

As Conquistas das Modalidades no Jornalismo de Desporto e a Supremacia do Futebol: Estudo de Caso da Imprensa Diária Desportiva Portuguesa

The Achievements of Sports Modalities in Sports Journalism and the Supremacy of Soccer: A Case Study of the Portuguese Daily Sports Press

Los Logros de las Modalidades Deportivas en el Periodismo Deportivo y la Supremacía del Fútbol: Un Estudio de Caso de la Prensa Deportiva Diaria Portuguesa

Kevin Santos

Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal

kevin9santosynwa@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-1868-4193>

Joana Martins

Escola Superior de Educação, CI&DEI, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal

jmartins@esev.ipv.pt

<https://orcid.org/0000-0002-1667-7513>

Submetido: 27/01/2023 — Aceite: 21/03/2023 — Publicado: 13/04/2023

Doi: <https://doi.org/10.58050/comunicando.v12i1.324>



Resumo

O desporto é vivido com uma paixão exacerbada, um fenómeno com clara expressão no jornalismo de desporto, razão que parece justificar a existência de três jornais diários desportivos — A Bola, O Jogo e o Record, em Portugal, um país onde, segundo o último Bareme Imprensa (2022), existem cerca de 5,7 milhões de leitores de jornais e revistas. No contexto desportivo, há uma modalidade que se destaca das demais, o futebol. Por conseguinte, nesta modalidade o foco principal está direcionado para os denominados “três grandes” do futebol português: o Futebol Clube do Porto, o Sporting Clube de Portugal e o Sport Lisboa e Benfica, cujos jogos, independentemente de se realizarem no âmbito das competições nacionais ou internacionais, são dissecados pela imprensa desportiva. No âmbito desta investigação, propusemo-nos a avaliar o destaque que as conquistas de diferentes modalidades, que não o futebol masculino, tiveram nas primeiras páginas dos três jornais desportivos portugueses ao longo do ano de 2021. Concluímos que mesmo perante conquistas ímpares, e em períodos fora das competições nacionais de futebol, as outras modalidades não conseguem o mesmo destaque que o futebol, o que confirma a tendência de “futebolização” do espaço do jornalismo de desporto.

Palavras-Chave: Jornalismo de Desporto; Futebol; Modalidades; Jornalismo Especializado.

Abstract

Sports are experienced with an exacerbated passion, a phenomenon with a clear expression in sports journalism, which seems to justify the existence of three daily sports newspapers — A Bola, O Jogo and Record, in Portugal, a country where, according to the last Bareme Imprensa (2022), there are around 5.7 million readers of newspapers and magazines. In the sports context, there is one sport that stands out from the others, soccer. Therefore, in this sport, the focus is on the so-called “big three” soccer teams: Futebol Clube do Porto, Sporting Clube de Portugal and Sport Lisboa e Benfica, whose matches, regardless of whether they take place within the scope of national or international competitions, are dissected by the sports press. In the scope of this research, we proposed to evaluate the prominence that the achievements of different sports, other than men's soccer, had in the front pages of the three Portuguese sports newspapers throughout the year 2021. We concluded that even in the face of unparalleled achievements, and in periods outside national soccer competition, other sports do not get the same prominence as soccer, which confirms the trend of “soccerization” of the sports journalism space.

Keywords: Sports Journalism; Soccer; Sports; Specialized Journalism

Resumen

El deporte se vive con una pasión exacerbada, un fenómeno con clara expresión el periodismo deportivo, razón que parece justificar la existencia de tres diarios deportivos — A Bola, O Jogo y Record, en Portugal, un país donde, según el último Bareme Imprensa (2022), hay cerca de 5,7 millones de lectores de periódicos y revistas. En el contexto deportivo, hay un deporte que destaca sobre los demás, el fútbol. Por lo tanto, en este deporte la atención se centra en los llamados “tres grandes” del fútbol portugués: Futebol Clube do Porto, Sporting Clube de Portugal y Sport Lisboa e Benfica, cuyos partidos, independientemente de que se celebren en el ámbito de las competiciones nacionales o internacionales, son diseccionados por la prensa deportiva. En el ámbito de esta investigación, nos propusimos evaluar el protagonismo que los logros de diferentes deportes, distintos del fútbol masculino, tuvieron en las portadas de los tres periódicos deportivos portugueses a lo largo del año 2021. Concluimos que, incluso ante logros sin parangón, y en periodos fuera de las competiciones nacionales de fútbol, otros deportes no obtienen el mismo protagonismo que el fútbol, lo que confirma la tendencia a la “futbolización” del espacio del periodismo deportivo.

