos clubes e pela seleção nacional, segundo Zocca (2017, p.8) trazem vários benefícios que podem “transcender o pessoal”, culminando numa espécie “de bem coletivo”, sendo que a relação do clube com a cidade e o país podem servir como uma “elevação da posição social”.

“Não faltam exemplos de uma invulgar ligação entre o futebol e os poderes instituídos (a nível do poder local, mas também central) nos discursos que promovem a identificação entre a representação nacional/local e o jogo, mas igualmente a nível da gestão dos clubes, da construção de estádios, da própria

relação dos clubes com as instituições estatais e os responsáveis políticos” (Coelho e Tiesler *cit. in. Zocca*, 2017, p.8).

Morris (*cit. in. Zocca*, p.9) considera ainda que o crescimento dos meios de comunicação (rádio, televisão e internet) tornaram o cidadão mais “carente de um grupo ao qual possa pertencer”, pelo que, o futebol “sobrevive a essas mudanças e é determinante no papel da criação de um grupo que representa uma fidelidade comunitária”.

O futebol, segundo os autores mencionados, tornou-se um importante “produto da sociedade contemporânea” pela forma como consegue apaixonar as pessoas e estabelecer um laço único entre “clube e cidade” e “clube e seleção nacional”, sendo algo cimentado pelos meios de comunicação, uma vez que torna o “cidadão mais faminto de grandes reuniões comunitárias”.

O futebol é reconhecido como ‘desporto-rei’ um pouco por todo o mundo e, em Portugal, esse desígnio é cada vez mais uma realidade, sendo algo notório até por quem não aprecia a modalidade, sendo que o impacto que acarreta na sociedade e nos meios de comunicação é enorme. Algo verificado pelas audiências televisivas, pela circulação de jornais desportivos, ou simplesmente pela “omnipresença do tema nas conversas quotidianas” (Coelho e Tiesler, 2006, pp.519-520).

A primeira grande ligação entre clube-cidade chegou no norte do país, em 1893, com a fundação do Futebol Clube do Porto, um dos grandes do futebol português. Apesar de ter sido fundado em 1893, o FC Porto apenas iniciou as suas atividades em 1906. Em 1904, também na cidade do Porto, surgiu o Boavista Futebol Clube, um dos cinco emblemas a erguer o troféu de campeão nacional. (Nunes e Valério *cit. in. Zocca*, 2017, p. 11).

Na capital, onde constam mais dois designados “grandes” do futebol português, curiosamente foi o Clube Internacional de Futebol o primeiro a ser fundado, em 1902.

Apenas mais tarde surgiram o Sport Lisboa e Benfica e o Sporting Clube de Portugal.

“Em 1904, de novo em Lisboa, o Sport Lisboa, que dois anos mais tarde se juntaria ao Sport Benfica formando o Sport Lisboa e Benfica. Nesse mesmo ano nasce igualmente em Lisboa o Sporting Clube de Portugal, sendo esses os registros dos

primeiros clubes de futebol portugueses” (Nunes e Valério *cit. in.* Zocca, 2017, p. 11).

Gradualmente o futebol foi crescendo em Portugal, tendo sentido o maior crescimento durante o período das duas grandes guerras mundiais.

“O período entre as duas guerras mundiais não só assistiu à consolidação da difusão e da institucionalização do futebol em Portugal, mas foi também o período em que esse desporto suplantou potenciais rivais em popularidade, tornando-se o desporto-rei que continua ser até hoje. Comprova-o, em particular, o aparecimento de uma imprensa desportiva, especialmente dedicada ao futebol” (Nunes & Valério *cit. in.* Zocca, 2017, pp. 11-12).

Algo que aconteceu derivado da força que o futebol conseguiu captar nas pessoas, pelas razões já mencionadas por Coelho e Tiesler (*cit. in.* Zocca, 2017, p.8), que sublinham o “poder dos discursos que promovem a identificação entre a representação nacional/local e o jogo”.

“Desporto-rei” em solo português, o futebol tornou-se uma paixão em comum partilhada por milhões de portugueses e um dos tópicos centrais na vida das pessoas. Na perspetiva de Coelho e Tiesler (2006, p.521), o facto de ser um tópico muito discutido e onde “toda a gente parece ter uma opinião” sobre o próprio, ajuda a incrementar as vendas dos três jornais desportivos que existem em formato físico com periodicidade diária.

“Não é por acaso que existem três jornais desportivos diários, sendo que 90% das suas páginas são dedicadas ao desporto-rei. Acresce dizer que num país marcado por reduzidos índices de leitura estes três jornais diários, A Bola, O Record e O Jogo, vendem, no seu conjunto, entre 200 000 e 300 000 exemplares por dia, ocupando qualquer deles o top 5 dos jornais mais vendidos” (Coelho e Tiesler, 2006, p. 521)

Os autores mencionados falam também no panorama televisivo, onde está também bem patente a importância do futebol na vida das pessoas e na sua preferência para ocupar as suas horas em frente à televisão.

“Em termos televisivos, os números são também significativos e é raro o ano que não feche as transmissões de jogos de futebol na liderança das audiências televisivas em Portugal. Em 2002, por exemplo, os seis programas mais vistos na televisão portuguesa foram jogos de futebol” (Coelho e Tiesler, 2006, p. 521).

Não só os jogos de futebol são visionados de forma massiva na televisão como também os programas relacionados com futebol. Acima de tudo, é através dos canais generalistas, principalmente os três canais principais que se encontram em “sinal aberto” -- RTP 1, SIC e TVI – e dos telejornais, destes canais generalistas mencionados, que se vê a importância do desporto na vida das pessoas.

Para Coelho e Tiesler (2006, p.522) este acaba por ser um indicador “precioso” da importância social e mediática que a modalidade consegue captar nos cidadãos portugueses, uma vez que, segundo Brandão (*cit. in.* Coelho e Tiesler, 2006, p. 522), o futebol “apresenta-se como um dos programas mais tratados logo a seguir à política nacional”.

Os telejornais, sublinhe-se, é um “importante encontro quotidiano com a atualidade e para a construção social da realidade” (Brandão, *cit. in.* Coelho e Tiesler, 2006, p. 522). Assim sendo, é possível afirmar que o futebol foi algo que cresceu de forma quase meteórica, em termos de importância e impacto, na sociedade portuguesa. Em acréscimo, o desenvolvimento dos clubes (os títulos, as vitórias, as emoções), o crescente profissionalismo que se foi enraizando na profissão e a ligação mais íntima que criou entre clube-pessoa fez do futebol algo quase indispensável na nossa sociedade.

Segundo Coelho e Tiesler (2006, p. 522) a dimensão simbólica do futebol tem um “impacto crucial”. As pessoas ganharam um afeto único ao seu clube e à sua seleção, pelo que, os seus resultados/desempenhos tornaram-se um “indicador seguro da qualidade e competência do país e dos seus habitantes”.

Algo que pode também ser visto através das pessoas que marcaram o futebol português ao longo das décadas, tal como jogadores ou dirigentes. O caso do Cristiano Ronaldo é esclarecedor nesse sentido, sendo um dos portugueses mais conhecidos no mundo, mas também outros nomes de relevo tais como Figo, Eusébio, Deco, Paulo Futre, entre outros.

“O futebol Português tem grande representatividade a nível da Europa e do Mundo. Além dos célebres e extensamente premiados jogadores (Figo e Cristiano Ronaldo)” (Zocca, 2017, p.12).

Ainda assim, esta paixão dos portugueses pelo futebol é ainda mais alimentada pela rivalidade e pelas emoções que um jogo entre clubes rivais consegue transmitir nos seus adeptos, de tal maneira que esta rivalidade ganha outras proporções quando os “três grandes” entram na discussão (FC Porto, Sporting CP e SL Benfica). São dos clubes mais antigos em Portugal e os que ganham mais títulos ao nível nacional, representando a grande maioria dos adeptos portugueses. Ou seja, são partidas que alimentam discussões antes e, sobretudo, depois do jogo em questão.

Segundo Coelho e Tiesler (2006, p.523) “é a nível de competição e rivalidade interclubista que o futebol conhece maior popularidade e centralidade social em Portugal”, visto que, as rivalidades são vividas de forma intensa e diária.

“Os adeptos (e os não adeptos também) dividem-se quase todos por estes clubes, tornando-se mesmo difícil manter alguma neutralidade nesta questão, com muitas crianças a aprenderem a distinguir o azul, o vermelho e o verde a partir da correspondência dos três grandes” (Coelho e Tiesler, 2006, p.523).

Uma paixão que, como os autores mencionados referem, começa bem cedo, desde logo nas crianças, ou seja, é algo hereditário sendo uma paixão transversal a várias gerações. Isto é principalmente o amor aos clubes e à seleção pelo impacto que acarretam. A propósito dos clubes, Coelho e Tiesler (2006, p.523) apontam que os três grandes “gozam de uma popularidade incomparável na sociedade portuguesa, corporizando significados sociais vastíssimos que se estendem aos espaços mais recônditos das sociabilidades e interações sociais”. Outro aspeto que enriqueceu ainda mais esta paixão (e divisão) entre adeptos foi a criação de claques ou grupos organizados de adeptos que se tornaram peça fundamental na indústria do futebol e na forma como conseguem exprimir a sua paixão pelo clube para os jogadores e elementos que têm uma participação ativa no jogo de futebol (Morris *cit. in*. Conceição, 2014, p.11).

Algo que pode ser visionado através dos mais distintos objetos, ou simplesmente através da ação humana (cânticos, mobilizações coordenadas em direção ao estádio, palmas, saltos), entre

outros, sendo algo realizado com o intuito de exaltar o seu clube, ou – em outros casos – para denegrir a equipa contrária (Morris *cit. in.* Conceição, 2014, p.12).

“O espectáculo do futebol é, segundo Morris (1981), equitativamente dividido entre jogadores e adeptos, sendo que a modalidade colapsaria se estes últimos desaparecessem. O colapso não se fundamentaria unicamente nas razões financeiras mas, principalmente, na perda do espírito que estes incutem à modalidade e que balança, paradoxalmente, entre a angústia e a felicidade” (Morris *cit. in.* Conceição, 2014, p.11).

Este grupo de pessoas organizadas/claques, à semelhança dos sócios, são também uma fonte de rendimento para o clube, uma vez que permite ao clube ter uma fonte de receita estável, assim como permite ao clube ver lucros através de outros métodos: camisolas, patrocínios, etc (Zocca, 2017, p.37).

Não só os clubes retiram dividendos, como também os meios de comunicação. Por exemplo, em Portugal, dado à tremenda importância do futebol na sociedade, os adeptos dos clubes são consumidores ávidos de notícias associadas ao seu clube/rival/seleção/outros clubes. Algo que Dias (*cit. in.* Zoca, p.37) refere, uma vez que a cultura nacional funciona “como uma espécie de contexto cultural no qual a empresa afirma a sua própria cultura, levando em consideração o conjunto de fatores externos que agem sobre as organizações”, ou seja, “as manifestações culturais e de massa têm ligações simbióticas com as organizações desportivas”. Em suma, é indiscutível a importância no futebol na sociedade mundial e, em especial, em Portugal, ao passo que, é algo que pode ser visto de diversas formas, seja pela popularidade do desporto ou pelo número de pessoas que consegue reunir para assistir a um jogo de futebol (Nunes e Valério, 1996, p.9).

De referir que a explosão dos meios de comunicação e, principalmente, das redes sociais ajudaram a catalisar ainda mais interesse na modalidade, na medida em que o futebol tornou mais acessível (o seu visionamento) para um número maior de pessoas. As transmissões televisivas foram fundamentais nesse processo, não obstante, hoje em dia, também seja possível assistir a um jogo de futebol através de outros meios tais como *streams* via redes sociais

(*YouTube, Facebook*, etc). Algo que, por exemplo, o Canal 11 – meio de comunicação oficial da Federação Portuguesa de Futebol – executa de modo a transmitir vários jogos das competições lusas ‘não profissionais’.

3.2. Jornalismo desportivo como jornalismo especializado

Em primeiro lugar, o conceito de jornalismo, ainda que complexo, pode ser simplificado num “espaço vivo de produção de atualidade, lugar de agendamento imediato e igualmente lugar de testemunhos, produtor de repositórios de registos sistemático do quotidiano, para posterior apropriação e (re)construção histórica.” (Palacios, cit. in. Martins, 2020, p.7).

Segundo França (*cit. in. Tavares, 2007, p.2*) o jornalismo nasce da vontade de comunicar, “da atração pela diferença, pela novidade” e, não menos importante, “pelo distante”. Isto é, pela capacidade de aproximar as pessoas, através do uso da palavra, algo que o jornalismo é capaz de fazer. Em suma, o autor descreve o jornalismo como “o dizer social”, pelo impacto que tem na sociedade. Para Tavares (2007, p.2) o conceito de jornalismo forma-se em torno das seguintes palavras/temáticas: “notícia, acontecimento, facto, informação, objetividade, credibilidade, fidelidade, suporte, dispositivo”.

O jornalismo especializado, por sua vez, surge com a evolução da indústria jornalística e das sociedades. Começaram a surgir grupos cada vez maiores de pessoas interessadas em obter informações sobre um determinado tema ou um determinado género jornalístico com maior profundidade, para além das meras notícias informativas. (Carvalho, 2022, p.16)

Ou seja, a necessidade de reportagens/pesquisas mais aprofundadas sobre determinados temas deu aso para o crescimento do jornalismo especializado, em vários setores da sociedade, tais como política/economia/cultura/ciência/saúde/desporto, entre outros.

“O desenvolvimento do jornalismo especializado está relacionado com uma lógica económica que busca a segmentação do mercado como uma estratégia de atingir os grupos que se encontram tão dissociados entre si” (Abiahy *cit. in. Carvalho, 2022, p.16*)

Tavares (2007) confirma a ideia de Abiahy e refere que a especialização do jornalismo está “associada, em sua maioria, à evolução dos meios de comunicação e à formação de grupos sociais consumidores de média cada vez mais distintos”. Segundo o autor supramencionado, a imprensa – sendo o primeiro grande meio de comunicação – “esteve sempre fragmentada”, pela separação dos “conteúdos”. Contudo, o crescimento da indústria e o surgimento de outros regimes de produção deu origem ao jornalismo especializado e à “lógica de especialização” (Tavares, 2007).

Algo ainda mais sublinhado com a presença da televisão e, mais tarde, com a internet: segundo Martins (2020, p.7), foi aí que aconteceu o maior impacto na história do jornalismo, pelo que, obrigou a mudanças imediatas no mundo do jornalismo. Algo que, como referido, promoveu a criação de meios de comunicação nativos digitais e que apenas trabalham em plataformas digitais (o caso do zerozero.pt). Não só isso, como também surgiu meios mais especializados em determinados temas, nomeadamente desporto. Ijuim (2009, p.39), por outro lado, avisa que é neste período (de explosão tecnológica) que o jornalista especializado não pode cair “na vala comum” do especialismo.

Freire (*cit. in.* Ijuim, 2009, p.39) refere que isso colocaria o jornalista como um “habitante de um mundo estranho, mundo de técnicos e especialistas salvadores dos demais, donos da verdade, proprietários do saber, que devem ser doados aos ignorantes incapazes”. O jornalismo desportivo, posto isto, cresceu como a modalidade predileta pelo público em Portugal (futebol), de forma exponencial, sendo que o seu peso na sociedade foi também subindo à medida que foram surgindo mais meios de comunicação: isto é, mais oferta para o público, mais distinta e especializada. Ou seja, a evolução do desporto e do peso do futebol na sociedade, criou outras “necessidades” no cidadão que pretendia saber mais (e de forma recorrente) sobre a modalidade e o seu clube.

Algo que também pode ser negativo e acarretar menos peso nas editoriais dos grandes meios de comunicação, como explica Prochnick (*cit. in.* Saraiva, p.7)

“O jornalismo desportivo é, por muitos, considerado como puro entretenimento, ou seja, a informação não é o mais importante, e, sim, o agrado ao leitor/adepto.”
(Prochnick, *cit. in.* Saraiva, p.7).

Por exemplo, se antes era complicado para o cidadão encontrar informações sobre o seu atleta ou equipa favorita, hoje em dia essa “missão” está cada vez mais facilitada com o surgimento de jornais especializados com periodicidade diária e, neste caso, dedicados ao mundo do desporto.

“Leitores que buscam informação específica, em geral, as procuram em revistas ou meios de comunicação que ofereçam mais do que uma simples notícia, e sim um aprofundamento de temáticas as quais só ganham ampla dimensão por meio de reportagens” (Marques, et al., 2013, p.3).

Para além do futebol, importa sublinhar, também as mais diversas modalidades começaram a ter influência na sociedade, tais como basquetebol, voleibol, atletismo, andebol, entre outros, elucidativo de como a especialização dentro de uma temática – com o é o desporto – ganhou outros contornos. De patentear ainda que, conforme Saraiva (2019, p.7) o “aparecimento de novos géneros jornalísticos e a abordagem de novas temáticas, levou a que o desporto, a partir da segunda metade do século XIX, se tornasse um elemento cultural de grande importância”. Com isto, é possível confirmar que o jornalismo teve (e tem) uma dose significativa de importância no desenvolvimento do desporto na sociedade.

Segundo Latas (2017, pp. 9-10) “a extensão do desporto da aristocracia para a classe operária, com início em Inglaterra no séc. XIX, conduziu a novos valores acerca da prática desportiva que vigoravam até então”. A autora afirma que o futebol começou a evoluir e passou por várias transformações: do “amadorismo” e do “puro prazer” de jogar a modalidade como um ócio, para o profissionalismo. Uma visão diferente onde estavam inseridos novos fatores monetários, que incluía “a procura de rendimentos sociais e económicos” através da competitividade e da profissionalização. Para a autora “esta nova conceção de desporto relacionava-se com a emergente noção capitalista, na qual o corpo é utilizado para produzir o máximo rendimento que só vale a pena se for conhecido” (Latas, 2017, pp. 9-10).

Algo que vem em seguimento com o que Helal (*cit.in.* Saraiva, 2019, p.7) refere. O autor menciona que, como o futebol se transformou numa indústria que atrai milhões de adeptos e gera, igualmente, milhões – do ponto de vista económico -, acaba por ser uma consequência natural que a modalidade esteja envolvida em “questões políticas e económicas”. Segundo o autor esta

é a parte onde entra o jornalismo, uma vez que “cabe ao repórter trabalhar com essa informação e perceber como o desporto é um fenómeno específico da comunicação de massa” (Helal *cit.in.* Saraiva, 2019, p.7).

“Com o crescimento do futebol, a comunicação social não ficou indiferente e de notícias sobre os resultados dos jogos, passou também a falar dos agentes e da luta pela aquisição de um novo reforço para uma determinada equipa. A transmissão dos jogos teve uma grande evolução e isso levou ao surgimento de novos canais televisivos, onde se pagam milhões para ter acesso aos direitos de uma determinada liga” (Saraiva, 2019, p.7).

Posto isto, os primeiros jornais especializados em desporto surgem em França, Espanha e Inglaterra. Segundo Pinheiro (*cit.in.* Latas, 2017, p.10), em 1854 surge o *Le Sport* (França), o *El Cazador* (Espanha) e o *Sportsman* (1852).

Em Portugal, por sua vez, o primeiro jornal desportivo surgiu no dia 1 de março 1893, na cidade do Porto, com o *Velocipedista*, não obstante, o *Diário Ilustrado* – jornal generalista – foi, em 1982, o primeiro meio de comunicação a apresentar “uma secção desportiva no jornal, a cargo de António Bandeira, considerado o primeiro jornalista desportivo português a escrever sobre futebol” (Ferreira, 2017, p.6).

Apesar de pioneiro na área do jornalismo especializado em desporto, o *Velocipedista* - revista quinzenal de oito páginas dedicadas ao ciclismo - ao fim de dois anos, acabou por findar o projeto jornalístico num período marcado “dificuldades de comunicação” e por “falta de apoios oficiais e ausência de receitas”, no dia 15 de dezembro de 1895 (Ferreira, 2017, p.7).

Ainda assim, o *Velocipedista* acabou por ser pioneiro na área do jornalismo desportivo e mostrou que Portugal acompanhava as tendências do restante continente europeu, à medida que o desporto crescia, em termos de popularidade, no país. Com este novo panorama, a atividade jornalística a nível desportivo tornou-se “num negócio lucrativo e rentável, no qual a publicidade começou a infiltrar-se”, pelo que, a independência económica tornou-se uma realidade na imprensa (Traquina, *cit.in.* Latas, 2017, p.10).

Algo que acabou catalisado pelos Jogos Olímpicos de Londres, em 1908, “com transmissões para todo o mundo por meio do telégrafo, e os de Estocolmo, em 1912, com os primeiros envios fotográficos” (Alcoba cit. in. Saraiva, 2019, p.8).

Em Portugal, Ferreira (2017, p.8) descreve alguma instabilidade política que acabou por proporcionar o desaparecimento de alguns jornais criados após o Velocipedista, entre os quais: O Tiro Civil (1895-1903); Tiro e Sport (1904-1913); O Sport (1902-1905); Os Sports (1905-1909).

Mais tarde, no entanto, o rumo dos acontecimentos mudou. Com embasamento em Pinheiro (2010), Latas (2017, p.11) anota que a imprensa desportiva, “apesar do fracasso de algumas publicações”, resistiu às duas guerras mundiais e ganhou reconhecimento com o “aumento do número de desportos popularizados e noticiados”, sendo que o futebol, como já foi descrito previamente, ganhou uma força muito grande em Portugal. Algo que motivou o aparecimento de novos jornais de referência que ainda hoje estão em funcionamento, tais como vários jornais espanhóis e franceses. São os casos do jornal espanhol Marca (1938), o jornal francês L'Équipe (1946). Em Portugal, por sua vez, surgiram os jornais A Bola (1945), Record (1949) e, mais tarde, o jornal O Jogo, fundado em 1985 (Pinheiro, *cit.in.* Latas, 2017, p.11).