Palabras-clave: Periodismo Deportivo; Fútbol; Deportes; Periodismo Especializado.

1. Jornalismo Desportivo: Marcas Discursivas e Peso do Setor

O desporto é uma das grandes paixões do século XX (Boyle & Haynes, 2009) e, concomitantemente, uma das editorias com maior destaque nos meios de comunicação social, sobretudo do ponto de vista económico, uma vez que é alvo do interesse dos leitores (sobretudo masculinos), e, nos média generalistas, acaba por ter um destaque consonante com a sua popularidade (Rowe, 2007). Boyle e Haynes (2009) consideram o desporto e os meios de comunicação social como duas formas culturais que se tornaram cada vez mais irresistíveis uma à outra à medida que o século XX avançou.

Silva (2020) classifica o desporto como um dos maiores focos do jornalismo internacional, também porque é um negócio e uma oportunidade para obter maiores margens de lucros, o que levou à acentuação do seu lado comercial, patente na comercialização e mercantilização do conteúdo desportivo (Boyle & Haynes, 2009). A questão do espetáculo está, assim, interligada com esta proeminência do desporto dos média. Barcelos e Lima (2022, p. 48) consideram que saímos do âmbito “da mera disputa entre atletas”, dado que a competição desportiva é transformada num espetáculo mediático que engloba uma estratégia de mercado, relacionada com a publicidade, que está vinculada à audiência.

Rowe (2004) afirma que, em termos de audiências, o desporto é capaz de garantir um número, por vezes enorme, de leitores, ouvintes e espetadores. Por se situar na confluência entre as duas principais funções dos média de massa (informação e entretenimento), o desporto, enquanto conteúdo, absorve muito do tempo e do espaço dos meios de comunicação social. Boyle e Haynes (2009) notam que a popularidade do desporto junto das massas, enquanto forma de entretenimento, coincide com a invenção, inovação e comercialização da imagem em movimento, primeiro através do cinema e, mais tarde, com o desenvolvimento da televisão.

Também Torrijos (2012) partilha desta visão, concretizando que o nicho do jornalismo de desporto tem um mercado muito mais amplo do que qualquer outra especialidade de imprensa e está presente num número cada vez maior de suportes, desde jornais diários a revistas, passando por programas

radiofónicos, espaços nos canais televisivos e sites na internet. Ainda assim, esta editoria é menos importante hierarquicamente e encarada como trivial, quando comparada com outras áreas do jornalismo (Boyle & Haynes, 2009), sendo até considerada o *toy department* (Rowe, 2007) das redações.

Por outro lado, o desporto goza de uma posição elevada em termos da circulação diária de jornais (Boyle & Haynes, 2009) e o facto de ser hoje uma das formas jornalísticas com maior procura traduz-se na criação de um estilo jornalístico próprio, assente na cor, originalidade e espetacularidade, bem como num novo modelo de apresentação da informação, através de uma linguagem mais atrativa do ponto de vista visual (Torrijos, 2012).

Henriques (2014) lembra que, tal como os jornalistas de economia, que devem dominar as especificidades das temáticas económicas e financeiras, também o jornalismo de desporto tem uma “linguagem própria, que complexifica a própria imprensa desportiva” (p. 33). Dentro do jornalismo de desporto, existe, por isso, uma linguagem específica, sendo que o léxico utilizado nas notícias desportivas acarreta alguns defeitos como a excessiva propensão para a opinião, a utilização de estrangeirismos e ainda a linguagem agressiva. Estas características estão muitas vezes presentes, uma vez que os géneros mais utilizados em jornalismo de desporto são o comentário, o artigo de opinião, a reportagem de ambiente e a crónica. A presença de estrangeirismos (penálti), de siglas (FIFA), de linguagem técnica (plantel) e também de nomes partilhados (CR7), dificultam a leitura e interpretação de notícias ou artigos desportivos, ou seja, o leitor deve ter um entendimento acima da média dentro desta temática, para compreender os seus conteúdos.

Reconhecendo a presença da emoção no jornalismo desportivo, e particularmente naquele que é veiculado através da televisão, Felisbela Lopes (2006a) defende que não podemos “sanear as marcas emotivas do discurso informativo”, por considerar que existe uma riqueza expressiva que nem sempre está assente na “irrealidade, banalidade, boçalidade e leviandade”, mas sim em representações “marcadas pelo esforço de compreender, explicar ou debater os acontecimentos” (Lopes, 2006a, pp. 7—8). Também Carlos Daniel (2006) partilha desta visão, considerando que os acontecimentos desportivos são mais propensos à emoção e exigem ao jornalista “que atente às questões relativas

relativas aos sentimentos, não se circunscrevendo apenas a declarações isoladas” (Daniel, 2006, p. 40), ainda que seja fundamental que se mantenha verdadeiro e rigoroso. Para o autor, “um bom relato jornalístico é o que respeita as notícias. Se a notícia tem emoção, o jornalista não poderá deixar de a retratar” (Daniel, 2006, p. 42).

Apesar de defender as marcas de emoção no jornalismo de desporto, Felisbela Lopes (2006a) diz ter consciência de que este discurso pode incitar a comportamentos tumultuosos, nomeadamente por parte dos adeptos e, como tal, defende “a urgência de se promover uma ética exigente nos princípios, rigorosa nos métodos e intransigente na respectiva aplicação” (Lopes, 2006a, p. 9). A investigadora reconhece que hoje existem muitos exemplos do uso da emoção na narrativa desportiva do prisma da construção de “espectáculos promotores de histerismo e impulsionadores de tumultos accionados por claque em fúria” (p. 7). Ainda assim, defende Felisbela Lopes (2006a), “isso não legitima posições que visam sanear as marcas emotivas do discurso informativo, até porque isso seria um exercício condenado ao fracasso e, mesmo que fosse viável, subtrairia a essa informação grande parte da sua riqueza expressiva” (p. 7).

Apesar destas singularidades de linguagem e marcas discursivas, no âmbito geral, as tarefas do jornalista de desporto equiparam-se às dos demais jornalistas, na medida em que, por exemplo, “o jornalista desportivo deve respeitar o código deontológico, como qualquer outro jornalista, especializado ou generalista. O seu principal trabalho será sempre procurar factos noticiosos, contactar as fontes e fazer o contraditório, sendo que apenas o enfoque muda” (Henriques, 2014).

Para Carlos Daniel (2006), que rejeita o epíteto de “jornalista desportivo” e diz ser, somente, “jornalista”, existem alguns constrangimentos a quem exerce a atividade na editoria de desporto. Desde logo, o facto de o público ter “uma perspectiva apaixonada do fenómeno” futebol, mas, ao mesmo tempo, exigir ao jornalista “a isenção que nunca será capaz de ter” (Daniel, 2006). Em segundo lugar, o autor aponta o facto de este público especializado ter “maiores competências na leitura das mensagens jornalísticas” (Daniel, 2006) por se identificarem mais com o futebol do que, por exemplo, com política ou economia.

Outro constrangimento reside na dificuldade de os protagonistas da notícia (dirigentes, treinadores e jogadores) aceitarem as críticas, bem como na hiperbolização do discurso, que tem correspondência direta com declarações polémicas de árbitros ou responsáveis. Carlos Daniel (2006) elenca ainda a questão da violência nos contextos onde os jornalistas trabalham (estádios) e, por último, o facto de o discurso noticioso sobre futebol exigir, permanentemente uma valoração: “não basta dizer que um remate aconteceu ao minuto 27 e foi da autoria de fulano. O público quer saber se foi bem ou mal executado, legal ou ilegal” (Daniel, 2006, pp. 41—42).

2. A Futebolização da Imprensa Desportiva

A importância do futebol aumentou na década de 1990, num processo que se deve, em parte, ao surgimento das televisões privadas (Neves, 2006) e que tornou esta modalidade não só no desporto mais praticado, mas também no mais difundido através dos média (Barcelos & Lima, 2022; Cardoso et al., 2007).

O denominado mercado dos média desportivos pode ser, aliás, justificado pela abundância de informação desportiva e pela abertura dos mercados de telecomunicações na Europa, que motivou a corrida aos direitos de transmissão e posterior aumento dos preços dos conteúdos desportivos, sobretudo do futebol (Borges, 2019).