O jornalismo desportivo foi crescendo cada vez mais, o que implicou algumas mudanças. Segundo Carvalho (2022, p.22) este crescimento viu “a necessidade da criação de uma comissão exclusiva para os profissionais desta área, o CNID – Associação dos Jornalistas de Desporto, fundado em 1966”.

“O CNID – Associação dos Jornalistas de Desporto – é uma associação de classe, interlocutora dos poderes públicos, nomeadamente as tutelas da comunicação social e desporto, e privados que intervêm na organização do desporto em Portugal” (Carvalho, 2022, p.22).

Com isto, é possível concluir que, apesar de vivermos num mundo de globalização, as necessidades do quotidiano levaram à especialização do jornalismo, o que também trouxe alguns problemas.

Conforme Abiahy (*cit. in. Latas, 2017, p.16*) relata, os jornalistas alteraram a sua relação com o público – cada vez mais informado e interessado em temas específicos -, o que levou ao jornalista a adotar uma linguagem mais específica e a um trabalho com maior aprofundamento, com a criatividade como enfoque. No fundo, a informação tornou-se mais personalizada, o “que conduziu ao jornalismo mais especializado e direcionado a uma audiência específica” (Abiahy, *cit. in. Latas, 2017, p.16*).

Em suma, o jornalismo especializado surgiu pela exigência do público, sendo considerado uma estrutura que analisa a realidade de uma forma diferenciada.

“A especialização jornalística é aquela estrutura que analisa a realidade, proporcionando aos leitores a interpretação mais detalhada possível do mundo, utilizando a linguagem adequada para um determinado meio, aprofundando os seus interesses e necessidades”. (Orive e Fagoaga *cit. in. Tavares, 2007*).

Outros autores também interpretam o jornalismo especializado desta forma, sendo que Saéz (*cit. in. Tavares, 2007*) refere que, com esta especialização, o jornalista pode apresentar a realidade através de “múltiplos âmbitos temáticos”, devidamente tratados por “profissionais qualificados em distintos níveis de especialização” satisfazendo os leitores e as “suas exigências”.

Tavares (2007) considera, por fim, que a imprensa sempre esteve “fragmentada” por abordar, genericamente, de temas específicos, no entanto, aponta que a evolução dos tempos (e a introdução de outros regimes de produção) permitiu ao jornalismo “bater de frente com a lógica da especialização”. Tavares (2007) acrescenta ainda que o jornalismo especializado propõe “sempre uma junção, independentemente do meio e do conteúdo, entre a necessidade de um processo de leitura distinto sobre o mundo e a adequação de termos e lógicas a uma linguagem acessível”, o que sustenta o facto do jornalista especializado ser obrigado a ter um cuidado especial na forma como trata a informação que capta e, principalmente, que tenha atenção ao seu público alvo.

3.3. As funções do jornalista e o papel social do jornalismo

Num mundo cada vez mais global e digital, os limites de distância e tempo são praticamente inexistentes, na medida em que se tornou muito acessível comunicar com qualquer indivíduo a partir de qualquer zona do planeta, desde que exista acesso à internet. Posto isto, o peso e a influência dos meios digitais aumentaram consideravelmente, não só para os cidadãos como também para os jornalistas. Isto porque, com o acesso facilitado à internet, surgiram novos meios para difundir informação (e desinformação), algo catalisado também pela erupção de *blogs*, *websites* de cariz informativo ou opinativo, entre outras páginas criadas por via das redes sociais que inflamaram o fluxo de informação.

“Num esquema de comunicação tradicional, de um para muitos, as funções do jornalista e do seu público estão claramente estabelecidas. No entanto, no ambiente do jornalismo online, em que os leitores têm acesso, por vezes, às mesmas fontes de informação que os jornalistas e, facilmente, podem publicar na rede assumindo-se até como jornalistas, as relações e procedimentos nos dois grupos estão a ser redefinidos” (Barbosa, 2003, p.109).

Ou seja, a expansão da Internet permitiu a qualquer indivíduo e grupo social abordar, de forma aberta, a sua opinião sobre qualquer tema, pelo que, a partir daqui, surgem várias designações para este acontecimento: “jornalismo participativo; jornalismo cívico; jornalismo 3.0; web colaborativa; web social”, sendo tudo expressões “contestáveis” na perspectiva de Targino (2009, p.58).

Conforme o autor as ferramentas disponíveis na internet não convertem ninguém num jornalista, nem nos textos produzidos – e divulgados em *blogs* ou redes sociais - em “matéria jornalística” (Targino, 2009, p.58).

Algo que, ainda assim, não impede de milhões de cidadãos partilharem informação por via digital, mesmo sem carteira profissional para tal efeito. O crescimento destes meios digitais surge ainda

de um aproveitamento das funcionalidades da *web* e da isenção de responsabilidades do cidadão, uma vez que o jornalista tem um código deontológico que deve respeitar.⁴¹

Segundo Targino (2009, p.138) é aqui onde entra uma das funções do jornalista: *gatekeeper*. Com o aumento do poder da influência dos meios digitais e com a globalização da informação, torna-se fulcral para o jornalista tratar da informação de forma meticulosa. Mediante Targino (2009, p.141) este processo de *gatekeeping* do jornalista envolve “a seleção e captura de dados, elaboração, distribuição e promoção da notícia”. Para além disso, cabe ao jornalista enfatizar alguns aspetos em detrimento de outros e avaliar a notícia conforme a relevância.

Segundo Barbosa (2003, p.113) os jornalistas não têm somente a missão de aferir o que é ou não notícia, mas também de funcionar como intérpretes e controladores da qualidade do que é publicado. Para Ferreira (2011, pp. 65-66) o jornalista deve ser capaz de prover o leitor de um “determinado reportório informacional que possibilita a interpretação de factos, a avaliação de argumentos e, em última instância, a promoção de ações racionalmente motivadas”. O que vai ao encontro do pensamento de Wolton (*cit. in. Rocha, 2008*), que defende que o jornalista tem a função de explicar os acontecimentos de forma esclarecedora, mais do que apenas descrever ou mostrar.

Conforme o autor explica “hoje em dia todo a gente vê tudo ou quase tudo, mas percebe-se ao mesmo tempo, que não compreende melhor o que acontece”. Apesar do fluxo de informação ser imenso e estar um pouco por todo o lado no mundo digital – *blogs*, redes sociais, etc –, cabe ao jornalista simplificar, contextualizar e tornar a informação compreensível, que permita ao leitor fazer a melhor interpretação dos factos.

“Mesmo omnipresente, a informação não pode explicar um mundo percebido como mais complexo, mais perigoso, menos controlável e em que as diferenças culturais e religiosas se exacerbam” (Wolton *cit. in. Rocha, 2008*).

Abiahy (2005, pp.6-7), de resto, confirma as perspetivas abordadas pelos autores já mencionados e anota mesmo que as funções do jornalista foram alteradas ao longo do tempo, “paralelamente

⁴¹ Código deontológico jornalista: <https://jornalistas.eu/novo-codigo-deontologico/>

às mudanças das estratégias de produção jornalística”, sublinhando que, “quando os jornais se tornam empresas, a informação adquire a condição de bem público, serviço à comunidade e o jornalista é o mediador, o repórter que presta essa função”.

Para Abiahy (2005, pp.6-7) “o jornalista tem a função de unir pessoas em torno de uma informação comum”. Ferreira (2011, p.66), por sua vez, aponta para quatro as funções que o jornalista deve de ter. O autor acredita que o jornalista deve ser capaz de “proporcionar um fórum para a discussão de ideias muitas vezes contraditórias; dar voz à opinião pública; ser os olhos e os ouvidos dos cidadãos; e agir como «vigilante» que avisa quando deteta sinais de mau comportamento, corrupção e abuso nos corredores do poder”. Schudson (*cit. in.* Ferreira, 2011, p.67), por outro lado, define sete funções essenciais para o jornalista. Entre elas, informar o público, investigar, analisar e interpretar de forma “compreensível e coerente os aspetos mais complexos do mundo”, transmitir histórias de interesse humano “concedendo espaço às vozes menos favorecidas pelas restantes instâncias sociais” e ainda utilizar a internet como suporte de comunicação de modo a controlar o fluxo de informação.

Para além disto, fazer jornalismo implica ter uma consciência real e ativa da realidade onde está inserido. Para além de entender o recetor da mensagem, o jornalista deve ser capaz, mesmo perante as adversidades que o mundo industrial trouxe – nomeadamente na rotina jornalística em redação, onde há cada vez menos tempo para pensar e a imediatez é prioritária –, de refletir.

Ijuim (2009, p.35) aborda que é necessária uma reflexão, uma vez que o trabalho do jornalista não deve ser visto apenas como a “mera execução de técnicas”, pelo que deve agir e refletir sobre a realidade concreta e sobre o mundo. Para o autor, o jornalismo tem um papel social inerente que deve ser patenteado. Medina (*cit. in.* Ijuim, 2009, p.35), aponta que a função do jornalista passa por “estabelecer pontes na realidade dividida, estratificada em grupos de interesse, classes sociais, extratos culturais e faixas até mesmo etárias.”

“A questão da responsabilidade social parece ser algo consagrado no meio jornalístico. A expressão, que carrega força e impacto, é comumente usada como bordão de campanhas institucionais e/ou mercadológicas de empresas de comunicação. Tal consagração talvez advenha do papel histórico da imprensa de

ser tribuna para debates e instrumento de movimentos decisivos que culminaram em conquistas expressivas para a sociedade” (Ijuim, 2009, p.32)

Inclusive, conforme Gama e Dadalto (2009, p.2) relatam o jornalismo “está diretamente relacionado à sociologia do conhecimento”. O jornalismo, como atividade social, ocorre desde o momento em que o jornalismo define o que é notícia até ao momento em que produz a notícia e divulga no respetivo meio de informação. Um papel social direcionado ao jornalista que acaba por estar diretamente relacionado com as suas obrigações. Segundo Ijuim (2009, p.32) o jornalista deve estar em sociedade e procurar o maior número de fontes na construção do seu artigo. Isto é, “investigar e encontrar o maior número possível de versões, na busca incessante de uma verdade inatingível, na solidariedade aberta a todos que tenham alguma coisa a falar” (Medina, *cit. in.* Ijuim, 2009, p.35).

Para Ijuim (2009, p.35) o jornalista constrói a realidade e não executa apenas simples técnicas de investigação e redação, estando obrigado a ter um sentido muito apurado de encarar o mundo. Para além disso, o jornalista deve garantir que os acontecimentos não permaneçam no limbo do aleatório, isto é, que os acontecimentos sejam explicados de forma sucinta, com a devida filtração e nos “horizontes do significativo” (Hall e Traquina, *cit. in.* Ijuim, 2009, p.35).

O autor concluiu ainda com um exemplo elucidativo disso mesmo: a reportagem jornalística. Aqui, neste aspeto característico do jornalismo, o jornalista não realiza “apenas” um relato sobre os factos, uma vez que tudo o que vivenciou enquanto realizava a reportagem – o que ouviu, viu e sentiu – também entra em conta (Ijuim, 2009, p.35).

No fundo, o jornalista “apresenta uma narrativa viva, uma construção da realidade, mediada pelo social” (Ijuim, 2009, p.35).

Santos (2015, p.13), sobre o papel social do jornalista, considera que a atividade jornalística tem um impacto direto na sociedade, sendo fundamental não só para informar a população, mas para “modificar a própria realidade, com a construção de ideias e questionamentos inteligentes”.

Lage (*cit. in.* Santos, p.13) indica que o jornalista tem um papel igualmente importante na sociedade, sendo ele o responsável por transformar a informação em matéria prima, ao transportar a informação que circula no mundo para uma língua comum e simplificada.

Segundo Gama e Dadalto (2009, p.3) o caráter de construção social da notícia está dependente das “circunstâncias objetivas” e das “influências subjetivas do quotidiano”. Conforme o autor, a sociedade é determinante pela forma como contribui para a visão do jornalista no processo de produção das informações.

Para além disso, Gama e Dadalto (2009, p.3) reforçam que “um dado contexto constitui os fatos transformados em notícia e, assim, destacam-se na participação do jornalismo na construção social da realidade”. Ainda sobre a questão social e a importância que acaba por acarretar na produção de informação do jornalista, Resende (*cit. in.* Santos, 2015, p.14) defende que, para descrever e retratar a realidade de algo, “é necessário um olhar que não se reduz apenas a uma dimensão didática e/ou opinativa, pois estas são insuficientes”.

Para o autor o jornalista deve ter em atenção o contexto das circunstâncias, pelo que, neste caso, Resende (*cit. in.* Santos, 2015, p.14) especifica que, ao “excluírem a personalidade e a individualidade do outro, estas abordagens produzem conteúdo sem novidades factuais e maior problematização dos assuntos tratados”. (Resende, *cit. in.* Santos, 2015, p.14)

Em acréscimo, Santos (2015, p.14) cimenta esta posição afirmando que as questões jornalísticas mais problemáticas e “que afetam diretamente a vida de pessoas em situação de vulnerabilidade”, devem ter uma preocupação e responsabilidade extra por parte do jornalista, na medida que a abordagem deve ser o mais “humanizada possível”, tendo em conta a pessoa e o seu contexto social. O autor, por fim, reforça ainda que o jornalista “deve ter um maior cuidado no processo de investigação” de modo a que evite passar estereótipos, ou outro tipo de problemas associados para o leitor (Santos, 2015, p.14).

Segundo Gama e Dadalto (2009, p.7) a produção da notícia é algo subjetivo, uma vez que está dependente da forma como o jornalista “vê, sente e reage à ação dos agentes externos”.

Algo que, conforme os autores, vai contra “o balanço objetivo, à reportagem objetiva, ao relato objetivo, à declaração objetiva, ao texto objetivo e a todas as práticas objetivas ainda vigentes na conceção sobre a profissão”.

“Entretanto, deve-se lembrar que a objetividade é ainda uma qualidade defendida por alguns profissionais da área que, por sua vez, contribuem com a manutenção desse conceito como senso comum na sociedade – o que também o determina como uma representação social” (Gama e Dadalto, 2009, p.7)

Para além disso, os autores destacam a importância do jornalismo na vida social das pessoas, sendo o jornalismo observado e tratado como “uma instituição legitimada pela sociedade”, tendo um impacto significativo na formação das pessoas e na forma como as pessoas olham para a realidade e o quotidiano. Gama e Dadalto (2009, p.10), por fim, fazem ainda referência a uma relação recíproca e permanente que o jornalista deve ter. Algo que vai ao encontro da perspectiva de Resende (*cit. in.* Santos, 2015, p.14), na medida que os autores acreditam que deve existir um equilíbrio entre os elementos factuais e as “influências subjetivas vigentes no processo de construção da notícia” (Gama e Dadalto, 2009, p.11).

Por fim, relativamente ao papel social do jornalista, no jornalismo especializado em desporto Bueno (*cit. in.* Cardoso, 2016, p.3) atira que os jornalistas, mesmo não tendo conhecimentos suficientes sobre uma determinada área, pelos vastos conceitos que cada área abarca, deve cumprir com a sua função social. No caso do jornalismo desportivo, o autor destaca que este deve “cumprir o seu papel de estimular as novas vocações e de valorizar o espírito de competição”, reforçando ainda a questão da equidade e pluralidade de ideia e estímulos relacionados com o desporto.

Cardoso (2016, p.4) concorda ainda com a perspectiva de Gama e Dadalto (2009, p.7), na medida em que a imprensa tem um “papel fundamental” na formação do cidadão. O autor dá o exemplo da reportagem como uma oportunidade para inserir as crianças e as futuras gerações em sociedade (e no mundo do desporto) da melhor maneira.

“A imprensa tem papel fundamental na formação do cidadão porque uma reportagem pode ser o pontapé inicial de uma jornada para muitas crianças e

adolescentes porque representa a chance de aprenderem e de inserirem-se melhor na sociedade por meio de práticas desportivas e do componente gregário e lúdico que as acompanham” (Cardoso, 2016, p.4).

Mediante Cardoso (2016, p.4) para o jornalista ratificar a sua importância na sociedade deve especializar-se. No caso do desporto, o autor acredita que a especialização permite ao jornalista criar notícias/fazer reportagens que consigam associar o desporto às mais diversas áreas da sociedade, nomeadamente, a saúde e educação. Para tal efeito, o autor destaca também a importância de o jornalista praticar as mais diversas modalidades desportivas “para entrar em contato com a filosofia, a dinâmica, as regras e particularidades somente observadas pela vivência” (Cardoso, 2016, p.5).

Em adição, Cardoso (2016, pp.6-7) destaca a perspectiva de o jornalista ter que estar inserido perto da realidade desportiva, isto é, estar perto dos intervenientes – atletas, treinadores, dirigentes, adeptos –, ou seja, “ir ao local dos acontecimentos”. Algo que acaba por aprimorar os seus “sentidos”, o que sublinha a perspectiva dos autores já mencionados. Resende (*cit. in*. Santos, 2015, p.14) aborda ainda a ideia de ter um outro olhar que possa retratar a realidade de uma forma distinta, enquanto Cardoso (2016, pp.6-7) ratifica isso mesmo, sendo que, ao estar perto do ambiente social dos elementos desportivos, o jornalista também irá “aumentar a sua credibilidade”.

Por fim, Cardoso (2016, p.8) enfatiza que o jornalista não deve se coibir de procurar “caminhos alternativos” e “ampliar a diversidade de abordagens”, sendo formas de melhorar a qualidade dos conteúdos e cumprir a função social do jornalismo.

Em suma, é possível perceber que o jornalismo (e o jornalista) tem um papel vital na forma como passa a mensagem para o seu leitor. Isto é, os detalhes que transmite, as palavras que escolhe, tudo têm uma influência decisiva na sociedade. O jornalista, assinala-se, tem o papel de investigar, informar e comunicar de forma simples, mas ao mesmo tempo objetiva e subjetiva.

Esta dicotomia explica-se pelo carácter chave do jornalista ir para além dos factos, especialmente quando realiza uma reportagem, onde envolve falar diretamente com pessoas, estar dentro dos acontecimentos e presenciar o contexto da notícia.

Estes aspetos mais subjetivos estão intimamente ligados à forma como o jornalista produz a notícia, pelo que, todos devem ser relatados da forma honesta e com rigor e exatidão, como diz o código deontológico do jornalista⁴². Tudo isto, sublinhe-se, acabará por ter influência e importância na sociedade e na forma como os cidadãos encaram o quotidiano.

3.4. O peso das audiências na seleção noticiosa online

O jornalismo vive numa “cultura do clique”: uma cultura onde a visibilidade, a riqueza dos números e as métricas têm uma influência tremenda nas redações e nos critérios editoriais dos chefes de redação (Christofoletti e Vieira, 2015, p.79).

Pithan e Eichler (2020, p.76) relatam que a popularização de ferramentas como o *Google Analytics*⁴³ – programa que permite o acesso aos números das notícias/artigos mais/menos vistos – acabou por “modificar fluxos”, “alterar as rotinas dos jornalistas” e “levantar questões sobre os valores tradicionais do jornalismo”, principalmente no que diz respeito aos critérios editoriais. Isto é, no momento de decidir o que é notícia e o que merece ser destacado.

Com embasamento em Christofoletti e Vieira (2015) e Tavares (2020) é possível confirmar que esta “cultura de clique” acaba por ter um peso significativo na forma como se produz jornalismo (principalmente no *online*), sendo que, hoje em dia, é fundamental ser cumpridos os critérios editoriais de forma rigorosa, de modo ao jornalista combater o método desesperado de tentar obter os tais “cliques”.

Tavares (2020, p. 1150) defende que o “peso que a audiência tem no atual processo de produção é evidente”, posto que, Christofoletti e Vieira (2015, p.79), também relatam que estas tensões têm impacto na cultura e na prática do jornalismo.

“Tais tensões impactam na cultura e na prática do jornalismo online, contribuindo para a adoção de medidas desesperadas de atração do público, não devidamente

⁴² Código deontológico do jornalista - <https://jornalistas.eu/novo-codigo-deontologico/>

⁴³ Google Analytics é uma ferramenta de análise de dados fornecida pelo Google e utilizada para analisar o tráfego de um site, oferecendo informações detalhadas sobre o comportamento dos visitantes (Google Analytics, 2023). <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>

ancoradas em valores jornalísticos ou sequer em estratégias comerciais”
(Christofoletti e Vieira, 2015, p.79)

Algo, sublinhe-se, que também acontece em meios televisivos/radiofônicos/imprensa escrita, sendo os números o barómetro para produzir determinado conteúdo, com um objetivo claro de tentar captar a atenção do espectador/leitor/ouvinte. Segundo Tavares (2020, p.1147), a procura incessante para ter audiências acaba por ter interferência no processo de seleção dos acontecimentos. Conforme o autor, “os repórteres e editores demonstram que as notícias mais vistas nos respetivos sites servem como barómetro para abordar determinados assuntos” (Tavares, 2020, p.1147).

Pithan e Eichler (2020, p.76) também defendem esta perspetiva e confirmam que os jornalistas passaram cada vez mais “a confiar nas ferramentas de métricas para tomar decisões”, enquanto, Christofoletti e Vieira (2015, p.79) explicam que este método de pensamento tem uma série de motivos atrelados. Entre os quais: “pressão por resultados imediatos”, “incerteza da reação do público” e ainda “abandono de parâmetros efetivamente informativos”. Para os autores, este tipo de fatores “contagiam” o jornalismo, na medida em que as métricas são cada vez mais visionadas por parte dos jornalistas para tomarem decisões.