Ainda assim, a maior oferta de conteúdos não se traduz em maior variedade, dado que, como recorda Borges (2019), “há uma concentração em modalidades mais populares e espetacularizadas” (p. 121), nomeadamente o futebol, cujo grande crescimento económico ajudou a expandir a sua cobertura jornalística além dos resultados dos jogos e abrangendo também o seu lado económico e cultural. Boyle e Haynes (2009) apontam que a cobertura de outras modalidades sofre variações sazonais, enquanto o futebol está presente nos jornais 52 semanas por ano.

A relevância do futebol na informação desportiva está relacionada com o facto de esta modalidade integrar agora a indústria de entretenimento, “sendo um negócio importante que envolve as finanças de grandes corporações” (Boyle

& Haynes, 2009) e tornando o jornalismo de desporto mais semelhante ao jornalismo feito nos setores das indústrias culturais. Trata-se, no fundo, de um espetáculo de massas (Cardoso et. al, 2007), preconizado na expressão “desporto Rei”, e cuja globalização nos anos 90 do século XX (Boyle & Haynes, 2009; Coelho, 2004; Nolasco & Pinheiro, 2022) culminou na sua omnipresença no jornalismo. Tal como definem Boyle e Haynes (2009), “o futebol é o *sine qua non* do mundo dos media desportivos” (p. 205).

Segundo Viseu (2006), o futebol é a modalidade mais noticiada na Europa e essa relevância espelha-se nas receitas dos grandes clubes. Torrijos (2012) diz mesmo que, apesar de se denominar imprensa desportiva, a maioria dos conteúdos centram-se no futebol e isto acontece pelo facto de a modalidade ter maior capacidade de atrair a atenção do público e dos anunciantes. Para o autor, a “futebolização” da informação desportiva depende essencialmente de critérios de mercado, na medida em que o futebol (e tudo o que o rodeia) tem características de espetáculo, o que torna o futebol mais rentável do que outras modalidades (Torrijos, 2012, p. 84—85). Esta procura, em larga escala, de informação sobre futebol, traduz-se no preenchimento das páginas dos jornais, não com notícias na verdadeira aceção da palavra, mas sim com “anedotas, curiosidades e informação previsível proveniente de atos de agenda e de declarações dos protagonistas, que se provocam e entrelaçam” (Torrijos, 2012, p. 85). Resulta daqui um prejuízo do leitor, face à falta de qualidade dos conteúdos, alheados da função básica do jornal: informar.

Este domínio do futebol na imprensa desportiva assenta, ainda, na paixão e emoção com que os adeptos vivem esta temática, pelo que a sua presença em larga escala nos jornais da especialidade são, mesmo, uma exigência “dos próprios adeptos, que vibram com as atividades do seu clube, tendo sempre uma opinião abonatória ou contestatária em relação àquilo que é noticiado sobre o mesmo” (Henriques, 2014, p. 36).

A “futebolização” também é um fenómeno visível em Portugal, no sentido em que “o futebol parece estar em todo o lado na sociedade portuguesa” (Coelho e Tiesler, 2006, p. 520) e a sua cobertura mediática “estende-se para lá dos 90 minutos regulamentares” (Lopes et. al, 2011, p. 339). Os últimos dados do Bareme Imprensa (2022) mostram que cerca de 5,7 milhões de pessoas leem

jornais ou revistas em Portugal e, no caso específico dos jornais desportivos (*A Bola*, *O Jogo* e *Record*), os três títulos somam uma média diária de mais de 900 mil leitores, continuam no top cinco entre os jornais mais lidos pela classe masculina e o jornal *A Bola* é o líder com 8,3% de audiência média (A Bola, 2022). O estudo mais recente da Obercom (Cardoso & Baldi, 2022) mostra que o *Record* e *O Jogo* têm, respetivamente, 69,4 e 30,6 da quota de mercado no segmento dos diários desportivos e 51,9 e 48,1 da quota de mercado digital no mesmo segmento. Segundo a Obercom, “o diário desportivo “A Bola” não divulga informação relativa a tiragens, circulação paga ou circulação total” (Cardoso & Baldi, 2021, p.105).

Segundo Coelho e Tiesler (2006), 90% das páginas dos três jornais diários desportivos são dedicadas ao futebol e um estudo de Brandão (2002), em torno dos telejornais portugueses, mostrava que o futebol é o segundo tema com maior expressão na informação da televisão generalista.

Particularizando, a abordagem ao futebol tem, em primeiro plano, a existência dos denominados “três grandes”, ou seja, os três principais clubes portugueses, que historicamente disputam as principais competições nacionais e internacionais: *Futebol Clube do Porto*, *Sport Lisboa* e *Benfica* e *Sporting Clube de Portugal*. Falamos, pois, de “instituições sociais centenárias, que gozam de uma popularidade incomparável na sociedade portuguesa” (Coelho, 2006, p.523) e cuja preponderância se traduz no jornalismo de desporto.

3. O Estudo

Esta investigação parte da preponderância do futebol masculino na imprensa desportiva (Boyle & Haynes, 2009) e centra-se nos três jornais diários desportivos portugueses — *A Bola*, *O Jogo* e *Record*. Durante o ano de 2021, foram selecionadas 20 conquistas de diferentes modalidades, com exceção do futebol masculino. A amostra deste estudo não foi selecionada com base num período temporal específico, mas através de uma pesquisa que incidiu sobre feitos, conquistas ou dias relevantes para as ‘outras modalidades’. Assim sendo, pesquisámos datas de conquista de competições, medalhas ou de resultados relevantes para as modalidades e para o panorama nacional (o desportivo, em

particular) e propusemo-nos a compreender qual o destaque que estas conquistas teriam nas capas dos jornais.

A escolha das capas como objeto de análise prende-se com o seu potencial enquanto “montra” do jornal (Crato, 1994, p. 149) e “janela de contacto com o exterior” (Cardoso, 2009, p. 165). No caso da imprensa desportiva, e partindo da ideia de que os elementos materiais do jornal, como o formato e a capa, são uma expressão do seu posicionamento editorial (Tetù, 2001), considerámos relevante, por nos permitirem compreender “aspectos do agendamento” (Barcelos & Lima, 2022, p. 56) e por sintetizarem o que “há de mais importante no interior do jornal” (Barcelos & Lima, 2022, p. 56).

A seleção dos acontecimentos compreende um espaço de sete meses, entre dia 6 de março de 2021 e 27 de outubro de 2021. Sentimos necessidade de recorrer a esta metodologia de seleção, uma vez que, normalmente, o futebol ocupa os jornais desportivos em, praticamente, todos os dias do ano, ou seja, uma amostra aleatória, ou de um determinado espaço de tempo, não traria resultados relevantes para o estudo em causa. Estes dias ‘especiais’ promovem a possibilidade de presença das ‘outras modalidades’ nas capas, o que não aconteceria normalmente.

Partindo da data destas 20 conquistas destacadas a seguir, analisámos as primeiras páginas dos três diários desportivos do dia seguinte às conquistas das competições (tabela 1).

Tabela 1

Datas e conquistas das modalidades

Data	Acontecimento	Modalidade
5 de março de 2021	Medalha de ouro para Auriel Dongmo nos Europeus de Pista Coberta	Atletismo (Lançamento de Peso)
7 de março de 2021	Medalhas de Ouro de Patrícia Mamona e Pedro Pichardo nos Europeus de Pista Coberta	Atletismo (Triplo Salto)
4 de abril de 2021	Benfica vence campeonato nacional	Voleibol

3 de maio de 2021	Sporting vence Liga dos Campeões	Futsal
13 de maio de 2021	Europeus de Atletismo para atletas com deficiência intelectual	Desporto adaptado
22 de maio de 2021	Benfica vence Liga BPI	Futebol Feminino
29 de maio de 2021	Técnico campeão nacional depois de 23 anos	Râguebi
2 de junho de 2021	Sporting vence campeonato nacional	Basquetebol
13 de junho de 2021	Sporting conquista campeonato nacional	Futsal
20 de junho de 2021	Sporting vence campeonato nacional	Hóquei em Patins
29 de julho de 2021	Medalha de bronze de Jorge Fonseca	Judo
1 de agosto de 2021	Medalha de prata de Patrícia Mamona nos Jogos Olímpicos	Atletismo (Triplo Salto)
3 de agosto de 2021	Medalha de bronze de Fernando Pimenta nos Jogos Olímpicos	Canoagem
5 de agosto de 2021	Medalha de ouro de Pedro Pichardo nos Jogos Olímpicos	Atletismo (Triplo Salto)
8 de agosto de 2021	Braga conquista campeonato nacional	Futebol de praia
29 de agosto de 2021	Medalha de bronze de Miguel Monteiro nos Jogos Paralímpicos	Desporto adaptado
4 de setembro de 2021	Medalha de bronze de Norberto Mourão nos Jogos Paralímpicos	Desporto adaptado
12 de setembro de 2021	Portugal ganha Liga Europeia de futebol de praia	Futebol de praia
3 de outubro de 2021	Portugal vence Campeonato Mundial de Futsal	Futsal
26 de outubro de 2021	Vitória da seleção nacional na fase de apuramento para o Campeonato Mundial	Futebol Feminino