Llosa (*cit. in.* Vinagre, 2015, p.3) concorda com esta perspetiva e defende que existe uma “tentação fácil e uma ausência de critérios de noticiabilidade” que faz os editores jornalísticos “ceder aos desejos” do seu público alvo. O autor acredita ainda que pode ter consequências nefastas na sociedade “já que o escrutínio público apenas proporcionado pelo jornalismo pode ficar em causa”.

Posto isto, existe um evidente peso das audiências na seleção noticiosa online, sendo a pressão financeira e o desafio de manter o interesse do público dois dos principais fatores. Tal, negligencia o produto jornalístico, uma vez que o conteúdo mais simples e com menos investigação acaba por não despertar tanta atenção no público alvo (Tavares, 2020, p.1147).

“Os problemas financeiros, a dificuldade de cativar a audiência e a necessidade de fazer mais com menos leva a uma banalização da cobertura jornalística. Em muitos

casos, a qualidade do produto final é deixada de lado, já que a informação «séria» tende a não chamar tanto a atenção” (Tavares, 2020, p.1147)

Para o autor, é mais fácil investir em acontecimentos triviais que custam menos dinheiro e depois têm um grande retorno para a empresa (Tavares, 2020, p.1147).

Aliás, Tavares (2020, p.1150) defende mesmo que este investimento em produtos jornalísticos menos trabalhados, mas com mais retorno, permitem produzir os conteúdos que “não despertam tanta atenção”, uma vez que as notícias “caça-cliques subsidia as produções de maior fôlego”. Conforme Tavares (2020, p.1150) relata, “a maioria dos jornalistas” não concorda com este tipo de práticas. O autor admite que existe a noção que existe frustração entre os profissionais da área por terem de desempenhar funções em torno de “cliques”. Apesar disso, há também uma noção geral que a “audiência faz parte das regras do jogo”, pelo que, é importante entender as preferências do público alvo e, simultaneamente, procurar “produzir conteúdo de qualidade”.

Christofoletti e Vieira (2015, p.86), por sua vez, também acreditam que a solução passa por um “esforço editorial” com o objetivo de aumentar o valor do conteúdo produzido, aumentando também a ética e transparência dos trabalhos produzidos. Com embasamento em Tavares (2020, p.1151), a audiência tem sido mais relevante na adoção dos critérios editoriais, ao invés dos designados critérios jornalísticos, sendo algo impulsionado pelas plataformas digitais, que observam valor nas métricas e nos “cliques”, como forma de medir o sucesso do produto jornalístico produzido, e ainda pelas redes sociais. Segundo o autor, as redes sociais, com o impacto que têm na sociedade, também ganharam importância no mundo jornalístico nos últimos anos, ao passo que, o jornalista já não se pode apenas preocupar com o que é relevante para a sociedade, mas também com os tópicos mais debatidos nas redes sociais.

Isto, por um lado, pode ser positivo pela forma como o público verifica que o jornalismo está atento às suas necessidades/temas mais debatidos, mas, por outro lado, pode significar um decréscimo na qualidade da informação produzida.

De acordo com Castells (2015, pp. 87-88) a “auto comunicação de massa” - que o autor designa como uma forma de comunicação que pode atingir uma “audiência global” -, como por exemplo

acontece nas redes sociais onde é possível enviar mensagens “de muitos para muitos”, pode ter “enormes consequências” na organização social. O público começa a consumir informações de forma massiva e tende a ter mais dificuldades em distinguir jornalismo do entretenimento e começa a preferir uma mescla entre os dois, sendo que a “cultura do clique” acaba por estar diretamente relacionada com esta preferência da audiência.

Para além disso, este modo de operar, com base na audiência, “pode levar os jornalistas a deixarem de propor artigos relevantes por saberem que eles não darão o retorno esperado no que concerne aos cliques” (Tavares, 2020, p.1151).

Pithan e Eichler (2020, p.78) apontam que, do ponto de vista prático, as audiências têm uma influência direta na rotina dos jornalistas, em diversos níveis. Em primeiro lugar, na avaliação dos editores sobre se deve se “continuar a cobrir uma determinada notícia”, isto é, com vista aos números, uma vez que, se determinada notícia/peça informativa tiver sucesso ao nível das métricas, é natural que tal continue a ser trabalho. Para os autores “os números determinam a seleção, a remoção e a posição das notícias na homepage”, isto é, são eles que determinam a relevância da informação. Para além disso, os “títulos são criados para obter cliques” e as imagens ganharam maior importância porque pode ajudar nesse processo do “clique”. Por fim, Pithan e Eichler (2020, p.78) definem que o número das audiências em determinado artigo jornalístico é o parâmetro necessário para “avaliar o desempenho dos jornalistas e recompensá-los financeiramente”.

Christofoletti e Vieira (2015, p.86), por outro lado, acreditam que os cliques “não podem ser as métricas mais importantes para as decisões editoriais de um meio jornalístico online”, nem podem ser os métodos principais para tomar uma decisão estratégica numa redação. Apesar disso, os autores admitem que conjugar esses esforços, entre procurar satisfazer a audiência e adotar critérios editoriais sem olhar para esse aspeto com tanta relevância “é um dos desafios do jornalismo online” (Christofoletti e Vieira, 2015, p.86).

Em suma, o jornalismo deve ter em atenção as audiências, mas acima de tudo, deve procurar um equilíbrio onde a responsabilidade social e a procura pelos “cliques” não se misturem. Tal, sublinhe-se, pode ter efeitos danosos na credibilidade e confiança dos cidadãos.

3.5. A influência dos critérios de noticiabilidade e valor-notícia

Numa era em que o digital ganhou uma dimensão forte no jornalismo e num período em que a “cultura do clique” tem uma influência gigante nas redações, é importante o jornalismo proceder a uma seleção meticulosa dos factos, de modo a identificar o que é (e não é) relevante, pelo que, a comunidade jornalística encontrou uma série de mecanismos para tal efeito, “desde o momento da seleção dos acontecimentos até à sua posterior transformação em notícia” (Amaral, 2021, p.32).

Antes de mais, para Noblat (*cit. in.* Holbach, 2010, p.5), uma notícia “é um facto relevante que desperte o interesse público”, não obstante, o autor também sublinhar que uma notícia “é tudo o que os jornalistas escolhem para oferecer ao público”. Com isto, é possível verificar que os jornalistas têm a responsabilidade de oferecer ao público informações rigorosas e que entrem de acordo com os critérios de noticiabilidade. Por sua vez, e com embasamento em Wolf (1987) e Traquina (2002), Lima e Sousa (2012) destacam que “as notícias apresentam um ‘padrão’ geral bastante estável e previsível”, na medida em que é algo que decorre pela existência destes mesmos critérios de noticiabilidade.

Estes critérios, posto isto, surgem de um “conjunto de critérios e operações”, de modo a que determinado acontecimento possua “valor-notícia”.

“Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo valor-notícia” (Traquina, *cit. in.* Holbach, 2010, p.6).

Com embasamento em Wolf (1987), Traquina (*cit. in.* Lima e Sousa 2012, p.30) aponta os mecanismos necessários para o jornalista encontrar o “valor-notícia”, sendo estes divididos em dois subgrupos: critérios substantivos e contextuais.

Os critérios substantivos “dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos a sua importância ou interesse como notícia”, enquanto os critérios contextuais “dizem respeito ao contexto de produção da notícia” (Traquina, *cit. in.* Lima e Sousa 2012, p.30). Com estes critérios, o jornalista tem um guia orientador de modo a definir o que deve ser “prioritário” e “omitido”, englobando assim a principal informação para transmitir ao público.

Traquina (*cit. in.* Amaral, 2021, p.33), com base nos autores Galtung e Ruge, define ainda 12 critérios que podem ser utilizados para definir o que é notícia. São eles: “frequência”, “amplitude do evento”, “clareza ou falta de ambiguidade”, “significância”, “consonância”, “inesperado”, “continuidade”, “composição”, “referência a nações de elite”, “referência a pessoas de elite”, “personalização” e ainda “negatividade”, algo que Traquina (*cit. in.* Amaral, 2021, p.33), define com o seguinte exemplo: “más notícias são boas notícias”. Por outro lado, Traquina (*cit. in.* Lima e Sousa, p.30), com base nos critérios de Wolf (1987), aponta 10 valores de notícia de seleção substantiva, cinco contextuais e cinco de construção. Os valores notícia de seleção substantiva são: “morte”, “notoriedade”, “proximidade”, “relevância (ou impacto)”, “novidade”, “fator tempo (atualidade)”, “cabide noticioso – o tempo funciona como cabide noticioso quando é pretexto para determinadas notícias” –, “notabilidade”, “surpresa” e “conflito ou controvérsia” (Traquina, *cit. in.* Lima e Sousa, p.30).

Em relação aos valores notícia de seleção contextual, o autor aponta: “a disponibilidade do acontecimento”, “equilíbrio do noticiário”, “potencial de cobertura em imagem”, “concorrência” e “dia noticioso” (Traquina, *cit. in.* Lima e Sousa, p.30).

Por sua vez, no que diz respeito aos valores-notícia de construção, Traquina (*cit. in.* Lima e Sousa, p.31) destaca “o potencial de amplificação do acontecimento”. Isto é, segundo o autor, a capacidade de, através de uma determinada notícia, alimentar ainda mais o acontecimento, com diferentes cenários, potenciais “consequências” e “hiperbolização do acontecimento”.

Para além disto, o autor anota a relevância, um ponto fundamental nos fatores valores-notícia - uma vez que trata de evidenciar como determinado “acontecimento é importante” – e ainda o potencial de personalização e dramatização da história. Isto é, uma notícia pode também servir como uma oportunidade para o jornalista trabalhar a informação de forma única, diferenciada e

mais apelativa de acordo com o seu público alvo, abordando detalhes e explorando as particularidades da história. Enquadrando com este critério, importa lembrar a concorrência como sendo um critério contextual e lembrar que o jornalista produz as notícias também tendo em conta a concorrência.

Por fim, o autor aponta a consonância, isto é, a “faculdade de enquadrar um acontecimento em enquadramentos previamente existentes”. Hohlfeldt (2008), por outro lado, divide os critérios de noticiabilidade em cinco categorias: “categorias substantivas; categorias relativas ao produto; categorias relativas aos meios de informação; categorias relativas ao público; e categorias relativas à concorrência”, sendo que, Holbach (2010, p.6) destaca a categoria substantiva. Para o autor, esta categoria está diretamente relacionada com o acontecimento, ou seja, o que leva um determinado facto a ser notícia, sem influências para além da informação. Para o autor são “os factos que invariavelmente se tornam notícia”, sem que o jornalista seja obrigado a pensar se a notícia vai despertar o interesse do “consumidor” (Hohlfeldt, *cit. in.* Holbach, 2010, pp.6-7).

Na categoria substantiva, Hohlfeldt (*cit. in.* Holbach, 2010, p.7), divide a mesma em dois grupos: importância e interesse, com quatro e três subgrupos respetivamente. No grupo que o autor designa por “importância”, estão quatro subgrupos: “grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos”, que “diz respeito aos atores sociais”, ou seja, se num determinado acontecimento estão presentes pessoas/grupos sociais que despertem interesse para que tenha valor-notícia. Para além desse subgrupo, o autor acrescenta ainda “impacto sobre a nação” – se tem interesse para o respetivo país -, “quantidade de pessoas envolvidas”, sendo que, para o autor, “quanto maior o número de pessoas envolvidas no acontecimento, maior apelo esse acontecimento terá” e, por fim, “factos que apresentem consequências futuras”, algo que o autor refere como um acontecimento que possa ser importante para o futuro, na medida em que um determinado acontecimento pode, posteriormente, gerar mais notícias e “desdobramentos” sobre um determinado assunto (Hohlfeldt, *cit. in.* Holbach, 2010, p.7).

Hohlfeldt (*cit. in.* Holbach, 2010, p.7), no que diz respeito ao grupo “interesse”, divide em três subgrupos e explica esta categoria como “menos clara”, sendo uma avaliação mais subjetiva que depende da observação do jornalista.

“Nestes casos, o jornalista faz uma avaliação que parte da sua visão sobre seus consumidores, o que muitas vezes resulta em uma distorção entre o que o jornalista acha importante e o que o recetor acha importante” (Hohlfeldt, *cit. in.* Holbach, 2010, p.7).

O primeiro subgrupo designa-se “capacidade de entretenimento” e descreve-se como a capacidade do jornalista encontrar factos, curiosidades e acontecimentos “inusitados” e “inesperados” que consigam captar a atenção do público alvo. O autor designa “interesse humano” como o segundo subgrupo e destaca que são “notícias que procuram denunciar situações erradas”, contudo, como sublinha Holbach (2010, p.7), este subgrupo pode criar problemas, uma vez que, sendo algo subjetivo, o jornalista pode utilizar este critério para ser sensacionalista.

Por fim, o último subgrupo – “Composição equilibrada do noticiário” –, segundo Hohlfeldt (*cit. in.* Holbach, 2010, p.7), serve para equilibrar as emoções do público alvo, ou seja, transmitir um misto de informações, “alegria e tristeza”. Neste aspeto, este critério acaba, no entanto, por destacar notícias que possam não ter grande relevância, uma vez que o único objetivo é alcançar um equilíbrio emocional no público alvo. Em suma, os critérios de noticiabilidade desempenham um papel fundamental no jornalismo e, mais concretamente, nos jornalistas. Através destes critérios, os jornalistas podem decidir o que é (e não é) conteúdo jornalístico e tem valor-notícia, identificando a informação mais pertinente em consonância com o meio de comunicação.

Estes critérios, como podemos observar, são identificados por vários autores de forma distinta, mas que podem resumir-se em substantivos e contextuais, sendo dois elementos importantes na identificação e produção da notícia.

4. O futebol para além dos três grandes: investigação

4.1. Questões de investigação

Em Portugal, o futebol é o “desporto rei” e um local onde as emoções e o afeto/fanatismo pelos clubes imperam. De resto, o futebol é “um produto da sociedade contemporânea” pela forma como apaixona as pessoas, independentemente dos seus estratos sociais (Morris, *cit. in.* Zocca, p.9).

O crescimento e desenvolvimento dos meios de comunicação acabou por cimentar isto, muito resultado do contexto social português, uma vez que três clubes – os designados ‘três grandes’, sendo FC Porto, SL Benfica e Sporting CP – detêm grande parte dos adeptos da população, o que retira espaço e importância aos restantes clubes em Portugal.

Por se tratar de algo que está enraizado na sociedade portuguesa, esta era uma realidade com a qual estava familiarizado, pelo que, o estágio curricular no zerozero permitiu tirar várias conclusões nesse sentido.

O desafio a que me propus foi o seguinte: perceber se, efetivamente, existe desnivelamento no que diz respeito ao tratamento de um meio de comunicação especializado em desporto para com os designados ‘clubes pequenos’ e os ‘três grandes’.

No caso do zerozero, o meio de comunicação afirma, desde logo, no seu estatuto editorial⁴⁴, que “quer contribuir para a divulgação do futebol na sua plenitude, desde o âmbito internacional até ao distrital, géneros masculino e feminino, das variantes futebol de 11 ao futsal, passando pelo futebol de 7 e futebol de praia” (zerozero, 2023).

Ou seja, a pluralidade e diversidade de conteúdo é encarado como um dos pontos editoriais do zerozero, que – segundo o mesmo estatuto – visa oferecer “informação completa sobre toda a atividade relacionada com o Futebol disputado em Portugal e no estrangeiro”.

⁴⁴ Zerozero, Estatuto Editorial, <https://www.zerozero.pt/estatuto.php>

Assim sendo, e tendo em conta a política editorial do zerozero, a curiosidade pelo tema “o futebol para além dos três grandes” cresceu bastante.

Como tal, optei por partir com duas questões de investigação, tendo em conta os três elementos destacados por Quivy e Campenhoudt (1995): “clareza”, “exequibilidade” e “pertinência”.

A pergunta de partida é a seguinte: “qual o espaço para os designados clubes pequenos na cobertura mediática do zerozero?”. A questão contempla entender o espaço noticioso que os clubes, para além dos três grandes, têm no zerozero, analisando a quantidade de notícias publicadas e o género jornalístico das publicações afetas aos designados clubes pequenos.

Deste modo, a questão principal acaba por entroncar numa questão secundária: “Existe uma monopolização tripartida na cobertura mediática do zerozero?”. Esta pergunta pretende averiguar se existe um desnível entre a cobertura mediática dos três grandes e os designados clubes pequenos, analisando a quantidade de notícias publicadas e o género jornalístico das publicações afetas aos clubes designados ‘grandes’.

4.2. Exploração: operações de leitura e entrevista exploratória

Com base nas ideias de Quivy e Campenhoudt (1995), no Manual de Investigação em Ciências Sociais, um dos primeiros passos para proceder à busca da informação necessária para responder à pergunta de partida, passou pela realização de uma leitura exploratória, de modo a conceber uma problemática de investigação.

Para tal, foram realizadas operações de leitura e uma entrevista exploratória ao diretor de informação e jornalista do zerozero, Luís Rocha Rodrigues (ver anexo 15). Neste tipo de entrevistas, com base em Quivy e Campenhoudt (1995), “o investigador dispõe de uma série de perguntas-guias, relativamente abertas”, pelo que, o objetivo passou por “abrir pistas de reflexão, alargar e precisar os horizontes de leitura, tomar consciência das dimensões e dos aspetos de um dado problema”, para posteriormente realizar uma análise de conteúdo da entrevista (Quivy e Campenhoudt, 1995, p.49).

Para além disso, a entrevista permitiu confrontar a posição do entrevistado perante outros autores sobre as temáticas abordadas.

“As operações de leitura visam essencialmente assegurar a qualidade da problematização, ao passo que as entrevistas e os métodos complementares ajudam o investigador a contactar com a realidade vivida pelos atores sociais” (Quivy e Campenhoudt, 1995, p.49).

A seleção das leituras, por sua vez, foi procedida com base nas ideias dos autores supramencionados, tendo em conta os seguintes fatores: ligação à pergunta de partida, três leituras de diferentes autores - evitando uma “sobrecarga de leituras” - e, por fim, leituras de cariz interpretativo.

4.2.1. Leituras exploratórias

Com base em Quivy e Campenhoudt (1995) foi realizada uma grelha de leitura e, posteriormente, uma redação de um resumo. A grelha de leitura procurou captar as principais citações, ideias e pensamentos dos autores, enquanto o resumo procurou ligar as ideias dos autores num texto coerente, que vise retirar os elementos de reflexão e pistas de trabalho mais interessantes.

As operações de leitura foram seleccionadas com base em três autores que realizaram estudos com temáticas ligadas às questões de partida, tendo sido identificados três conceitos chave para a pesquisa: “jornalismo desportivo”; “clubes grandes”; “clubes pequenos”.

O primeiro texto selecionado para leitura é da autoria de Barradas (2017): *Jornal Record: o destaque concedido aos' clubes pequenos'*, enquanto o segundo texto é da autoria de Leite (2019) – tese *A (im)Parcialidade do Jornalismo Desportivo em Portugal* – e o terceiro texto é da autoria de Martins (2017): *Jornalismo desportivo Online: o que preferem os leitores do Maisfutebol?*

Citações relevantes	Ideias chave
“Os três grandes (Benfica, Sporting e FC Porto) monopolizam toda a atenção mediática. Uma pequena notícia de qualquer uma destas potências desportivas tem um destaque que qualquer conquista de outra equipa não terá” (Barradas, 2017, p.46)	A importância dos três designados ‘grandes’ perante os outros clubes na cobertura mediática
“Apesar do foco maior ser dado a Benfica e Porto, um dos dados mais relevantes obtidos durante a análise dos jornais é o de que só há um clube diferente dos chamados três grandes a aparecer em manchete. Num campeonato que conta com 18 clubes, apenas 4 deles têm espaço numa manchete no espaço de 4 meses” (Leite, 2019, p.39)	
“Os clubes pequenos não têm qualquer espaço nas manchetes. Os resultados com o seu nome aparecem quase por uma questão de inevitabilidade em termos de espaço ou de beleza estética” (Barradas, 2017, p.73)	Espaço mediático dos clubes designados ‘pequenos’
“Os outros clubes são notícia quando há alguma situação que necessita de ser comunicada, ou quando os próprios comunicam algo, quando divulgam convocados, em dias de jogo, conferências de imprensa pós-jogo (...) ou transferências oficializadas. Ou seja, pouco conteúdo de grande relevo que faça com que esses artigos sejam dos mais lidos.” (Martins, 2017, p.34)	

“Da análise conclui-se também o poder que os ‘três grandes’ do futebol português têm na procura do internauta e nos números de visualização de páginas do site. Se somarmos os artigos desses clubes, juntamente com os artigos de opinião e crónicas de jogo, que são todos referentes a Benfica, FC Porto e Sporting, verifica-se que perfaz um valor de quase 50% dos artigos” (Martins, 2017, p.55)	A rentabilização financeira do trabalho jornalístico desportivo: o fator ‘três grandes’ e sensacionalismo
“O jornalismo comercial assente numa valorização do lucro e do sensacionalismo em vez da partilha de estórias diferentes e diversificadas, faz com que se desvalorize o que não atrai as massas, que se relegue para um segundo plano tudo aquilo que não for polémico ou que se engradeça os clubes que geram mais atenção mediática” (Barradas, 2017, p.73)	

Tabela 1 – Grelha de leitura

Para resumir os principais pensamentos do autor, começo por Barradas (2017) que procurou esclarecer o espaço concedido pelo jornal especializado em desporto *Record* aos clubes designados ‘pequenos’. Neste texto, o autor abordou o poder de três clubes (FC Porto, SL Benfica e Sporting CP) na cobertura mediática do jornal. Bernardo Ribeiro – diretor adjunto do *Record* – justificou, em entrevista a Barradas (2017, p.71), a cobertura mediática tripartida como um fator de valor-notícia, sublinhando que o importante para o jornal é a notícia/conteúdo e não tanto o clube.