Começámos por quantificar o total de destaques de capa e, seguidamente, classificámos cada destaque quanto à modalidade a que diz respeito. Numa segunda fase, fizemos a contabilização de todos os destaques de futebol masculino e de todos os destaques de outras modalidades. Tentámos ainda perceber qual o tipo de destaque que cada tema motivou (tabela 2).

Tabela 2

Tipo de destaque de capa

Tipo de destaque	Definição do destaque
Chamada simples	Título de primeira página cujo posicionamento é secundário face à manchete e face à foto de capa e não tem imagem a acompanhar.
Chamada com foto	Título de primeira página cujo posicionamento é secundário face à manchete e face à foto de capa e tem imagem a acompanhar.
Foto de capa	Título secundário de primeira página, onde o conteúdo dominante é a imagem, e que aparece numa configuração secundária face à manchete, mas com maior destaque do que a chamada.
Manchete	Título principal da primeira página de um jornal, assim considerado por ter o maior tipo de letra, por se encontrar o mais próximo possível do topo da página ou por ocupar a maior área da capa do periódico.

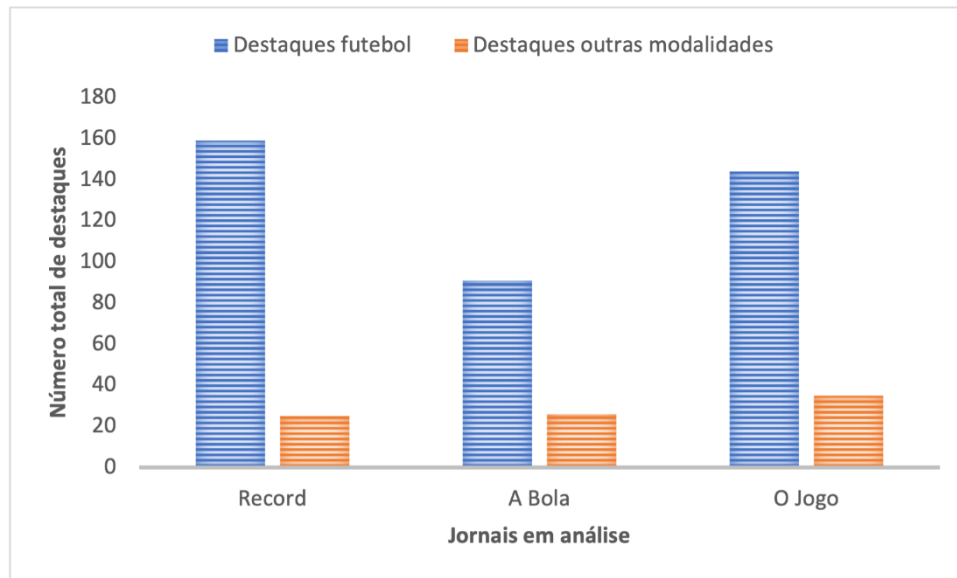
Importa referir que, ao longo desta análise (e das próprias conclusões), iremos utilizar o termo 'futebol' para nos referirmos apenas ao futebol masculino e a expressão 'outras modalidades' para nos referirmos a todas as outras modalidades. Consideramos todas as outras variantes do futebol, que não o masculino, tais como o futebol feminino, futsal ou o futebol de praia, como parte das 'outras modalidades'.

4. Análise dos Resultados

A quantidade de destaques nas capas dos três jornais, fazendo a divisão entre futebol e outras modalidades, mostra que as opções dos periódicos são próximas (figura 1).