“Tem muito a ver com a notícia, se for um treinador, a contratação de um jogador reconhecido ou uma história rocambolesca, tem tudo muito a ver com o valor-notícia. Se for um drama, até pode ser o Vilaverdense. Um drama qualquer, ou uma história de ressurreição, por exemplo” (Ribeiro *cit. in.* Barradas, 2017, p.71)

Barradas (2017, p.72) sustenta a afirmação de Bernardo Ribeiro, apontando que o futebol português está envolto em “polémicas extra-relvado” o que deixa o desporto propriamente dito relegado para um plano secundário. Algo que, para o autor, vinca a ideia de um jornalismo que está a seguir um rumo onde o “principal critério de noticiabilidade será sempre aquele que gerar mais lucro e cuja incidência será sempre relativa aos três principais clubes portugueses” (Barradas, 2017, p.73).

Leite (2019), na sua investigação *A (im)Parcialidade do Jornalismo Desportivo em Portugal*, defende o favorecimento de certos clubes por determinados jornais. Neste caso, o jornal *O Jogo* ao FC Porto e o jornal *A Bola* ao SL Benfica, ao passo que o jornal *Record* não foi escrutinado por parte do autor por uma questão de “tempo e espaço limitado para a redação da dissertação”, admitindo, no entanto, a possibilidade de existir uma ligação semelhante do jornal *Record* ao Sporting.

Como tal, é possível verificar a tendência de dois jornais seguirem os interesses de dois dos três designados ‘grandes’ do futebol português. Leite (2019, p.38), de resto, vai ao encontro da ideia de Barradas (2017), sendo que, a justificação para esta monopolização por parte dos clubes referenciados em torno dos jornais deve-se a uma questão de “interesse de mercado”.

“O clube que mais vende é o que mais vezes aparecerá em manchete e, tendo em conta o panorama futebolístico em Portugal nos últimos anos, é por isso que SL Benfica e FC Porto são aqueles que mais figuram na notícia principal dos jornais, pois são os clubes que suscitam mais interesse” (Leite, 2019, p.38)

Em relação ao espaço mediático dos clubes designados ‘pequenos’, Sofia Lobato – editora do jornal *Record* –, em entrevista a Barradas (2017, p.46), destaca que o mediatismo dos clubes pequenos acaba por também estar diretamente relacionado com os clubes ‘grandes’. Ou seja, é notícia porque o conteúdo está relacionado com um clube ‘grande’.

Para Barradas, os clubes pequenos “não têm qualquer espaço nas manchetes” e quando aparecem, é apenas por uma “questão de inevitabilidade em termos de espaço ou de beleza estética” (Barradas, 2017, p.73).

Martins (2017), por sua vez, analisou as preferências dos leitores do *MaisFutebol*, jornal *online* especializado em desporto, e ratifica a posição de Barradas (2017), sublinhando a força dos três ‘grandes’ e a diferença na preferência dos conteúdos lidos por parte dos leitores do meio de comunicação. Para além disso, o autor destaca também a discrepância na qualidade dos conteúdos produzidos.

“Os outros clubes são notícia quando há alguma situação que necessita de ser comunicada, ou quando os próprios comunicam algo, quando divulgam convocados, em dias de jogo, conferências de imprensa pós-jogo (...) ou transferências oficializadas. Ou seja, pouco conteúdo de grande relevo que faça com que esses artigos sejam dos mais lidos.” (Martins, 2017, p.34)

Por fim, a rentabilização financeira do jornalismo acabou por ser um ponto em comum abordado por Barradas (2017) e Martins (2017), na medida em que ambos abordam este ponto tendo em conta o peso dos três designados ‘grandes’ no jornalismo desportivo. Bernardo Ribeiro (*cit. in.* Barradas, 2017, p.73) reforça a ideia de que o jornalismo é um “negócio” e um “investimento” que não pode ser dissociado, sublinhando mesmo que “todo o jornalismo é comercial”.

“Hoje, o jornalista em cargos de direção que não se preocupar com o futuro da sua profissão e que não tenha atenção às contas da empresa e se o patrão consegue pagar o seu salário, não consegue manter-se” (Ribeiro, *cit. in.* Barradas, 2017, p.73)

Martins (2017, p.55), numa análise quantitativa ao jornal desportivo *MaisFutebol*, concluiu ainda que a procura do internauta pelos três designados ‘grandes’ traduz-se em números, até nos artigos onde o principal destaque acaba por não ser um dos três clubes referenciados.

“Ainda que sejam trabalhos ou entrevistas sobre a vida de determinada personalidade, tendo o título referências a um destes clubes catapulta logo o número de visualizações.” (Martins, 2017, p.55)

Posto isto, as leituras exploratórias permitiram assimilar três textos distintos, contudo, conciliáveis e com interpretações semelhantes do respetivo estudo de caso. De resto, a força dos designados ‘três grandes’, assim como a menor relevância mediática dos clubes designados ‘pequenos’ foi uma concordância entre os três, ainda que Leite (2019), ao contrário de Barradas (2017) e Martins (2017), realçou o favorecimento e parcialidade de dois jornais desportivos perante dois clubes, ambos considerados ‘grandes’.

Barradas (2017), com o estudo de caso *Jornal Record: o destaque concedido aos clubes pequenos*, tem a leitura exploratória que mais se aproxima das questões de investigação formuladas, pelo que, com a ideia de uma monopolização mediática, o autor sugere que “uma pequena notícia de qualquer uma destas potências desportivas tem um destaque que qualquer conquista de outra equipa não terá” e ainda que a cobertura mediática realizada a um clube designado ‘pequeno’ acontece por uma questão “de inevitabilidade” ou “de beleza estética”. Com estas leituras, é possível retirar pistas de reflexão que entram de acordo com a questão de partida. Desde logo, importa perceber se existe efetivamente um desnível tão significativo entre clubes que acaba por conferir um espaço mediático aos clubes ‘pequenos’ reduzido e se é por uma “questão de estética”. Para além disso, a questão da rentabilização financeira e do “jornalismo comercial” serve como um ponto de reflexão que pode ter influência no espaço mediático dos designados ‘pequenos’.

4.2.2. Entrevista exploratória

Em primeiro lugar, foi realizada uma entrevista semidiretiva exploratória no dia 30 de junho de 2023 e teve a duração de 28 minutos. O entrevistado – Luís Rocha Rodrigues, diretor de informação e jornalista do zerozero – foi contactado com a devida antecedência e demonstrou interesse em colaborar. Com sustento em Quivy e Campenhoudt (1995, p.71), Luís Rocha Rodrigues reuniu condições para ser entrevistado, na medida em que é uma “testemunha

privilegiada”, ao que Quivy e Campenhoudt (1995, p.71) definem como sendo uma pessoa “que pela sua posição, ação ou responsabilidades, tem um bom conhecimento do tema”.

Com base nos autores mencionados, a entrevista foi realizada com primazia em cinco fatores: “fazer o menor número possível de perguntas”, dando tempo para o entrevistado se expressar e refletir; “formular as intervenções da forma mais aberta possível”, sendo que, foi procurado que a entrevista não fosse demasiado rígida e que permitisse ao entrevistado responder de uma forma aberta; “abster de se implicar no conteúdo da entrevista”; “procurar que a entrevista se desenrole num ambiente e num contexto adequado”, posto que a entrevista foi realizada na sede do zerozero, numa sala especificadamente destinada para reuniões ; “gravar a entrevista”, tendo sido pedida a autorização do entrevistado antes da gravação da entrevista.

Seguindo o fio condutor de Quivy e Campenhoudt (1995, p.69) a entrevista exploratória permitiu, como referido, “fazer o balanço dos conhecimentos relativos ao problema de partida”, tendo sido essencial para refletir sobre “ideias e hipóteses de trabalho”, não tendo como objetivo verificar hipóteses preestabelecidas (Quivy e Campenhoudt, 1995, p.70).

Assim sendo, com a entrevista exploratória, foi possível identificar várias ideias convergentes com as leituras exploratórias efetuadas.

Luís Rocha Rodrigues, desde logo, destacou que os clubes que estão no topo da tabela e lutam pelo título, por norma os designados três ‘grandes’, recebem uma cobertura mediática distinta, algo que vai ao encontro das ideias de Barradas (2017), Martins (2017) e Leite (2019).

Sobre este ponto, Luís Rocha Rodrigues ratifica a reflexão de Barradas (2017, p.72) apontando que um futebol “descredibilizado” e “com cada vez maiores suspeitas de corrupção e de jogos de bastidores” pode abalar o interesse das pessoas no futebol em si. Algo que nos leva a refletir como um jornal desportivo pode tentar revitalizar esse interesse nas pessoas.

Por fim, este fator permite-nos centrar em duas reflexões que nos permitem regressar à questão de partida. A primeira reflexão passa por compreender as motivações para uma cobertura mediática tão díspar entre clubes. O segundo ponto de reflexão passa por perceber em que medida a rentabilização financeira do trabalho jornalístico tem importância nos critérios

editoriais de um jornal especializado em desporto, seja na quantidade dos conteúdos trabalhados, seja na qualidade. Isto, em acréscimo, tendo em conta que Luís Rocha Rodrigues aferiu que existe “um desinteresse crescente por artigos *premium*, ou seja, artigos muito trabalhados.”

4.3. Problemática

A problemática, segundo Quivy e Campenhoudt (1995, p.89) “constitui uma charneira entre a ruptura e a construção”, tendo sido a abordagem adotada para tratar o problema formulado na pergunta de partida.

Assim sendo, com base nos autores supramencionados, foram determinados “os conceitos fundamentais e as ideias gerais que inspirarão a análise”, tendo tido em conta as questões de investigação adotadas. O primeiro conceito definido passa pelo espaço mediático reduzido oferecido aos designados ‘pequenos’. Ou seja, a ideia de que os ‘pequenos’ têm um espaço mediático pouco significativo, sendo algo que Leite (2019), Martins (2017) e Barradas (2017) corroboram. O segundo conceito definido foi o seguinte: a monopolização tripartida na cobertura mediática. Trata-se da ideia que os três designados ‘grandes’ – FC Porto, SL Benfica e Sporting – absorvem toda a atenção mediática, como sustenta Barradas (2017, p.46).

Para uma melhor compreensão do estudo caso foram definidas seis categorias para a recolha de dados. Os campos escolhidos foram: “três grandes”, “pequenos 1”, “pequenos 2”, “pequenos 3”, “futebol internacional” e “outros”.

Três grandes: todas as notícias em que o foco são os clubes designados ‘grandes’ do futebol português – FC Porto, SL Benfica e Sporting CP.

Pequenos 1: todas as notícias em que o foco são os clubes designados ‘pequenos’ do primeiro escalão do futebol português.

Pequenos 2: todas as notícias em que o foco são os clubes designados ‘pequenos’ do segundo escalão do futebol português.

Pequenos 3: todas as notícias em que o foco são os clubes designados ‘pequenos’ do terceiro escalão do futebol português.

Futebol internacional: todas as notícias em que o foco são os clubes de futebol fora de Portugal.

Outros: todos os restantes temas que não se enquadram nas categorias definidas. Nomeadamente notícias sobre seleções (apenas clubes interessa para a análise) e futebol feminino. O feminino foi descartado da análise, uma vez que um dos três grandes (FC Porto) não apresenta uma equipa profissional. Em adição, as competições regionais não entram para a análise, na medida em que o zerozero não realiza uma cobertura jornalística aos eventos dos campeonatos regionais e utiliza a ferramenta *prosebot*⁴⁵ para a grande maioria das notícias associadas a estes escalões. Por fim, a única modalidade considerada para a análise foi o futebol.

Importa ainda frisar que um dos pontos chave a ter em conta na divisão das notícias por categorias foi o título. Bueno e Reino (2019, p.104) sugerem que o título é um indicador de que, em algum grau, a notícia foi aberta pelo título ter chamado a atenção do leitor. Posto isto, o título foi visto como um fator decisivo para a recolha de dados, não obstante, todas as notícias foram analisadas no que ao conteúdo diz respeito.

4.4. Metodologia

4.4.1. Objetivos e hipóteses

Em conformidade com as ideias de Quivy e Campenhoudt (1995), foram definidos três objetivos e três hipóteses. Segundo os autores, tal constitui uma forma de conduzir a investigação com “ordem e rigor”.

“As hipóteses apontam o caminho da procura, fornecendo um fio condutor à investigação e fornecendo o critério para a recolha de dados que confrontará as hipóteses com a realidade. A hipótese pode apresentar-se como uma antecipação

⁴⁵ Exemplo: Zerozero, 25 de setembro de 2022 <https://www.zerozero.pt/news.php?id=394565>

de uma relação entre um fenómeno e um conceito capaz de o explicar” (Quivy e Campenhoudt, 1995, pp.119-120).

Os objetivos são os seguintes:

- Analisar a dinâmica da cobertura do zerozero aos clubes designados ‘pequenos’ em comparação com os três clubes designados ‘grandes’, identificando as categorias, o tipo de peças publicadas, sejam elas notícias ‘normais’, ‘curtas’, entrevistas, reportagens ou peças de destaque, de modo a confirmar se existe uma discrepância significativa na cobertura mediática entre as categorias apontadas.
- Identificar as peças com maior alcance do mês em análise, de forma a entender a influência dos três designados ‘grandes’ na cobertura mediática, colocando em perspetiva as categorias que acabam por reter maior interesse do ponto de vista das visualizações.
- Identificar as motivações editoriais do zerozero perante a cobertura dos clubes designados ‘pequenos’ e ‘grandes’, revelando as motivações editoriais por trás dessas opções.

Em relação às hipóteses, estas foram estabelecidas antes da realização da investigação. As hipóteses a testar foram as seguintes:

- Os clubes designados ‘pequenos’ têm um espaço mediático pouco significativo e limitado no zerozero, sendo que tal acaba traduzido em números.
- A cobertura mediática realizada aos clubes designados ‘pequenos’ tende a não se concentrar em artigos de maior relevância, tais como peças destaque.
- A tendência de oferecer maior destaque às notícias associadas aos clubes designados ‘grandes’ está relacionada com a procura por maiores audiências e visualizações.

4.4.2. Modelo de análise

Esta investigação foi realizada com base em métodos qualitativos e quantitativos, articulando os conceitos abordados pelos autores no enquadramento teórico com uma análise empírica dos dados obtidos. Foi utilizada análise de conteúdo e entrevista.

A metodologia selecionada, como referido, procurou abranger dois métodos distintos que, conforme Minayo (*cit. in.* Dalfovo, Lana e Silveira, 2008, p. 11) “não são incompatíveis e podem ser integradas num mesmo projeto”, ao passo que para Morse (2016) o uso de uma metodologia mista procura tornar o estudo mais completo. Para Ramos e Busnello (*cit. in.* Dalfovo, Lana e Silveira, 2008, p. 6) o método qualitativo “pretende verificar a relação da realidade com o objeto de estudo, obtendo várias interpretações de uma análise indutiva por parte do pesquisador”, enquanto o método quantitativo tem como objetivo mensurar os números, classificar e analisar utilizando técnicas estatísticas.

O período de análise selecionado para a recolha da amostra foi o mês de setembro de 2022, ou seja, 30 dias. Este foi o período de análise escolhido pelo facto de englobar uma série de fatores que permitem uma representação mais fidedigna da realidade dos clubes, tais como: mercado de transferências, período de campeonatos profissionais e ainda pausa para as seleções.

Ao contrário dos meses de outubro, novembro e dezembro de 2022, o mês de setembro foi o único que abrangeu estes três pontos que permitem observar a cobertura mediática do zerozero – em relação aos clubes ‘pequenos’ e ‘grandes’ – de forma mais objetiva, na medida em que representa a realidade dos clubes em diferentes prismas. No total foram considerados 1281 artigos. No entanto, destes 1281 artigos, 32 foram descartados da análise, visto que não são conteúdos jornalísticos e servem para fins publicitários⁴⁶. Ou seja, para fins de investigação foram examinadas 1249 publicações.

Destes 1249 artigos foram analisadas as seguintes variáveis e indicadores:

1. Variáveis

- Variável 1: percepção de desnível na cobertura mediática entre categorias (três grandes, pequenos 1, 2 e 3, futebol internacional e outros).
- Variável 2: impacto das categorias (três grandes, pequenos 1, 2 e 3, futebol internacional e outros).

⁴⁶ Exemplo: Zerozero, 4 de setembro de 2022 <https://www.zerozero.pt/news.php?id=385633>

- Variável 3: género Jornalístico (Notícias curtas, normais ou destaque).
- Variável 4: relevância na cobertura mediática.

2. Indicadores:

- Indicador 1: total de publicações por categoria (três grandes, pequenos 1, 2 e 3, futebol internacional e outros)
- Indicador 2: notícias mais vistas do mês em análise com categoria revelada
- Indicador 3: distribuição de géneros jornalísticos por categorias (três grandes, pequenos 1, 2 e 3, futebol internacional e outros).
- Indicador 4: distribuição dos tipos de notícia destaque por categorias (três grandes, pequenos 1, 2 e 3, futebol internacional e outros).

Foram ainda utilizados gráficos e tabelas, de modo a simplificar a análise e identificar padrões nas distribuições de dados e correlações entre variáveis. Para sustentar a investigação, e como abordagem complementar, foi proposta e concretizada uma análise de conteúdo a uma entrevista exploratória realizada ao diretor de informação do zerozero, numa perspetiva de enriquecer a investigação, possibilitando uma visão mais concreta e completa do caso em estudo. Foi utilizada uma grelha de análise categorial de modo a sistematizar a informação recolhida (Vala, 1986).

Em adição, com base em métodos qualitativos, o objetivo passou ainda por discutir os resultados com pontos de convergência/divergência/complementaridade, com base nos autores mencionados no enquadramento teórico da investigação.

4.5. Análise quantitativa

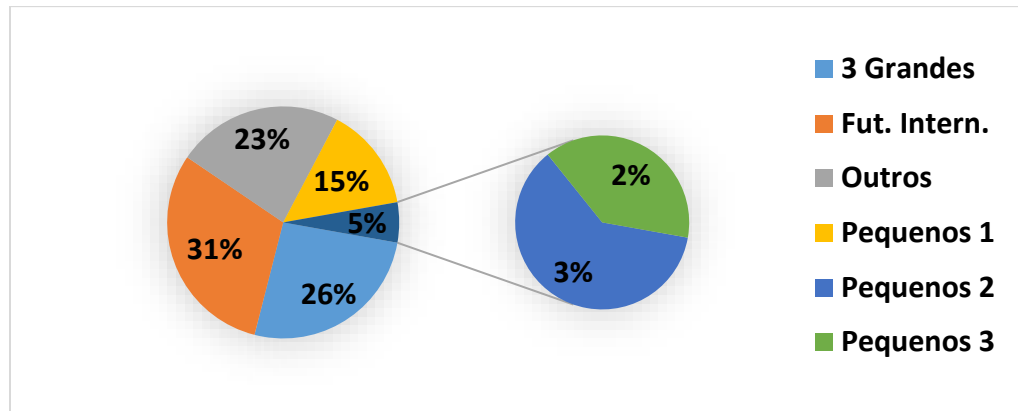


Gráfico 1 – Total de publicações por categoria, em percentagem

Como está representado no gráfico 1, existe – no panorama nacional – uma diferença significativa na cobertura mediática do zerozero. Enquanto os designados ‘três grandes’ clubes nacionais obtiveram um total 327 publicações (correspondente a 26 por cento de todas as publicações do zerozero), os restantes 15 clubes pequenos da Primeira Liga tiveram um total de 181 notícias, ou seja, 15 por cento da cobertura total do *website*.

Relativamente à cobertura realizada aos clubes do segundo escalão do futebol português, foi possível registar um total de 43 notícias (três por cento), sendo que, do terceiro escalão é possível anotar 27 publicações (dois por cento). Somando todos os clubes nacionais que tiveram cobertura no *website*, para além dos três grandes, a quantidade de notícias acresce para o valor total de 251 (cerca de 20 por cento): um número que, ainda assim, está distante do tratamento noticioso que os três grandes clubes obtiveram.

De sublinhar ainda que no panorama internacional é possível apontar um total de 381 notícias, o que corresponde a 31 por cento da cobertura mediática do zerozero. Algo que se justifica pelo facto de setembro ter sido um mês com um grande impacto em dois aspetos que o zerozero considera relevante para a sua cobertura mediática: mercado de transferências e ainda provas europeias. Na categoria classificada como “outros”, por fim, foram apontadas 290 publicações. E porque o ciberjornalismo vive numa “cultura do clique”, onde os números e métricas têm um

peso significativo nas redações, foram avaliadas quais as categorias que obtiveram maior influência nas visualizações (Christofolletti e Vieira, 2015, p.79).

Para uma melhor análise ao impacto da cobertura mediática realizada aos restantes clubes nacionais, para além dos três grandes, foram disponibilizados os números de visualizações às principais notícias do período em análise. Tendo em conta a dimensão da amostra – um total de 1249 artigos analisados -, foram recolhidas as 20 publicações com mais visitas no mês de setembro. A tabela 2 evidencia, posto isto, o *ranking* das notícias mais visitadas (ver anexo 14), de forma crescente – da primeira para a 20ª notícia mais lida -, com a categoria das notícias apresentada e o número das visitas no lado direito.

	Noticias mais vistas de setembro	Visitas
1	O mercado fechou, mas estes 20 craques ainda estão livres para assinar pelo seu clube [Futebol Internacional e Três Grandes]	282,078
2	Quer um jogador português e barato? Estes dez estão livres no mercado [Outros]	132,818
3	Lembra-se dele? Veio com rótulo de promessa para o Benfica e agora é uma máquina na MLS! [Três Grandes]	34,832
4	Van Dijk diz quem vai ser o seu sucessor: «Com 21 anos, eu não era tão bom» [Futebol Internacional]	32,213
5	Lembra-se do último Benfica x Juve? Há um resistente, reformados e um treina um rival [Três Grandes]	30,754
6	Mercado a mexer e plantéis a ganhar forma: um a um, os 18 da Liga Bwin [Três Grandes e Pequenos 1]	30,155
7	Rafa Silva anuncia retirada da seleção nacional [Três Grandes e Outros]	25,965
8	João Moutinho e Otávio de fora, Djaló e Pedro Neto chamados [Três Grandes e Outros]	21,718
9	O que foi isto? [Três Grandes]	19,455
10	Ainda é cedo para falar da estrelinha? [Três Grandes]	18,033
11	«Nunca fui boneco»: Paulo Machado largou a vida de treinador e voltou a jogar [Outros, Três Grandes e Pequenos 2]	17,734
12	Estava-se mesmo a ver, não estava? [Outros]	17,678
13	Se a convocatória fosse hoje, quem levava ao Mundial? [Outros]	16,200
14	É hora de ranking: Portugal chega mais perto de Países Baixos e França [Outros]	16,125
15	Que noite histórica em Turim! [Três Grandes]	15,078

16	Foi refugiado de guerra e vale muitos milhões: «Alertei clubes em Portugal, mas não deram atenção» [Futebol Internacional]	14,760
17	Ranking UEFA: Portugal é quem mais pontuou esta época no top-10! [Outros]	14,554
18	Chaves negocia médio com 42 internacionalizações [Pequenos 1]	14,442
19	Benfica choca todos no mercado, CR7 está finalmente resolvido e há muito mais [Três grandes e Futebol Internacional]	14,086
20	Portimonense garante guarda-redes que saiu do FC Porto e rescindiu com o Santa Clara [Pequenos 1 e Três Grandes]	13,787

Tabela 2 – Ranking das notícias mais lidas do mês de setembro de 2022

Ora, nas 20 notícias mais vistas do mês de setembro, os três designados grandes têm um total de 12 menções, enquanto os clubes designados pequenos têm quatro menções.

Para além disso, no *ranking* apresentado, 10 estão ligadas a publicações sobre seleções, artigos de análise do mercado de transferências ou ainda publicações sem ligação direta a um clube. Por fim, quatro das publicações mais vistas do mês de setembro estão associadas ao futebol internacional.

Os números, nas 20 notícias mais vistas no período em análise, expõem assim uma discrepância entre o número de visitas por categoria, pelo que, quatro notícias de equipas pequenas entraram no lote de notícias mais vistas. Em adição, as quatro notícias referenciadas – “Mercado a mexer e plantéis a ganhar forma: um a um, os 18 da Liga Bwin”, “«Nunca fui boneco»: Paulo Machado largou a vida de treinador e voltou a jogar”, “Chaves negocia médio com 42 internacionalizações” e “Portimonense garante guarda-redes que saiu do FC Porto e rescindiu com o Santa Clara” – são a sexta, 11ª, 18ª e 20ª notícia mais lida do mês, respetivamente.

A primeira mencionada atingiu as 30,155 mil visualizações, a segunda as 17,734 mil visualizações, a terceira 14,442 mil visualizações, enquanto a quarta – a menos visitada do *ranking* – atingiu as 13,787 mil visualizações.

Um sinal evidente de que, para além de não terem obtido uma grande cobertura mediática, os restantes clubes nacionais - para além dos três grandes - não acarretam um número de visitas significativo no topo de notícias mais lidas no *website*.

Importa ainda mencionar que, na 20ª notícia representada na tabela 2, um dos fatores que pode ter enviesado o número de visitas pode ter sido o facto de um dos “três grandes” ser referenciado, neste caso, o FC Porto: “Portimonense garante guarda-redes que saiu do FC Porto e rescindiu com o Santa Clara”, assim como a sexta notícia representada na tabela 2, uma vez que os três grandes são parte fundamental do lote das 18 equipas do campeonato português, e ainda a 11ª notícia representada na tabela, pelo facto da imagem que acompanha o artigo fazer referência ao facto do protagonista da história ser um ex-jogador do FC Porto, um dos três grandes.

Não esquecer que, segundo Pithan e Eichler (2020, p.78), os títulos têm o objetivo concreto de “obter cliques”, na medida em que o facto de incluir um elemento relacionado com uma equipa grande, que atrai mais visitas, pode ter influência. De resto, no *ranking* apresentado das 20 notícias mais lidas, nas quatro menções referentes às equipas designadas pequenas, três notícias têm um elemento associado a uma equipa grande no título apresentado.

Mas não só: no artigo número oito do *ranking* (“João Moutinho e Otávio de fora, Djaló e Pedro Neto chamados”), o título da notícia sublinha dois nomes associados aos designados “grandes”: o ex-jogador de FC Porto e Sporting João Moutinho, e ainda Otávio, jogador do FC Porto no momento da publicação da notícia.

No artigo número sete do *ranking* (“Rafa Silva anuncia retirada da seleção nacional”), o elemento-chave do título da publicação é um jogador do Benfica, apesar do interesse da notícia estar relacionado com a seleção nacional e não o clube. Para além disso, a 19ª e a primeira notícia mais visualizada contam com referências aos três clubes designados grandes, como forma de atrair o leitor. Analisando as notícias afetas aos “grandes”, no *ranking* revelado na tabela 1, a terceira notícia mais vista (“Lembra-se dele? Veio com rótulo de promessa para o Benfica e agora é uma máquina na MLS!”) está relacionada com o trajeto de um ex-jogador do Benfica, sendo que, um dos pontos mais importantes da notícia, está relacionado com o passado do jogador na equipa portuguesa.

A quinta notícia mais lida no *ranking* (“Lembra-se do último Benfica x Juve? Há um resistente, reformados e um treina um rival”) refere-se a um trabalho de reportagem em jeito de antevisão ao jogo entre Benfica – Juventus, a contar para a Liga dos Campeões.

A nona notícia (O que foi isto?) retrata a crónica de jogo entre FC Porto – Club Brugge, à semelhança da 10ª (“Ainda é cedo para falar da estrelinha?”), sendo a crónica de jogo do Benfica – FC Vizela e da 15ª notícia (“Que noite histórica em Turim!”), também uma crónica, desta feita, sobre o jogo entre Juventus – Benfica.

Para além da categorização das notícias foi analisado, dentro da cobertura nacional, quais os tipos de notícias associadas a cada categoria. Para tal efeito, foram divididos em três pontos: notícia ‘curta’, tratando-se de uma notícia que não tem tanta relevância para os editores e, por norma, dispensa de uma grande investigação pelo conteúdo representado; notícia ‘normal’, ou seja, uma notícia que constitui relevância para os editores e com, evidentemente, mais destaque que uma notícia curta exigindo um grau elevado de investigação.

Por fim, a notícia ‘destaque’, sendo considerada o tipo de conteúdo que acarretou, como o nome indica, maior destaque no *website* e maior nível de investigação por parte do jornalista. No fundo, são conteúdos que complementam informação com estatística/dados/curiosidades, entre outros aspetos que sejam intrigantes em termos jornalísticos e sejam merecedores do selo ‘destaque’. Exemplos disso são também entrevistas ou reportagens.

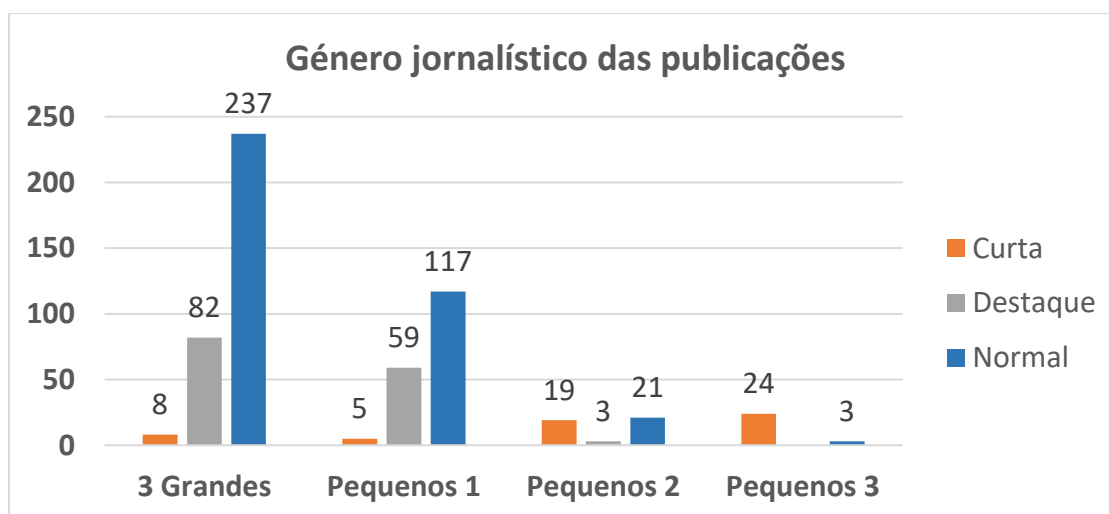


Gráfico 2 – Total de publicações por relevância jornalística, em cada categoria avaliada

Como é possível observar no gráfico 2, os ‘três grandes’ e os ‘pequenos 1’ mantêm uma proporção semelhante ao nível das publicações por relevância jornalística, não obstante, como referido previamente, existe um grande desnivelamento quantitativo. Nas 327 publicações referentes aos três grandes, 237 foram notícias normais, 82 foram destaque e apenas oito foram curtas. Nos pequenos 1, das 181 publicações, 117 foram normais, 59 foram destaque e apenas cinco foram curtas.

O desnível, neste parâmetro, é superior quando se realiza uma comparação com os ‘pequenos 2’ e os ‘pequenos 3’. Nos pequenos 2, 43 artigos foram publicados, sendo que 21 foram notícias normais, três foram destaque e 19 foram notícia curta. Nos pequenos 3, por fim, apenas três notícias foram de dimensão normal, nenhuma foi destaque e 24 foram notícias curtas.

Para ajudar a responder à pergunta de investigação e, de modo a compreender com maior profundidade a relevância mediática dada aos clubes designados pequenos, foi examinado, dentro da categoria ‘destaque’, o género jornalístico associado a cada categoria. Ou seja, dentro dos 82 destaques nos ‘três grandes’, os 59 destaques nos ‘pequenos 1’ e ainda os três destaques nos ‘pequenos 2’, foram apontados quais os géneros jornalísticos presentes.

Tal, permite ainda averiguar se existe um desnivelamento sob a perspetiva editorial. Isto é, se existem géneros jornalísticos que detêm maior atenção para alguma categoria em específico.

Para tal, foram categorizadas em seis géneros jornalísticos: Antevisão, Crónica, Entrevista, Figuras do Jogo, Reportagem e, por fim, outras peças, que designam os artigos que enunciam trabalhos que obrigaram a uma investigação mais profunda por parte do jornalista, articulando estatística com um texto informativo. Este tipo de peças são, por norma, parte essencial do zerozero, uma vez que o *website* se distancia dos restantes meios de comunicação pela base de dados forte que detém.

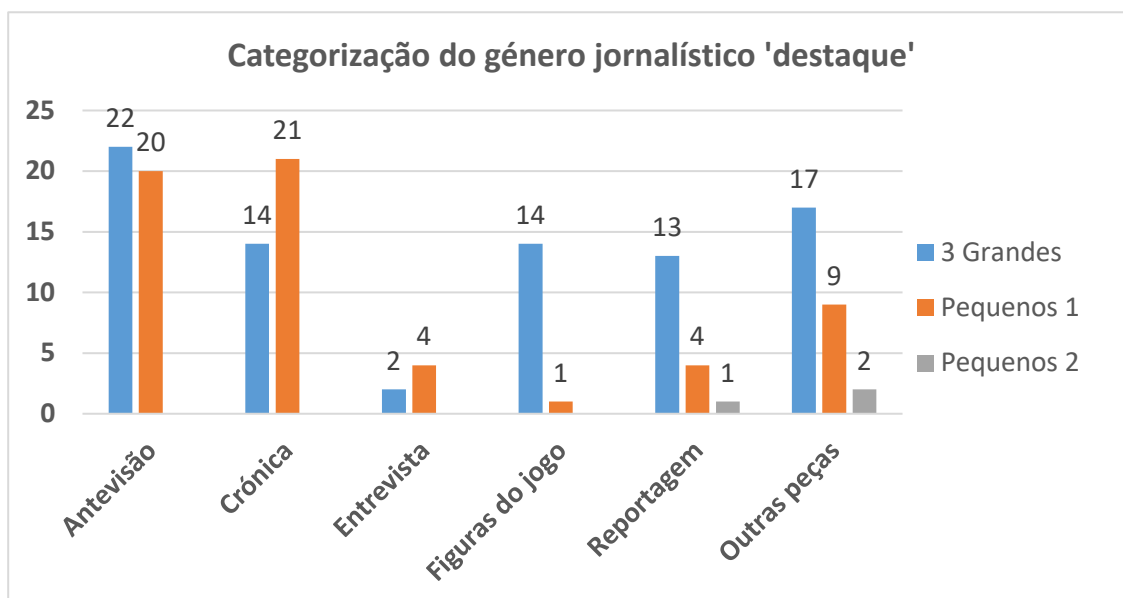


Gráfico 3 – Total de publicações por gênero jornalístico, nas notícias consideradas 'destaque'

Conforme o gráfico 3 ilustra, notícias do gênero 'antevisão' e 'crônica' são, proporcionalmente, transversais para os 'três grandes' e para os 'pequenos 1', contudo, os restantes parâmetros apresentam algumas discrepâncias. Por outro lado, os 'pequenos 2', apenas têm um total de três notícias do gênero 'destaque': uma reportagem e duas peças com o selo destaque.

O gênero jornalístico 'antevisão', por exemplo, teve um total de 22 notícias para os 'três grandes' e 20 para os 'pequenos 1', enquanto a Crônica teve um total de 21 para os 'pequenos 1' e 14 para os 'três grandes'. No gênero 'entrevista', por sua vez, os 'três grandes' tiveram um total de duas, enquanto os 'pequenos 1' tiveram quatro.

Nas 'Figuras do Jogo' houve um desnível notório: todos os jogos dos 'três grandes' tiveram direito a um artigo com 'figuras do jogo', enquanto o único clube que teve direito a esse artigo foi o SC Braga, que participou numa partida da Liga Europa durante o período em análise. Por sua vez, as 'reportagens' e 'outras peças' tiveram também maior peso na categoria dos 'três grandes'. Os 'três grandes' tiveram direito a 13 reportagens, enquanto os 'pequenos 1' e 'pequenos 2', em conjunto, tiveram um total de cinco. Por fim, nas 'outras peças', os 'três grandes' tiveram um total de 17 peças, enquanto os 'pequenos 1' e 'pequenos 2' obtiveram, no total, 11 publicações.

4.6. Análise da Entrevista

Durante o processo da entrevista exploratória a Luís Rocha Rodrigues, diretor de informação e jornalista do zerozero, foi definida a realização de uma análise de conteúdo da entrevista, dado o grau de profundidade e flexibilidade dos elementos de análise. Foi tendo em conta os dois conceitos fundamentais intimamente ligados às questões de investigação: o espaço mediático reduzido aplicado aos clubes designados ‘pequenos’ e a monopolização tripartida na cobertura mediática.

“O método das entrevistas está sempre associado a um método de análise de conteúdo. As entrevistas devem fornecer o máximo de elementos de informação e de reflexão, que servirão de materiais para uma análise sistemática de conteúdo que corresponda, por seu lado, às exigências de explicitação, de estabilidade e de intersubjetividade dos processos” (Quivy e Campenhoudt, 1995).

Optei por construir, como sugere Leite (2019), uma grelha de análise categorial organizada em três secções (categoria, subcategorias e citações relevantes). A categoria centrou-se no tema primordial da investigação, enquanto as subcategorias foram divididas de modo a sistematizar a informação mais relevante presente na entrevista. Foram definidas seis subcategorias e seis citações relevantes.

Categoria	Subcategoria	Citações Relevantes
Espaço mediático dos clubes designados ‘pequenos’	Desnível entre os clubes designados ‘pequenos’ e ‘grandes’	“A questão do desnível é muito subjetiva e que nós confundimos muitas vezes o que é cobertura e o que é notícia e é preciso ter as coisas bem assentes. Em termos de cobertura nós tentamos fazer uma cobertura global, contudo,

		não conseguimos porque ainda não temos condições para termos pessoas em cem por cento dos jogos.”
	Importância dos designados ‘pequenos’ na rentabilização financeira do zerozero	“Trabalhos com os clubes designados ‘pequenos’ são feitos por uma questão de reputação, para obteres uma boa relação com os clubes e para acarinhares alguns leitores. Mas não fazemos isso por uma questão de retorno financeiro.”
	Importância dos designados ‘grandes’ na rentabilização financeira do zerozero	“O clube em que eu fiz mais entrevistas foi o Rio Ave: entrevistei Nélon Monte, Carlos Mané, Carlos Vinícius, Luís Freire, entre outros. Mais recentemente, fiz uma entrevista ao Samaris [jogador do Rio Ave e ex-jogador do Benfica] e tenho a certeza absoluta de que o Samaris teve mais visualizações do que todas as outras juntas. Foi a única que, garantidamente, pagou o investimento”

	Conceito de monopolização tripartida na cobertura mediática	“É verdade que noventa e tal por cento procura um ou três clubes (...) Há mais notícias dos três clubes que estão mais acima e que por norma estão a lutar pelo título. E a luta pelo título é uma luta diferente das outras lutas. Não apenas pela importância maior que tem como também pelo interesse que isso suscita nas pessoas.”
	Solução mista	“Não nos podemos esgotar em dois fatores: um, ao fazer a cobertura mediática a clubes que têm muito mais procura e por isso só vamos fazer porque depois conseguimos retorno, ou dois, em termos de coerência só porque já fizemos ‘A’ então temos de fazer ‘B’. Não, eu penso que podemos encontrar um misto entre estes dois aspetos.”

Tabela 3 - Grelha de análise categorial

Vamos por partes. Em relação ao desnível entre os clubes designados ‘pequenos’ e os ‘grandes’, Luís Rocha Rodrigues refere que a cobertura realizada aos clubes designados ‘pequenos’ é um ponto de discussão “subjetivo” e reconhece que existe uma discrepância quando comparados com os ‘três grandes’. No entanto, segundo o diretor de informação do zerozero, o objetivo do meio de comunicação passa por realizar “uma cobertura global”.

Para o diretor de informação do zerozero, o desnível surge pela “questão noticiosa”, ou seja, advém do interesse da sociedade.

“Tem a ver com a questão noticiosa. Tem a ver com o interesse público. Tem a ver no fundo com os critérios de notícias. Há mais notícia dos três clubes que estão mais acima e que por norma estão a lutar pelo título. E a luta pelo título é uma luta diferente das outras lutas. Não apenas pela importância maior que tem como também pelo interesse que isso suscita nas pessoas.”, destaca Luís Rocha Rodrigues.

Algo que nos remete para os critérios de noticiabilidade desenvolvidos por Holbach (2010), sendo que, na categoria substantiva, o autor fala dos factos que são notícia e que não obrigam o jornalista a pensar se é ou não notícia. Ou seja, notícias que despertam o interesse da audiência, apenas e só pela informação. Algo que acontece com os três grandes e tópicos adjacentes. A título de exemplo, o diretor de informação aponta a diferença entre dois tipos de trabalho, que seguem critérios de noticiabilidade distintos. Por um lado, uma declaração de um ex-presidente do Sporting CP, clube designado ‘grande’, pelo que Traquina (2002) define o critério como “referência a pessoas de elite”, pela importância que o estatuto da pessoa acarreta na audiência. Por outro, uma entrevista/reportagem a um jogador que o mesmo autor define com “potencial de cobertura em imagem” e ainda “potencial de amplificação do acontecimento”. Em acréscimo, Cardoso (2016) considera fundamental desenvolver reportagens de forma a que o jornalista cumpra com a sua função social. Luís Rocha Rodrigues anota que a realização de uma reportagem/entrevista por parte do zerozero com clubes ‘pequenos’ trata-se de uma questão de reputação, uma vez que o retorno financeiro é escasso, ou não é suficiente para cobrir as despesas.

“Uma publicação sobre uma declaração do Bruno de Carvalho, durante o período em que foi presidente do Sporting, em que nós fazíamos em cinco minutos, tinha cinco vezes mais retorno do que irmos a Moreira de Cónegos realizar uma entrevista com um jogador. As pessoas não ligam a isso. E por isso, esses trabalhos com os clubes designados ‘pequenos’ são feitos por uma questão de reputação, para obteres uma boa relação com os clubes e para acarinhares alguns leitores. Mas não fazemos isso por uma questão de retorno financeiro.”, sublinhou o diretor de informação do zerozero.

Por sua vez, em relação aos ‘três grandes’, Luís Rocha Rodrigues destacou a sua importância no retorno financeiro e deu um exemplo sintomático disso.

“O clube em que eu fiz mais entrevistas foi o Rio Ave: entrevistei Néelson Monte, Carlos Mané, Carlos Vinícius, Luís Freire, entre outros. Mais recentemente, fiz uma entrevista ao Samaris [jogador do Rio Ave e ex-jogador do Benfica] e tenho a certeza absoluta de que o Samaris teve mais visualizações do que todas as outras juntas. Foi a única que, garantidamente, pagou o investimento.”, reforçou o diretor de informação do zerozero.

A força dos designados ‘grandes’ está, posto isto, presente de forma reveladora na cobertura mediática do zerozero. Algo que evoca o conceito de monopolização tripartida mediática: a ideia de que os três designados ‘grandes’ – FC Porto, SL Benfica e Sporting – absorvem toda a atenção mediática (Barradas, 2017, p.46). De resto, este conceito de monopolização tripartida acaba por ser corroborado por Coelho e Tiesler (2006), que assinalam a popularidade e a influência dos ‘grandes’ ao nível social, pelos valores que incorporam na sociedade.

Como referido, falar em futebol implica falar em sociedade e, em Portugal, a modalidade tornou-se fundamental no quotidiano, principalmente a paixão pelos clubes como aponta o autor Zocca (2017, p.8), que revela mesmo que existem benefícios para o cidadão apoiar um determinado clube, uma vez esse afeto pode “transcender o pessoal” e colocar o cidadão numa posição de “elevação social”. Partindo deste princípio, apoiar um clube de menor dimensão coloca o cidadão num patamar social inferior. Assim sendo, a maioria opta por apoiar três clubes, o que acaba por ter efeitos diretos na cobertura mediática do zerozero.

Luís Rocha Rodrigues, sobre a influência dos ‘três grandes’ na sociedade, admite alguma “preocupação” porque torna o futebol “mais desinteressante” e coloca as pessoas mais “fanáticas”. Apesar disso, o diretor de informação acredita que pode existir uma mudança.

Uma posição que Quintela (2022, p.205) concorda, sendo que os três principais clubes exercem uma força que lhes confere um grau de tolerância e inoperância únicos na sociedade portuguesa.

“A força que os “três grandes” representam permite-lhe, por vezes, um grau de tolerância e inoperância por parte das mais variadas instituições, inexistentes face a outros sectores de atividade. A transversalidade nos diversos domínios da sociedade, os milhões que movimentam, a paixão que despertam, a visibilidade e audiências que proporcionam ajudam a explicar” (Quintela, 2022, p.205).

Trata-se assim de uma cobertura mediática assente nos ‘três grandes’ e no interesse que se gera a partir daí. Algo sustentado pelas raízes históricas da sociedade portuguesa. Em adição, os ‘três grandes’ fazem parte da lista de clubes mais antigos em Portugal, sendo o FC Porto, por exemplo, o mais antigo (fundado em 1893).

Uma sociedade que, no fundo, trata os três clubes de forma exclusiva e que contam com os alicerces dos mais variados estratos da sociedade portuguesa, desde políticos, jornalistas, editores de jornais, comentadores, entre outros. No fundo, o espaço mediático que os ‘pequenos’ assumem no zerozero é reduzido, sendo até possível estabelecer uma analogia à teoria do heliocentrismo, onde os ‘três grandes’ surgem como o sol e tudo o resto gira à volta disso.

O diretor de informação do zerozero sublinha assim a influência da sociedade e o peso das visualizações na cobertura do *website*, enfatizando, no entanto, que é preciso existir um balanço e procurar uma solução “mista”.

“Não nos podemos esgotar em dois fatores: um, ao fazer a cobertura mediática a clubes que têm muito mais procura e por isso só vamos fazer porque depois conseguimos retorno, ou dois, em termos de coerência só porque já fizemos ‘A’ então temos de fazer ‘B’. Não, eu penso que podemos encontrar um misto entre estes dois aspetos.”, afirmou Luís Rocha Rodrigues.

Gama e Dadalto (2009) concordam com esta perspetiva, na medida em que a construção social da notícia está dependente de “circunstâncias objetivas”, mas também de “influências subjetivas do quotidiano”.

Luís Rocha Rodrigues acrescentou ainda que este balanço também pode ser positivo para as pessoas afetas aos três clubes, ao passo que o objetivo do “produto zerozero”, passa por ser “mais homogéneo e abrangente”. Para tal, segundo o diretor, é imperioso ter mais presença nos eventos desportivos. Um ponto que converge com a ideia de Cardoso (2016), sendo que, estar presente no local dos acontecimentos confere credibilidade ao meio de comunicação e também ao jornalista.

No seguimento deste argumento, Luís Rocha Rodrigues refere que o jornalismo desportivo está a passar por um fenómeno onde “há cada vez menos presença jornalística nos estádios e em eventos, como por exemplo as conferências de imprensa”, sendo algo que reforça a importância de estar presente nos eventos desportivos, de modo a que o zerozero consiga marcar a diferença no jornalismo desportivo. Para concluir, o panorama mediático entre clubes – ‘grandes’ e ‘pequenos’ – apresenta-se desnivelado e a possibilidade de captar a audiência de certos nichos pode ser um fator diferenciador para o zerozero em relação aos restantes meios de comunicação. Mais não seja, pelo facto de existir um “potencial de personalização” em cada história relatada sobre um tópico associado a uma equipa ‘pequena’. Luís Rocha Rodrigues, apesar disso, reforça que o objetivo do zerozero passa por ter uma cobertura “global”. Não obstante, numa sociedade tripartida, e como mencionado previamente, o desafio é grande em cobrir clubes ‘pequenos’ e obter retorno financeiro sem que a única motivação para a realização de uma peça mais trabalhada seja a “reputação”. Como tal, e tendo em conta estes aspetos mencionados, o diretor de informação do zerozero destaca que o objetivo não passa por cativar audiências específicas, ou criar nichos, sendo a única exceção a criação do programa, em formato televisivo e transmitido nas redes sociais do zerozero, o “4 à grande”, que procura evidenciar três clubes designados ‘pequenos’, para além dos três ‘grandes’.

“Com o ‘4 à grande’ vamos efetivamente buscar determinados nichos. Ninguém pode contrariar que há três clubes que têm a esmagadora maioria da representatividade de adeptos e a seguir é

tudo um bocado mais híbrido (...) Portanto, essa representatividade faz-nos acreditar, e até por ser um produto que não existia, que podíamos ir buscar um nicho interessante.”, referiu Luís Rocha Rodrigues.

Em relação ao futuro do paradigma da cobertura mediática associada aos ‘clubes pequenos’, Luís Rocha Rodrigues assume que os meios de comunicação têm responsabilidades em promover um desnível entre os ‘três grandes’ e o ‘resto’, mas também considera ser uma questão “profunda” e que exige uma “mudança institucional”.

“Não é fundamental que haja uma mudança de mentalidades, pois esta mudança só virá com uma mudança também de atitude institucional. Nós vemos um futebol cada vez mais descredibilizado, com cada vez maiores suspeitas de corrupção e de jogos de bastidores. Portanto, tudo isto faz com que as pessoas se desinteressem pelo futebol em si. O futebol está cada vez mais à medida dos fanáticos e cada vez menos à medida das pessoas que têm interesse no futebol simplesmente. Tem de existir uma mudança de mentalidade, mas só com regras, com leis, com uma perseguição clara a quem não consegue comportar-se no futebol. A comunicação social, neste aspeto, tem um papel importante para alertar para isso, mas também não vai conseguir mudar o mundo.”, destacou o diretor de informação do zerozero.

Santos (2015) acredita, por outro lado, que o papel social do jornalista não passa apenas por informar, mas também “modificar a realidade”. Cardoso (2016), à semelhança de Luís Rocha Rodrigues, considera que a imprensa tem um papel importante na formação do cidadão.

Para finalizar, os dados captados do período em análise coincidem com os conceitos apontados pelos autores no enquadramento teórico e, assim sendo, é possível concluir e ratificar que as ‘equipas pequenas’ são tratadas com uma importância inferior aos ‘três grandes’, sendo colocadas para segundo plano, uma vez que as principais fontes de rendimento advêm dos três designados ‘grandes’.

Ainda assim, um dos pontos fundamentais da entrevista, passa por aferir que o entrevistado admite que um dos principais objetivos do zerozero, num futuro próximo, é conseguir uma cobertura mediática global, com o devido tratamento jornalístico de uma forma uniforme e homogénea.

5. Considerações finais

Em relação à principal questão de investigação – “Qual o espaço para os designados clubes pequenos na cobertura mediática do zerozero?” – os dados permitem verificar um fenómeno que existe no zerozero e que espelha a sociedade do ponto de vista cultural, no que concerne o futebol, pelo que, a primeira hipótese, “Os clubes designados ‘pequenos’ têm um espaço mediático pouco significativo e limitado no zerozero, sendo que tal acaba traduzido em números”, confirma-se. Algo possível de verificar através da análise quantitativa, apesar do diretor de informação do zerozero assumir que o objetivo do meio de comunicação passa por procurar uma “cobertura global”. De resto, em Portugal, estes resultados obtidos não são surpreendentes, na medida em que a maioria dos adeptos apoiam FC Porto, SL Benfica ou Sporting. Um aspeto a ter em conta na cobertura mediática de um meio de comunicação especializado em desporto, uma vez que a grande maioria da população se foca num leque restrito de clubes, o que leva a um afunilamento muito grande da informação para esses clubes.

A segunda hipótese, “A cobertura mediática realizada aos clubes designados ‘pequenos’ tende a não se concentrar em artigos de maior relevância, tais como peças destaque”, também se confirma. De resto, os dados reforçam isto mesmo, acima de tudo, nos artigos dedicados aos clubes designados ‘pequenos’ do segundo e terceiro escalão. Nos ‘pequenos’ do primeiro escalão, a proporção é semelhante aos três grandes, apesar do desnível quantitativo.

Posto isto, a principal questão de investigação acaba por entroncar na segunda questão, “Existe uma monopolização tripartida na cobertura mediática do zerozero?”. Com base na recolha dos dados e na análise da entrevista foi possível concluir que existe uma monopolização tripartida.

Ao observar a totalidade de publicações por categoria, os “três grandes”, que representam 26 por cento da totalidade das notícias, detêm quase tantas notícias como todos os clubes internacionais (31 por cento da totalidade das notícias). Contudo, este aspeto não diminui a evidência da monopolização tripartida na cobertura mediática, visto que, os designados ‘grandes’ têm um volume de notícias superior aos restantes 15 clubes do primeiro escalão (15 por cento), assim como aos restantes 18 clubes do segundo escalão (três por cento) e 24 clubes da terceira

divisão (dois por cento). Um dado que é reforçado através da amostra recolhida sobre as 20 notícias mais vistas do período em análise, onde também é possível notar que os três designados ‘grandes’ têm um número superior de menções (12), enquanto a categoria “futebol internacional” tem quatro, as mesmas que os clubes designados ‘pequenos’. Algo que indica o poder dos designados ‘grandes’ na cobertura mediática do zerozero, na medida em que, até nos artigos onde o enfoque não é direcionado para um clube ‘grande’, é utilizado o fator clube ‘grande’ para garantir uma audiência maior.

Por fim, ao analisar a dinâmica entre clubes ‘pequenos’ e ‘grandes’ foi possível discernir que não só existe mais artigos dedicados aos ‘três grandes’, como também existe mais conteúdo com maior nível de trabalho e profundidade dedicados aos três principais clubes, o que comprova o desnível entre clubes, ao nível nacional. Luís Rocha Rodrigues realça que tal acontece porque “há mais notícias dos três clubes que estão mais acima e que por norma estão a lutar pelo título”, sublinhando que tal suscita maior interesse nas pessoas.

O que confirma a hipótese, “A tendência de oferecer maior destaque às notícias associadas aos clubes designados ‘grandes’ está relacionada com a procura por maiores audiências e visualizações”.

Isto, também, porque a audiência tem um peso significativo nos critérios editoriais do zerozero e dos meios de comunicação especializados em desporto, pois existe, efetivamente, uma relação direta entre sociedade – imprensa.

6. Conclusão: limitações do estudo e perspetivas futuras

Para concluir, torna-se pertinente destacar algumas das limitações do estudo, assim como perspetivas e sugestões para futuras investigações.

Em relação à metodologia adotada, a utilização de um método misto (quantitativo e qualitativo) permitiu estabelecer um ponto de comparação entre os números obtidos e a análise qualitativa realizada (através da entrevista), procurando uma harmonização entre as duas técnicas. No entanto, para possíveis investigações futuras, seria interessante adotar os dois métodos,

adicionando ainda a administração de um questionário para entender a perspectiva da audiência sobre os conceitos formulados na problemática, o que também seria de valor, de modo a refletir sobre uma eventual mudança de paradigma no jornalismo desportivo. Isto porque a sociedade e a imprensa estão intimamente ligadas. Em acréscimo, a análise ficaria mais rica e permitia uma visão mais concreta da realidade de quem consome jornalismo desportivo.

A administração de um questionário “consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativo de uma população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou a questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto de interesse” (Quivy e Campenhoudt, 1995, p.188).

Será interessante também, para investigações futuras, continuar a desenvolver sobre o espaço mediático dos clubes designados ‘pequenos’, para conseguirmos ter uma perceção mais abrangente sobre os diversos meios de comunicação, para além dos jornais especializados em desporto.

Por fim, apesar das questões de partida terem sido respondidas, seria pertinente a recolha de dados num espaço de tempo mais alargado, tendo sido uma evidente limitação na realização da investigação.

7. Referências bibliográficas

Abiahy, A. C. (2005). O jornalismo especializado na sociedade da informação.

<https://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahy-ana-jornalismo-especializado.pdf>

Amaral, M. O. (2021). *O peso do noticiário internacional nos jornais televisivos da RTP1 e a importância da rede de correspondentes*. <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/14015>

Amaral, P. A. M. D. (2021). *Mercado de notícias: Uma análise ao tratamento informativo durante o mercado de transferências de futebol em Portugal*.

<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/23822>

Barbosa, E. (2003). *Jornalistas e público: novas funções no ambiente on-line. Informação e Comunicação Online, 1*.

https://labcom.ubi.pt/ficheiros/20110829-fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf#page=113

Barradas, A. P. M. (2017). *Jornal Record: o destaque concedido aos' clubes pequenos'*. <http://hdl.handle.net/10400.21/8041>

Bueno, T., & Reino, L. S. A. (2019). *O que muda e o que permanece na estrutura dos títulos de jornais na Internet? Comunicologia-Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília, 105-122*. <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/10844>

Cardoso, M. (2016). *Jornalismo Especializado em Esportes: uma discussão para ampliar conceitos e autores. Trabalho apresentado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo (Vol. 5)*. <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1761-1.pdf>

Carvalho, F. P. (2022). *O Jornalismo desportivo enquanto uma enquanto uma forma híbrida de jornalismo: o caso do zerozero*. <https://run.unl.pt/handle/10362/135576>

Castells, M. (2015). *A comunicação na era digital. O poder da comunicação*. São Paulo: Paz e Terra.

Christofolletti, R., & de Souza Vieira, L. (2015). *Métricas, ética e “cultura do clique” no jornalismo online brasileiro: o caso de resistência do não fo.de.*

<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/11346>

Coelho, J. N., & Tiesler, N. C. (2006). *O paradoxo do jogo português: a onnipresença do futebol e a ausência de espectadores dos estádios. Análise social*, 519-551.

<https://www.jstor.org/stable/41012281>

Conceição, R. M. D. (2014). *Claques de futebol em Portugal: os discursos nas redes sociais.* <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/15388>

Dalfovo, M. S., Lana, R. A., & Silveira, A. (2008). *Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. Revista interdisciplinar científica aplicada*, 2(3), 1-13.

<https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/rica/article/view/17591>

David, A. R. L. (2020). *Condições de sustentabilidade de um jornal online.*

<https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/31350>

Ferreira, G. B. (2011). *Jornalismo Público e Deliberação: Funções e limites do jornalismo nas democracias contemporâneas. estudos em comunicação*, 9, 61-79.

<https://www.ec.ubi.pt/ec/09/pdf/EC09-2011Mai-04.pdf>

Ferreira, P. M. S. (2017). *O Jornalismo Desportivo em Portugal: O Caso Record.*

<https://www.proquest.com/openview/d52fe424d55860bea0ea49d556463dc5/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>

Gama, R. M., Dadalto, M. C., & Velha, C. U. V. (2009). *A notícia como construção social no universo jornalístico. Biblioteca on-line de ciências da comunicação.* <http://bocc.ufp.pt/pag/velha-dadalto-gama-noticia-como-construcao-social.pdf>

Henriques, T. R. C. (2014). *Jornalismo Desportivo em Portugal: Notícia ou Especulação? Análise das Fontes nos Diários "O Jogo", "A Bola" e "Record".*

<https://www.proquest.com/openview/25b527b85764fda5a64f95d49e47fc3b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>

Holbach, D. F. (2010). *Critérios de Publicabilidade: como os critérios de noticiabilidade são utilizados ou readaptados pela Revista Superinteressante*. *Anagrama*, 4(2), 1-13. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-1689.anagrama.2010.35495>.

Ijuim, J. K. (2009). *A responsabilidade social do jornalista e o pensamento de Paulo Freire*. Em *questão*, 15(2), 31-43. <https://www.redalyc.org/pdf/4656/465645961003.pdf>

Latas, R. I. (2017). *A hegemonia do futebol no jornalismo desportivo: estudo de caso: A Bola TV*. <http://hdl.handle.net/10400.21/8066>

Leite, D. A. D. C. (2019). *A (im) parcialidade do jornalismo desportivo em Portugal*. <http://hdl.handle.net/10071/19383>

Lima, H., & Sousa, J. P. (2012). *A teoria da noticiabilidade de Nelson Traquina aplicada a periódicos portugueses do século XVII: os casos da Gazeta e do Mercúrio Português*. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/79832/2/76953.pdf>

Marques, F., Gonçalves, & L. I., Kroth, M. E. (2013). *Os critérios de noticiabilidade do jornalismo especializado: a revista Tatame e a tematização do MMA feminino*. <https://www.portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-0162-1.pdf>

Martins, H. F. C. (2020). *Jornalismo desportivo na era digital: o caso do Zerozero.pt*. <http://hdl.handle.net/10400.26/31349>

Martins, L. M. C. (2017). *Jornalismo desportivo Online: o que preferem os leitores do Maisfutebol?* <http://hdl.handle.net/10362/21373>

Marvão, R. S. P. (2023). *Estratégias de comunicação digital: o caso da Puravita no Instagram*. <http://hdl.handle.net/10400.26/43608>

Mello, C. P. (2021). *A Máquina do Ódio*. Lisboa, Quetzal Editores.

Morse, J. M. (2016). *Mixed method design: Principles and procedures* (Vol. 4). Routledge.

- Neves, A. F. S. V. D. (2022). *Modelo de sustentabilidade no jornalismo digital: a reestruturação do modelo de negócio do Jornal de Notícias*. <http://hdl.handle.net/10362/141084>
- Nunes, A. B., & Valério, N. (1996). Contribuição para a História do Futebol em Portugal. <http://hdl.handle.net/10400.5/907>
- Pithan, L. H., Kalsing, J., & Eichler, V. A. (2020). *Percepção de jornalistas a respeito do trabalho sob a influência de métricas de audiência*. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 17(1), 75-85. <https://www.researchgate.net/profile/Liana-Haygert-Pithan-2/publication/342299904>
- Quintela, J. L. (2022). *Comunicação e futebol: Os “Três Grandes” do futebol Português*. *Observatorio (OBS*)*, 16(4), 185-210. <http://dx.doi.org/10.15847/obsobs16420222147>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1995). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva Publicações.
- <https://tecnologiamidiaeinteracao.files.wordpress.com/2018/09/quivy-manualinvestigacao-novo.pdf>
- Ribeiro, V. F. (2019). *Jornalista-Robot: produção automática de conteúdos de texto como apoio ao jornalismo desportivo*. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/121340/2/343759.pdf>
- Rocha, P. M. (2008). *A importância da formação do profissional jornalista e sua relação com o meio ambiente social no século XXI*. *Biblioteca Online das Ciências da Comunicação (BOCC)*, Universidade Fernando Pessoa. <https://www.bocc.ubi.pt/pag/rocha-paula-importancia-da-formacao-do-jornalista.pdf>
- Santos, D. D. C. D. (2015). *Desentorpecer a razão - o papel social do jornalismo na concepção da política de "guerra às drogas"*. <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/1716>
- Saraiva, M. M. (2019). *Jornalismo Desportivo: Mulheres (in)visíveis quando a bola rola*. <http://hdl.handle.net/10400.6/9722>.

- Targino, M. D. G. (2009). *Jornalismo cidadão: informa ou deforma? Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT)*. <http://livroaberto.ibict.br/handle/1/792>
- Tavares, C. (2020). *Expectativa de Audiência” como valor-notícia: uma análise a partir da experiência dos jornalistas da Gazeta do Povo*. <https://doi.org/10.5209/esmp.65342>
- Tavares, F. D. M. B. (2007). *O jornalismo especializado e a especialização periodística. Estudos em Comunicação, (5)*. <https://www.ec.ubi.pt/ec/05/html/tavares/>
- Tavares, F. D. M. B. (2007). *Percursos entre o Jornalismo e o Jornalismo Especializado. VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul*.
- Tuzino, Y. M. M. (2009). *Crónica: uma Intersecção entre o Jornalismo e Literatura*. <https://www.bocc.ubi.pt/pag/tuzino-yolanda-uma-interseccao.pdf>
- Vala, J. (1986). A Análise de conteúdo. In Silva, A. & Pinto, J. (orgs), *Metodologia das ciências sociais*. Porto: Afrontamento. pp. 507-535
- Vinagre, A. G. L. (2015). *A influência das audiências no jornalismo online: o caso do “Observador”*. <http://hdl.handle.net/10362/16275>
- Zamith, F. (2005). *Pirâmide invertida na cibernotícia: a resistência de uma técnica centenária. Prisma. com: Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC, n. º 1, Outubro 2005, p. 175-192*. <https://hdl.handle.net/10216/26186>
- Zocca, R. O. (2017). *Casas dos Clubes*. <http://hdl.handle.net/10400.6/6679>

8. Anexos

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=11322&page=19> (anexo 1 - pequeno segmento de notícia)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=389916> (anexo 2 - notícia de dimensão ‘curta’)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390364> (anexo 3 - notícia ‘normal’)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393380> (anexo 4 – revista de imprensa)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426956> (anexo 5 – fontes)

<https://www.zerozero.pt/noticia.php?id=436481> (anexo 6 - entrevista)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421513> (anexo 7 - reportagem)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=459025> (anexo 8 – destaque)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424274> (anexo 9 - crónica)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=420168> (anexo 10 - figuras do jogo)

<https://www.zerozero.pt/video.php?id=1173775> (anexo 11 – conferência de imprensa)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424613> (anexo 12 – antevisão)

Lista de links do conteúdo produzido durante o período do estágio curricular no zerozero, por ordem cronológica e o tipo de conteúdo associado – notícia normal, curta ou destaque (Anexo 13)

David Veiga antevê Everton: «Somos profissionais e temos que nos habituar a este tipo de situações»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=389916> [Notícia curta]

UEFA investiga comportamentos racistas no Paris SG x Juventus

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=389936> [Notícia normal]

Rúben Amorim não tem dúvidas: «A responsabilidade está claramente do lado do Tottenham»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390012> [Notícia normal]

Conceição e a opinião de Olsen: «É um bocado música para os ouvidos»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390023> [Notícia normal]

Conte sobre Amorim: «Tenho um grande respeito, está a mostrar ser um grande treinador»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390055> [Notícia normal]

Alô? É a LaLiga? Aqui vai o quarto classificado!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390062> [Notícia curta]

Governo propõe medidas de forma a garantir transparência no desporto

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390080> [Notícia normal]

De promessa no futebol para prodígio no ciclismo: eis a história épica de Remco Evenepoel!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=389987> [Notícia normal com selo destaque]

RDT fala em «campanha desproporcional de ataques pessoais» após saída do Espanyol

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390313> [Notícia normal]

Marquinhos impressionado com Vitinha: «É magnífico ter um jogador que se adapta tão rápido»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390364> [Notícia normal]

Potter justifica saída do Brighton para o Chelsea: «O desafio era demasiado grande para recusarmos»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390384> [Notícia normal]

Atenção, FC Porto: Atlético Madrid derrotado em Leverkusen

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390399> [Notícia normal]

Kherson fora da Liga dos Campeões: SL Benfica com novo adversário (Modalidades – Andebol)]

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390684> [Notícia normal]

Para quem pensou que ia ser um passeio...

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390663> [Notícia normal]

Insólito! Nakajima entrou, jogou dois minutos e foi expulso

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=391776> [Notícia curta]

Entre colocar a sexta ou meter um travão

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=391711> [Notícia normal – selo antevisão]

E você, o que fazia com 15 anos? Ethan Nwaneri estreou-se na Premier League e anotou marca histórica

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=392114> [Notícia normal – selo destaque]

Histórico recente de goleadas na Luz e o pior arranque desde 1964: eis o Marítimo 22/23

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=392576> [Notícia normal]

Um SC Braga sem travão: Artur Jorge consegue o melhor registo desde 2012

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=392643> [Notícia normal]

Exemplo bom: Casa Pia autorizou adeptos famalicenses na bancada central

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=392860> [Notícia normal]

Fabio Vieira já encanta todos no Arsenal: «Ele vem de Portugal e joga pelo Arsenal...»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=392908> [Notícia normal]

Keita Baldé suspenso por infração durante controlo antidoping

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=392924> [Notícia normal]

Ristic ausente da convocatória da Sérvia: selecionador fala em «decisão lógica»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=392947> [Notícia normal]

Berlusconi admite «intervir diretamente nas táticas» do Monza

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393033> [Notícia normal]

Lewandowski acredita na Bola de Ouro e explica: «O caminho é mais curto no Barça do que no Bayern»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393096> [Notícia normal]

Remessa de craques com fato do Gala, mas... «Sérgio Oliveira pode vir a ser o mais valioso»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390588> [Notícia normal – selo destaque]

Lembra-se dele? Veio com rótulo de promessa para o Benfica e agora é uma máquina na MLS!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393165> [Notícia normal – selo destaque]

Adversário do Sporting na Liga dos Campeões renova com médio

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393193> [Notícia normal]

Clima hostil na Juventus, com Bonucci a ser o visado: «Nunca foi um líder e nunca o será»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393273> [Notícia normal]

Equipa de arbitragem lusa em partida da Liga das Nações

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393318> [Notícia normal]

Fim de uma era? Espanhóis dizem que Busquets vai sair... e apontam um português para a sucessão

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393380> [Notícia normal]

Exigências de Messi ao Barcelona em 2020 foram divulgadas e clube pondera agir judicialmente

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393446> [Notícia normal]

Foi refugiado de guerra e vale muitos milhões: «Alertei clubes em Portugal, mas não deram atenção»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393061> [Reportagem]

Depois dos irmãos Gasol, Espanha tem nova dupla de sucesso: eis os hermanos Hernangómez!
[Modalidade – Basquetebol]

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393337> [Notícia normal – selo destaque]

Bryan Ruiz marca reencontro com o Twente para o último jogo da carreira

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393462> [Notícia normal]

Reformulação na Supertaça Europeia poderá envolver vencedor...da MLS

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393529> [Notícia normal]

Manafá recorda lesão: «É preciso ter muita força mental para ultrapassar isso»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393542> [Notícia normal]

Mark Noble, lenda do West Ham, vai assumir cargo de diretor desportivo

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393583> [Notícia normal]

Sarabia recorda ida para o Sporting: «Havia um treinador que não confiava completamente em mim»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393607> [Notícia normal]

Alexander Bah feliz no Benfica, mas admite: «Poderia ter ido ganhar mais dinheiro noutros lados»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393636> [Notícia normal]

Eustáquio e a adaptação: «Num clube maior, como o FC Porto, tens de assumir o risco»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393721> [Notícia normal]

«Mesmo em jogos grandes, contra FC Porto ou Sporting, os meus amigos na Alemanha não notavam»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393730> [Notícia normal]

Samu Costa renova com o Almería até... 2029!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393792> [Notícia normal]

Reggie Cannon enfrenta paragem de um mês

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=394231> [Notícia normal]

Sub-19 somam terceira vitória consecutiva e vencem torneio na Sérvia

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=394365> [Notícia curta]

Sub-17: Portugal vence Noruega nos penáltis e conquista Syrenka Cup

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=394935> [Notícia curta]

Pinto da Costa: «Estamos em fim de ciclo? Estão enganados»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=394946> [Notícia normal]

O arranque do Braga, por quem já fez história: «Tem que lutar para ser campeão»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=392958> [Notícia normal – selo destaque]

Atenção, Sporting: proprietário do Marselha abandona presidência do clube

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=395145> [Notícia normal]

Insólito! Dani Alves nega lesão comunicada pelo próprio clube

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=395161> [Notícia curta]

Werner faz história, Dortmund e Union Berlin tropeçam e Freiburg aproveita

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=395476> [Notícia normal]

Pinto da Costa comenta estado financeiro do FC Porto: «Estamos assoberbados de impostos e sem ajuda estatal»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=395590> [Notícia normal]

Volte-face à special one

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=395566> [Notícia normal]

Rafael Leão marca e assiste na reviravolta do AC Milan

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=395677> [Notícia normal]

Após a chuva em Manchester... uma seca total em Leeds

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=396032> [Notícia normal]

Benedetto brilha e FC Porto consegue reviravolta diante UD Oliveirense [Modalidade – Hóquei em Patins]

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=398369> [Notícia normal]

Jorge Braz rejeita facilitismos e aponta para «o início de uma nova caminhada» [Modalidade – Futsal]

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=398397> [Notícia normal]

André Silva brilha na vitória do Leipzig, mas Jota também faz das suas

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=398401> [Notícia normal]

Guerreiro fez estragos na despedida de Lopetegui; City voltou a esmagar

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=398448> [Notícia normal]

Boas notícias para Rúben Amorim: Coates e Jovane Cabral treinam sem limitações

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=398897> [Notícia normal]

Diogo Costa eleito o guarda-redes da jornada na Liga dos Campeões

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=398934> [Notícia normal]

O fim de uma era: Lionel Messi aponta Catar como o seu último Mundial

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=398965> [Notícia normal]

Dia de renovações no Benfica: do guarda-redes Samu ao irmão de João Félix

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=398981> [Notícia normal]

Jorge Jesus vence e segue no topo do Grupo B, mas o destaque da noite vai para um menino de 17 anos

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=399003> [Notícia normal]

Armada lusa dos Wolves volta a cair e continua no fundo da Premier League

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=400434> [Notícia normal]

Vítor Campelos: «Vamos defrontar um adversário valoroso como o SC Braga, mas temos qualidade»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=400441> [Notícia normal]

Para o Sporting ver: Marselha perde em casa perante o aflito Ajaccio

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=400608> [Notícia normal]

United vence, mas o frasco de Ronaldo continua vazio

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=398995> [Notícia normal]

O recado de Bruno Lage: «Com um ponta de lança no 'onze' nunca perdemos»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=399006> [Notícia normal]

Conceição: «O Taremi está bem e é voluntarioso, às vezes até demasiado»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=400651> [Notícia normal]

Ao estilo de Conte, Tottenham supera sensação Brighton

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=400636> [Notícia normal]

Atenção, Benfica: Paris SG empatou e não marcou qualquer golo diante o Reims

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=400670> [Notícia normal]

Fábio Silva regressou aos golos na reviravolta do Anderlecht

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=401244> [Notícia curta]

Sorriso rasgado e azzurro no topo da Serie A

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=401455> [Notícia normal]

CR7(00) reencontra-se com os golos e United vence

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=401871> [Notícia normal]

Tiquinho Soares foi herói e Luís Castro volta a vencer

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=402118> [Notícia normal]

700 vezes Ronaldo: eis os números de mais um registo do astro português

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=402216> [Notícia normal]

O fim do estado de graça? Eis os números da série negativa do SC Braga

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=402839> [Notícia normal]

Aubameyang não poupa nas críticas a Arteta: «Não consegue lidar com grandes personalidades, grandes jogadores»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=402996> [Notícia normal]

O pódio nas costas da experiência e na cabeça dos Mattias

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=403117> [Notícia curta]

No Haaland, no party: City empata e perde os primeiros pontos no Grupo G

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=403648> [Notícia normal]

André Silva assistiu e a máquina alemã começa a carburar

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=403668> [Notícia normal]

Roger Schmidt: «Nunca desistimos, nunca temos medo, estou muito orgulhoso»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=403804> [Notícia normal]

Médio do Vilafranquense suspenso por documentos fraudulentos e falsas declarações

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=404021> [Notícia normal]

Presidente colchonero admite que João Félix «ainda não está adaptado»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=404041> [Notícia normal]

Abram alas para o líder! Tottenham tremeu, mas superou o Frankfurt

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=404113> [Notícia normal]

Francisco Conceição entrou e mexeu, mas Ajax continua num caminho Blind

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=404106> [Notícia normal]

Rúben Amorim: «O Esgaio nunca estará desprotegido e nunca será abandonado pelo treinador»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=404189> [Notícia normal]

SC Braga goleia Stoke City e soma primeira vitória na Premier League Internacional Cup

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=404156> [Notícia curta]

Portugal alcança a melhor posição de sempre no feminino!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=404438> [Notícia normal]

Dois jogadores do FC Porto na equipa da semana da Liga dos Campeões

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=404465> [Notícia normal]

O ponto do conforto: Bétis apura-se, Roma depende apenas de si

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=404497> [Notícia normal]

A raça, o grito de guerra e a alma poveira que já fez cair o Sporting: «'Malta, eles aqui não vão entrar mais!」»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=403630> [Reportagem]

Faltou um Rayo de inspiração

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=405004> [Notícia curta]

Odysseas Vlachodimos eleito o melhor guardião da Liga em setembro

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=406860> [Notícia normal]

Fantasmas voltam a assombrar: eis os números do momento negativo do Sporting

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=406793> [Notícia normal]

Bola de Ouro é anunciada hoje: há um favorito e quatro portugueses nos nomeados

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=406983> [Notícia normal]

Rafael Leão à frente de Ronaldo na lista da Bola de Ouro: eis as posições dos lusos

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=407273> [Notícia normal]

Roma de Mourinho vence e está em posição de Champions

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=407331> [Notícia normal]

Benzema é o vencedor da Bola de Ouro 2022

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=407145> [Notícia normal]

Yaremchuk e Cebolinha ainda rendem dinheiro aos cofres encarnados: eis os valores

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408635> [Notícia normal]

Sérgio Conceição e o Benfica: «Uma equipa recheada de bons valores, assim como o FC Porto»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408669> [Notícia normal]

Carlos Pinto despedido do Al-Jabalain

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408682> [Notícia curta]

Ronaldo saiu mais cedo do jogo e Nani equaciona: «Talvez precisou de ir à casa de banho»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408697> [Notícia normal]

Ricardo Rodrigues fuzilou e Alverca regressou às vitórias

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408842> [Notícia curta]

Jorge Jesus sorri nas cavalitas de Rossi e o Fenerbahçe é líder isolado

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408869> [Notícia normal]

C'est David da Costa: Lens vence em Marselha e salta para o segundo posto

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408910> [Notícia normal]

Alcateia lusa dos Wolves vive novo pesadelo e continua no fundo da tabela

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408958> [Notícia normal]

Griezmann espantoso e Rui Silva desastroso: Atleti vence e alcança o pódio

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408982> [Notícia normal]

Nem Mourinho mete um travão neste super-Nápoles

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=409010> [Notícia normal]

Anderlecht, de Fábio Silva, anuncia despedimento do treinador

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=409580> [Notícia curta]

O campeão ajudado pelo eterno rival, a corrida perdida e uma despedida inglória: eis o final épico na Argentina!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=409060> [Notícia normal – selo destaque]

CEO do Shakhtar exige Irão fora do Mundial 2022 e coloca Ucrânia como substituta

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=410021> [Notícia normal]

Colley guiou a Sampdoria para a primeira vitória da época

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=410612> [Notícia curta]

Mi casa, su Hasa: Benfica cai com estrondo na Youth League

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=411632> [Notícia normal]

Quique Setién é o sucessor de Unai Emery no Villarreal

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=411804> [Notícia normal]

Uma derrota doce: Real perde, mas está apurado; Mudryk decisivo na Escócia

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=411823> [Notícia normal]

Roger Schmidt: «Este era o primeiro objetivo, estou muito aliviado»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=411885> [Notícia normal]

Futre pede reconciliação entre Fernando Santos e Rafa: «Tentem limar os problemas por Portugal»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=412060> [Notícia normal]

Inter vence e confirma-se: Barcelona cai para a Liga Europa

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=412148> [Notícia normal]

O verdadeiro Carrasco colchonero esteve na baliza: que final épico!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=412196> [Notícia normal]

Remontada em Almería com dedo português

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=413044> [Notícia normal]

Golaço de Rúben Neves salva um ponto para o Wolves

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=413117> [Notícia normal]

Mitrovic falhou, falhou... e o Fulham de Marco Silva não escapou ao nulo

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=413356> [Notícia normal]

Gameiro marca nos descontos e Marselha volta a tropeçar na Ligue 1

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=413557> [Notícia normal]

Final de loucos e 'fora de horas' termina com empate em Vila Verde

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=413923> [Notícia curta]

André Sousa é reforço do Vilafranquense

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=414090> [Notícia normal]

Mais uma goleada e uma certeza: Jesus pode dormir no topo da Liga Turca

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=414116> [Notícia normal]

Ineficácia e Lacazette: os dois pesadelos de Paulo Fonseca

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=414209> [Notícia normal]

Vitória SC rescinde contrato com técnico da equipa B

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=414245> [Notícia curta]

Ajax não ativa opção de compra e promessa neerlandesa regressa à Juventus

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=414684> [Notícia curta]

Técnico do Frankfurt quer uma «resposta boa» e admite: «A derrota por 3-0 contra o Sporting foi inesperada»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=414870> [Notícia normal]

Gonçalo Paciência refere «fase menos boa do Sporting» e aponta: «Eintracht vai ganhar por 2-1»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=414893> [Notícia normal]

A travessura Taremi para o terror de Simeone

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415011> [Notícia normal – selo figuras do Jogo]

Sporting na Liga Europa; Frankfurt e Tottenham seguem em frente: eis os apurados

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415070> [Notícia normal]

Carlos Carvalhal bem encaminhado para assumir Celta de Vigo

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415136> [Notícia normal]

Sporting revela lesão de Nuno Santos

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415311> [Notícia normal]

Sammy Ofer stadium é o palco do Maccabi Haifa e tem ligação a Famalicão: eis o porquê

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415342> [Notícia normal] – selo destaque]

À atenção de Fernando Santos: Real goleou, mas o golo da noite foi para Jota

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415461> [Notícia normal]

Nuno Mendes marcou e PSG ganhou, mas segundo lugar foi o que ficou

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415502> [Notícia normal]

Formado no FC Porto, capitão na Liga 3 e faz stand-up comedy: «Não posso ter medo do ridículo»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=408714> [Reportagem]

CR7, Figo e... André Silva: avançado junta-se a uma lista ilustre de portugueses na Champions

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415742> [Notícia normal]

SC Covilhã anuncia duas rescisões de contrato

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415798> [Notícia curta]

Robinho vê extradição negada pela Justiça brasileira

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415811> [Notícia normal]

Foi preciso sofrer, mas Mourinho segue em frente na Liga Europa

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=415906> [Notícia normal]

Presidente do Rio Ave recorda época da subida: «Foi chocante em algumas situações ver aquelas imagens»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=416025> [Notícia normal]

Pepa descreve experiência «única» na Arábia Saudita: «Até um cântico com o meu nome criaram»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=416038> [Notícia normal]

Emoção, muitos golos e invencibilidade quebrada: Paredes vence Sanjoanense

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=416080> [Notícia curta]

FC Porto iguala Juve e está perto de um top-5 especial da Liga dos Campeões

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=416105> [Notícia normal]

Fenerbahçe volta a vencer e Jorge Jesus cimenta liderança

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418193> [Notícia normal]

CEO do Inter reage ao sorteio: «O FC Porto, no papel, é muito favorável»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418210> [Notícia normal]

Julian Weigl: «Ter ido para o Benfica não foi dar um passo atrás»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418239> [Notícia normal]

Nápoles continua invencível; Udinese, de Beto, falha assalto europeu

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418502> [Notícia normal]

AC Milan volta a tropeçar e vê o Nápoles cada vez mais confortável na liderança

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418593> [Notícia normal]

Caso Byron Castillo com ponto final: TAS impõe sanções, mas Equador vai jogar no Mundial

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418530> [Notícia normal]

Académico evita surpresas e segue em frente na Taça

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418778> [Notícia normal]

Mourinho não aproveita tombo Gli Orobici e falha assalto aos lugares de Champions

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418864> [Notícia normal]

André Silva brilha antes do Mundial; Leverkusen vence e vive melhor período da época

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=419841> [Notícia normal]

Eles não estão para brincadeiras: Magpies vencem Chelsea e cimentam terceiro posto

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=420059> [Notícia normal]

Galeno nas nuvens da Invicta

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=420168> [Notícia normal – selo figuras do Jogo]

Só uma bomba explodiu com o Berço

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=420366> [Notícia normal – selo crónica]

Tunísia divulga lista de convocados para o Mundial: veja aqui

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=420979> [Notícia normal]

«Foi Cristiano Ronaldo que me pediu a entrevista»: mais pormenores do divórcio em Manchester

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421010> [Notícia normal]

Os números de Portugal para o Mundial: Félix, Bruno Fernandes e Nuno Mendes são as novidades

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421325> [Notícia normal]

Selecionador do Gana fala em jogo «decisivo» diante Portugal e destaca: «Podemos causar danos»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421365> [Notícia normal]

Galeno abre as portas à seleção portuguesa: «Se tivesse essa chance, daria o meu melhor»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421397> [Notícia normal]

Ronaldo refere «geração incrível de Portugal» e não tem dúvidas: «Temos equipa para ganhar»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421411> [Notícia normal]

Lionel Messi expõe os favoritos e confessa: «Não acredito que jogue muito mais»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421424> [Notícia normal]

Árbitro do campeonato francês morre durante um treino

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421487> [Notícia normal]

Raphael Varane comenta situação de Cristiano Ronaldo: «É claro que nos afeta»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421621> [Notícia normal]

Mural de Cristiano Ronaldo removido de Old Trafford

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421644> [Notícia normal]

Taremi sobre o Mundial: «Não é realista dizer que um jogador pode fazer tudo sozinho»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421774> [Notícia normal]

À atenção de Portugal: Gana vence Suíça e mostra sinais positivos para o Mundial

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421791> [Notícia normal]

«Guardiola aceitava treinar o Brasil, mas o salário era insustentável»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421834> [Notícia normal]

Elche, último classificado da La Liga, anuncia novo treinador

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421882> [Notícia curta]

Rui Jorge e a renúncia de Fábio Carvalho: «Pensei que ele fosse ligar e que pudéssemos conversar...»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421870> [Notícia normal]

Elanga defende posição de Ronaldo e admite: «Não mudei a minha opinião»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=422124> [Notícia normal]

Camarões aquece os motores com empate diante Panamá

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=422132> [Notícia curta]

Arábia Saudita: Falcões Verdes procuram história em habitat de boa memória

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418146> [Notícia normal]

Dose Dusan guia vitória tranquila da Sérvia antes do Mundial

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=422143> [Notícia normal]

Um refresh de ideias que promete

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=418784> [Notícia normal]

Sambar com o Hexa no ouvido

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=420919> [Notícia normal]

Herói do jogo inaugural já fugiu da polícia durante um jogo: eis o acontecimento bizarro de Valencia

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=422646> [Notícia normal]

Boas notícias para Fernando Santos: Pepe treina sem limitações

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=422777> [Notícia normal]

Richarlison e a reforma: «Vou comprar uma ilha e ficar sozinho lá com um monte de mulheres»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=422821> [Notícia normal]

FC Porto regressa aos trabalhos com três novidades da equipa B

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=422972> [Notícia normal]

Suplentes de luxo e uma chuva de golos: eis os números da goleada inglesa

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=423034> [Notícia normal]

162 golos sofridos, crianças desmotivadas e ganância vizinha: «Quem tudo tem, tudo terá sempre»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=421513> [Reportagem]

Filipe Rocha deixa mensagem ao Benfica: «Não vamos só para defender»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424054> [Notícia normal]

Diogo Costa torna-se o guardião mais jovem de sempre pela seleção em fases finais

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424068> [Notícia normal]

Fernando Santos: «Ninguém pode sofrer golos que vieram do nada»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424078> [Notícia normal]

Ronaldo e o golo histórico: «Um momento muito bonito, no meu quinto Mundial»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424099> [Notícia normal]

Clube K arranca a todo gás nas competições europeias (Modalidades – Voleibol)

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424106> [Notícia normal]

Águias vencem e alimentam sonho europeu

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424101> [Notícia normal]

Mais duas pedras no sapato

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424274> [Notícia normal – selo crónica]

Erguer do tombo e derrubar a muralha Ochoa

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424244> [Notícia normal – selo antevisão]

Otávio e Nuno Mendes continuam fora das opções

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424370> [Notícia normal]

Xavi não esconde desejo de ter Endrick: «Tomara que seja nosso jogador»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424409> [Notícia normal]

Messi e Enzo: os génios que dão vida à Argentina

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424452> [Notícia normal – selo crónica]

Tata Martino: «Enquanto houver uma possibilidade, vamos tentar sempre»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424496> [Notícia normal]

Clássico terminou empatado e leões sobem na tabela

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424652> [Notícia normal (Modalidades – Andebol)]

Sem Neymar, o pombo volta a voar?

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424613> [Notícia normal – selo antevisão]

Flick mostra-se orgulhoso e Neuer destaca: «O mais importante é que ainda estamos vivos»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424718> [Notícia normal]

Ex-adjunto de Gerrard é o novo técnico do Rangers

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=424998> [Notícia normal]

Bruno Fernandes a fazer lembrar CR7: médio participou em 80% dos golos lusos

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425024> [Notícia normal]

Afinal, quem é o Super-Homem das invasões? Eis a história de Mario Ferri

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425134> [Notícia normal – selo destaque]

Amorim: «O meu filho é um bocadinho sportinguista. O pai também já o é»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425179> [Notícia normal]

Mundial tão proveitoso? Desde 2006 que não se via algo assim

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425026> [Notícia normal]

Carvalhal lembrou Braga, ofereceu vinhos e teve uma promessa: «Se ganhares a Taça...»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425195> [Notícia normal]

Benfica deu boa réplica, mas voltou a cair na Champions League

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425184> [Notícia normal (modalidades – Voleibol)]

Robert Page: «Não fiquem desapontados, vamos construir o futuro desta equipa»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425218> [Notícia normal]

Ronaldo e mais três baixas no treino da seleção nacional

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425282> [Notícia normal]

Socceroos de dimensão Mundial: eis os números da qualificação australiana

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425297> [Notícia normal]

Ben White é dispensado pela Inglaterra e não joga mais no Mundial

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425316> [Notícia normal]

Foi preciso um golden set, mas AJM FC Porto está nos 16 avos

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425324> [Notícia normal (Modalidades – Voleibol)]

Clube K aplica chapa 3 e segue em frente na CEV Challenge Cup

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425325> [Notícia normal (Modalidades – Voleibol)]

Vizela confirma rescisão de Álvaro Pacheco e justifica com «divergências de opiniões»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425329> [Notícia normal]

Com objetivo cumprido FC Porto perde nos Países Baixos

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425378> [Notícia normal (modalidades – Basquetebol)]

Tem sangue luso, um passado em Barcelos e fez história no Mundial: eis Stéphanie Frappart

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425543> [Notícia normal – selo destaque]

João Moutinho, defesa oriundo da MLS, oficializado no Spezia

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425578> [Notícia curta]

Foi presságio coreano: último desastre do Uruguai foi há 20 anos... na Coreia

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425603> [Notícia normal]

Manter os pés assentes na terra

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=425575> [Notícia normal – selo antevisão]

Taça da Liga: quem passou e quem foi eliminado? Veja as contas de cada grupo

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426114> [Notícia normal – selo destaque]

A noite também foi de Perisic: faturou e entrou na história Vatreni

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426135> [Notícia normal]

Selecionador do Japão: «Vencemos dois campeões mundiais, esta é uma nova era»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426144> [Notícia normal]

Em 84 anos apenas houve quatro massacres em 45 minutos e o Brasil... esteve em dois

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426154> [Notícia normal]

Joshua Patton de regresso ao Sporting, sete meses depois

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426167> [Notícia normal (modalidades – Basquetebol)]

Um penálti falhado, duas expulsões e um empate na estreia de Tulipa

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426179> [Notícia normal]

Mbappé: «Sei que a federação poderá ser multada, mas eu próprio pagarei a coima»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426267> [Notícia normal]

Mbappé ausente do treino a quatro dias do jogo contra a Inglaterra

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426276> [Notícia normal]

Gilardino, ex-internacional italiano, assume comando técnico do Genoa

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426285> [Notícia curta]

Mais um técnico luso no Brasileirão: Renato Paiva no Bahia

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426293> [Notícia normal]

O panenka de Hakimi e a frieza de Bono: Marrocos faz história no Mundial

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426299> [Notícia normal]

Em Mundiais não há como ele: Pepe tornou-se o mais velho a marcar em fases a eliminar

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426310> [Notícia normal]

Histórico! Gonçalo Ramos junta-se a três portugueses e atinge marca de Eusébio

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426317> [Notícia normal]

Boa disposição de Bruno e Otávio sobre exibição de Ramos: «O Otávio quer que ele saia do Benfica»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426336> [Notícia normal]

Shaqiri surpreendido com novo sistema; Yakin responde: «Não foi uma mudança assim tão grande»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426341> [Notícia normal]

Bono e Hakimi: os heróis marroquinos que têm ligação estreita com La Roja

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426368> [Notícia normal]

Ten Hag sobre Ronaldo: «Nunca me disse que queria sair e sabia as consequências da entrevista»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426659> [Notícia normal]

Neemias anotou duplo-duplo em nova derrota dos Stockton Kings

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426666> [Notícia normal (modalidades – Basquetebol)]

Cristiano Ronaldo volta a começar no banco

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426673> [Notícia normal]

Rui Costa deixa garantia: «Em janeiro não irá sair nenhum jogador»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426670> [Notícia normal]

Absolutamente histórico! Marrocos é a primeira seleção africana nas meias-finais de um Mundial

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426683> [Notícia normal]

Selecionador de Marrocos: «Era preciso escrever história por África»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426693> [Notícia normal]

Revelada a bola oficial para as meias e final com «tecnologia inédita» para auxílio do VAR

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426727> [Notícia normal]

Selecionador croata comenta qualificação Argentina: «Mostraram que são vulneráveis»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426729> [Notícia normal]

José Gomes próximo de regressar ao comando técnico do Marítimo

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426732> [Notícia normal]

Despedida sem euforia da Allianz Cup: Vilafranquense e B SAD empatam a zero

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426734> [Notícia normal]

Dois golos em dois minutos deixou tudo igual: Damaiense e SC Braga empatam

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426753> [Notícia curta]

Freddy Adu revela vontade de voltar a jogar e recorda Benfica: «Jogava melhor do que Di María»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426804> [Notícia normal]

Novo seleccionador espanhol deixou garantia: «Sou um grande fã dos veteranos, não fecho portas»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426818> [Notícia normal]

A estratégia de Marrocos e a ironia: «Tiki taka? Se tiveres jogadores como o Bernardo Silva...»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426925> [Notícia normal]

Diogo Costa reage à eliminação lusa: «Erros ninguém os quer cometer...»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426825> [Notícia normal]

Deschamps e os adeptos marroquinos: «Fazem muito barulho, mas os meus jogadores estão avisados»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426941> [Notícia normal]

António Silva eleito o melhor defesa de outubro e novembro na Liga Bwin

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426949> [Notícia normal]

Eustáquio falou em «geração de ouro» lusa, mas... «Marrocos merece estar na meia-final»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426981> [Notícia normal]

Marítimo ataca mercado: três jogadores negociados, um deles do FC Porto

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426956> [Notícia normal]

Já viu algo assim? Pioneers tentam 111 triplos num jogo e fazem história na NCAA

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426963> [Notícia normal – selo destaque (Modalidade – Basquetebol)]

Enzo Fernández eleito o melhor médio de outubro e novembro na Liga Bwin

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=427097> [Notícia normal]

Modric e Kovacic atiram-se à arbitragem: «Assinalou um penálti ridículo»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=427106> [Notícia normal]

Técnico do Al Nassr sobre Ronaldo: «Foi uma telenovela e uma grande publicidade»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=427113> [Notícia normal]

Federação belga publica anúncio de emprego... para contratar novo selecionador

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=427122> [Notícia normal]

Presidente do Corinthians arrasa Vítor Pereira: «Enganou toda a gente»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=427161> [Notícia normal]

Confirma-se o regresso: José Gomes é o novo treinador do Marítimo

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=426745> [Notícia normal]

Justiça europeia defende UEFA e FIFA contra Superliga: «Ameaça o ecossistema do desporto europeu»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=427292> [Notícia normal]

Theo Hernández encara final com otimismo: «Messi não nos assusta»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=427307> [Notícia normal]

Mundial de Clubes de 2023 vai disputar-se em Marrocos

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=427479> [Notícia normal]

Renê Santos é reforço do Marítimo

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=427570> [Notícia normal]

O lado sombrio do cool e estiloso american Venezia: «Uma treta! Desapegou os adeptos do clube»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=422908> [Reportagem]

Lista dos links das notícias mais vistas do período de análise, setembro de 2022, por ordem crescente (Anexo 14):

O mercado fechou, mas estes 20 craques ainda estão livres para assinar pelo seu clube

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=385057>

Quer um jogador português e barato? Estes dez estão livres no mercado

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=385061>

Lembra-se dele? Veio com rótulo de promessa para o Benfica e agora é uma máquina na MLS!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393165>

Van Dijk diz quem vai ser o seu sucessor: «Com 21 anos, eu não era tão bom»

<https://www.zerozero.pt/news.php/news.php?id=394283>

Lembra-se do último Benfica x Juve? Há um resistente, reformados e um treina um rival

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=387891>

Mercado a mexer e plantéis a ganhar forma: um a um, os 18 da Liga Bwin

<https://www.zerozero.pt/news.php?nchapter=99&id=371410>

Rafa Silva anuncia retirada da seleção nacional

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=392946>

João Moutinho e Otávio de fora, Djaló e Pedro Neto chamados

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390918>

O que foi isto?

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390424>

Ainda é cedo para falar da estrelinha?

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=385160>

«Nunca fui boneco»: Paulo Machado largou a vida de treinador e voltou a jogar

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=394350>

Estava-se mesmo a ver, não estava?

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=394667>

Se a convocatória fosse hoje, quem levava ao Mundial?

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=394865>

É hora de ranking: Portugal chega mais perto de Países Baixos e França

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=391179>

Que noite histórica em Turim!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=390457>

Foi refugiado de guerra e vale muitos milhões: «Alertei clubes em Portugal, mas não deram atenção»

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=393061>

Ranking UEFA: Portugal é quem mais pontuou esta época no top-10!

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=388295>

Chaves negocia médio com 42 internacionalizações

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=388443>

Benfica choca todos no mercado, CR7 está finalmente resolvido e há muito mais

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=384569>

Portimonense garante guarda-redes que saiu do FC Porto e rescindiu com o Santa Clara

<https://www.zerozero.pt/news.php?id=384772>

Entrevista exploratória ao jornalista e diretor de informação do zerozero Luís Rocha Rodrigues (Anexo 15):

Existe um desnível, do ponto de vista da cobertura mediática, entre ‘pequenos’ e ‘grandes’ no zerozero?

Luís Rocha Rodrigues: A questão do desnível é muito subjetiva e que nós confundimos muitas vezes o que é cobertura e o que é notícia e é preciso ter as coisas bem assentes. Em termos de cobertura nós tentamos fazer uma cobertura global, contudo, não conseguimos porque ainda não temos condições para termos pessoas em cem por cento dos jogos. Em relação aos três grandes tem a ver com a questão noticiosa. Tem a ver com o interesse público. Tem a ver no fundo com os critérios de notícias. Há mais notícia dos três clubes que estão mais acima e que por norma estão a lutar pelo título. E a luta pelo título é uma luta diferente das outras lutas. Não apenas pela importância maior que tem como também pelo interesse que isso suscita nas pessoas.

O que é que o zerozero pode ganhar em cobrir equipas de menor dimensão?

Luís Rocha Rodrigues: Primeiro, ganha coerência. Ao cobrir a competição como um todo, ganha-se coerência. Como exemplo, tens o SC Braga que, sendo um clube designado ‘pequeno’ e que tem menor procura por parte do público, está nas competições europeia e penso que, por uma questão de coerência, faz sentido nós acompanharmos o SC Braga à semelhança do que fazemos com os ‘três grandes’. Não nos podemos esgotar em dois fatores: um, ao fazer a cobertura mediática a clubes que têm muito mais procura e por isso só vamos fazer porque depois conseguimos retorno, ou dois, em termos de coerência só porque já fizemos ‘A’ então temos de fazer ‘B’. Não, eu penso que podemos encontrar um misto entre estes dois aspetos.

Como é possível encontrar esse misto?

Luís Rocha Rodrigues: Nós estamos a assistir a um fenómeno no jornalismo desportivo em que há cada vez menos investimento por parte dos meios de comunicação e também há cada vez menos presença jornalística nos estádios e em eventos, como por exemplo as conferências de imprensa. Posto isto, o nosso objetivo passa por marcar presença nos acontecimentos e procurar

por fazer diferente. Isto é, em termos de reportagem acrescentar sempre um pouco mais e não nos limitarmos a fazer a cobertura ‘normal’ de como foi o jogo.

Como é que o zerozero pode estimular outras audiências?

Luís Rocha Rodrigues: Nós procuramos uma escala maior. Ou seja, nós não queremos trabalhar mais o Vitória SC para termos mais adeptos do Vitória SC, por exemplo. Nós queremos trabalhar o produto como um todo e tratá-lo da melhor maneira possível em termos também jornalísticos, porque acreditamos que depois isso vai fazer com que as pessoas também venham cá procurar pela competição.

Isso parte da ideia inerente que vivemos numa sociedade tripartida, no que aos adeptos diz respeito?

Luís Rocha Rodrigues: É verdade que noventa e tal por cento procura um ou três clubes, mas o produto não se esgota aí e até vejo como uma oportunidade. Um adepto do SL Benfica, Sporting CP ou FC Porto não precisa do zerozero do ponto de vista jornalístico, mas precisa muito da base de dados, porque em termos jornalísticos têm uma infinidade de oferta. Os clubes ‘pequenos’ não têm. Eu considero que nós equilibramos mais do que um jornal ou um canal de televisão, o que nos permite ir buscar todos os outros nichos e ao mesmo tempo oferecer a muitos adeptos dos ‘três grandes’ mais para além dos três clubes. Isto faz com que o nosso produto seja mais homogéneo e abrangente.

O que é que tem sido feito para diminuir essa clivagem?

Luís Rocha Rodrigues: Nós tentamos cada vez mais estar presentes nos eventos e às vezes tem a ver com o sentido de oportunidade. Por exemplo, já abdicamos de ir a um evento de maior mediatismo, como era um treino aberto do Benfica na antecâmara de um jogo da Liga dos Campeões, para ir a um jogo da Primeira Liga entre duas equipas ‘pequenas’. Prefiro fazer uma cobertura mediática de futebol do que de ter pessoas a falar de futebol.

Em relação a um caso mais específico: o que procura o zerozero com a criação do programa “4ª à grande”?

Luís Rocha Rodrigues: No fundo, aí vamos efetivamente buscar determinados nichos. Ninguém pode contrariar que há três clubes que têm a esmagadora maioria da representatividade de adeptos e a seguir é tudo um bocado mais híbrido. Nós, olhando para o panorama atual, temos vários clubes que podem rivalizar entre si, mas, do ponto de vista mediático, optamos pelo Boavista, Vitória SC e SC Braga.

Uma sociedade que divide a sua paixão por três clubes pode ter influência?

Luís Rocha Rodrigues: Nos últimos anos, sinto que as pessoas são cada vez mais fanáticas e cada vez mais fechadas nesses três clubes e acho que o futebol se torna mais desinteressante assim. Portanto, olho para a situação com alguma preocupação, embora também acredite que estamos a passar por uma fase de mudança, em que vão existindo cada vez menos adeptos apenas e só afetos aos ‘três grandes’. As pessoas, se calhar, vão procurar alternativas porque há um ambiente muito hostil em torno do futebol, principalmente nos ‘três grandes’.

Como é que isto afeta o zerozero?

Luís Rocha Rodrigues: Até um bocado difícil dizer-te porque nós já fomos quase criados assim. Sinto é que há um desinteresse crescente por artigos premium, ou seja, artigos muito trabalhados. Claro que uma grande história é sempre uma grande história, mas cada vez há menos pessoas a ler entrevistas, porque as pessoas cada vez mais têm o tempo contado. Não é fácil fazer esta gestão de frustração pelo que se investe em coisas diferenciadas.

Isso também acontece com os clubes? Dos ‘três grandes’ para o ‘resto’?

Luís Rocha Rodrigues: Completamente, desde que eu trabalho aqui, o clube em que eu fiz mais entrevistas foi o Rio Ave, onde entrevistei Nelson Monte, Carlos Mané, Carlos Vinícius, Luís Freire, entre outros. Mais recentemente, fiz uma entrevista ao Samaris [jogador do Rio Ave e ex-jogador do Benfica] e tenho a certeza absoluta de que o Samaris teve mais visualizações do que todas as outras juntas. Foi a única que, garantidamente, pagou o investimento.

Uma notícia estar associada a um clube grande já por si só acaba por cativar mais audiências?

Luís Rocha Rodrigues: Uma publicação sobre uma declaração do Bruno de Carvalho, durante o período em que foi presidente do Sporting, em que nós fazíamos em cinco minutos, tinha cinco vezes mais retorno do que irmos a Moreira de Cónegos realizar uma entrevista com um jogador. As pessoas não ligam a isso. E por isso, esses trabalhos com os clubes designados ‘pequenos’ são feitos por uma questão de reputação, para obteres uma boa relação com os clubes e para acarinhares alguns leitores. Mas não fazemos isso por uma questão de retorno financeiro.

Reflexão final sobre o futuro dos meios de comunicação e sobre o paradigma: vamos continuar a ter uma sociedade tripartida e que papel têm os meios de comunicação em mudar esse aspeto?

Luís Rocha Rodrigues: Obviamente que os órgãos de comunicação social têm culpas no cartório e precisam de se modernizar saber fazer face às novas necessidades e aos novos hábitos das pessoas, mas isto é uma questão muito mais profunda. Não é fundamental que haja uma mudança de mentalidades, pois esta mudança só virá com uma mudança também de atitude institucional. Nós vemos um futebol cada vez mais descredibilizado, com cada vez maiores suspeitas de corrupção e de jogos de bastidores. Portanto, tudo isto faz com que as pessoas se desinteressem pelo futebol em si. O futebol está cada vez mais à medida dos fanáticos e cada vez menos à medida das pessoas que têm interesse no futebol simplesmente. Tem de existir uma mudança de mentalidade, mas só com regras, com leis, com uma perseguição clara a quem não consegue comportar-se no futebol. A comunicação social, neste aspeto, tem um papel importante para alertar para isso, mas também não vai conseguir mudar o mundo.

Anexo 16 – Avaliação qualitativa do orientador de estágio



Avaliação qualitativa de estágio

Eu, Ricardo Lestre, jornalista com a carteira profissional número 7791 e atual Editor do zerozero, analiso o desempenho do estagiário Diogo Vidal da Silva com tremenda satisfação. O Diogo estagiou no zerozero entre o dia 12 de setembro de 2022 e o dia 20 de dezembro de 2022.

Apesar de algumas dificuldades num período inicial, na adaptação aos horários e na velocidade do desempenho das tarefas, como um meio de comunicação online assim o exige, o Diogo revelou-se capaz de superar os obstáculos e exibiu uma evolução notória. Foi também capaz de contribuir positivamente para um ambiente de equipa saudável e descontraído, sempre com a consciência profissional presente.

Ao longo dos quatro meses, o Diogo realizou uma grande variedade de matérias jornalísticas, mostrando criatividade, ambição, exigência e um grande espírito autocrítico. Entre os trabalhos realizados, destaco a reportagem “Foi refugiado de guerra e vale muitos milhões: «Alertei clubes em Portugal, mas não deram atenção»”, sobre o jogador Garang Kuol. Com esta reportagem, foi possível observar a capacidade do Diogo construir uma história, contactando uma fonte próxima do atleta.

Para finalizar, destaco o empenho, a atenção e o cuidado do Diogo no desempenho das tarefas, enquanto estagiário no zerozero. Com a sua dedicação, organização e predisposição para aprender, o Diogo tem todas as condições para ser um grande profissional na área.

Pelo Editor do zerozero,