Figura 1

Destaques de futebol e de outras modalidades nos três jornais



No Jornal Record foram registados 184 destaques de capas no total das 20 edições em análise. A divisão estabelecida entre “futebol” e “outras modalidades” mostra que apenas 14% dos temas de primeira página garantem destaque a modalidades que não o futebol masculino.

No jornal *A Bola*, foram registados 117 destaques no total das 20 edições analisadas. Quando comparamos o número de destaques sobre “futebol” e o número de destaques sobre “outras modalidades”, percebemos que 22% dos destaques foram dedicados às outras modalidades e 78% estão relacionados com futebol.

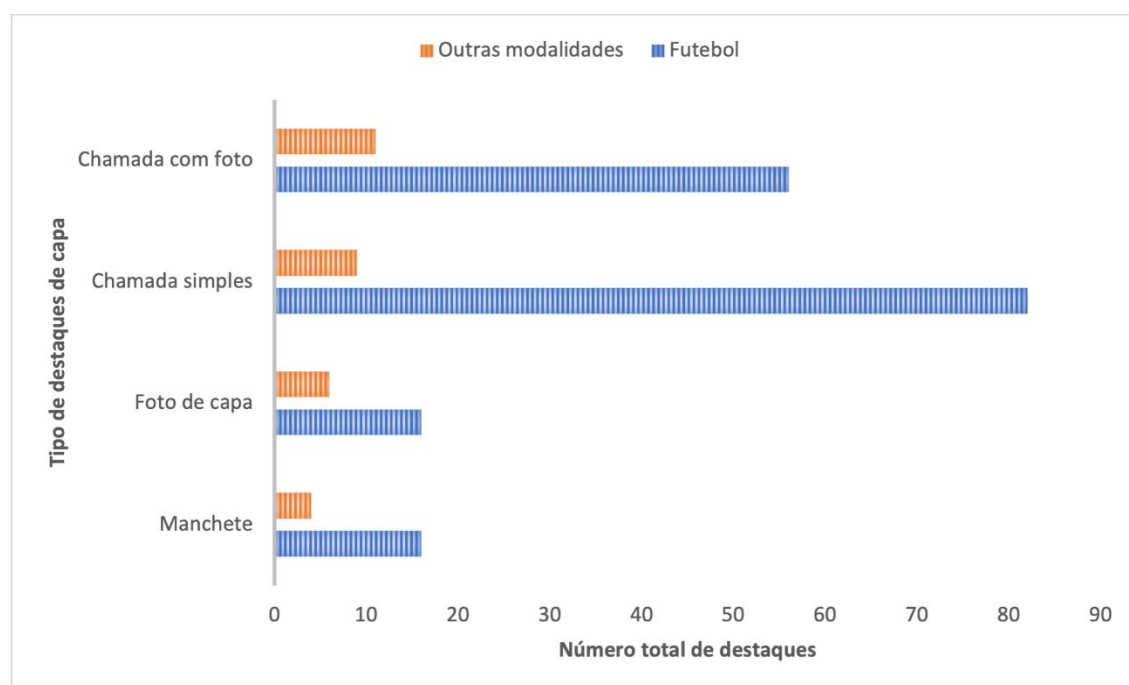
No jornal *O Jogo*, registaram-se 179 destaques no total das 20 edições em análise. Quando comparado o número de destaques sobre “futebol” e o número de destaques sobre “outras modalidades”, percebemos (Gráfico 7) que 20% dos destaques foram dedicados às outras modalidades e 80% estão relacionados com futebol.

Quanto ao tipo de destaques, no caso do jornal Record, o futebol é também o principal tema de manchetes, fotos de capa e chamadas (figura 2). É de realçar que as outras modalidades aparecem maioritariamente sob a forma de chamada com foto ou de chamada simples. É de realçar, também, que no

caso das manchetes, o *Sporting Clube de Portugal* e o *Benfica* motivam 12 das 20 manchetes em análise e que as outras modalidades que chegaram a manchete foram as medalhas de ouro de Portugal nos Europeus de Pista Coberta (8 de março), o troféu do Sporting no Campeonato Nacional de Hóquei em Patins (21 de junho), as medalhas de Portugal nos Jogos Olímpicos (6 de agosto) e a vitória de Portugal no Campeonato do Mundo de Futsal (4 de outubro).

Figura 2

Tipo de destaques de capa no jornal Record



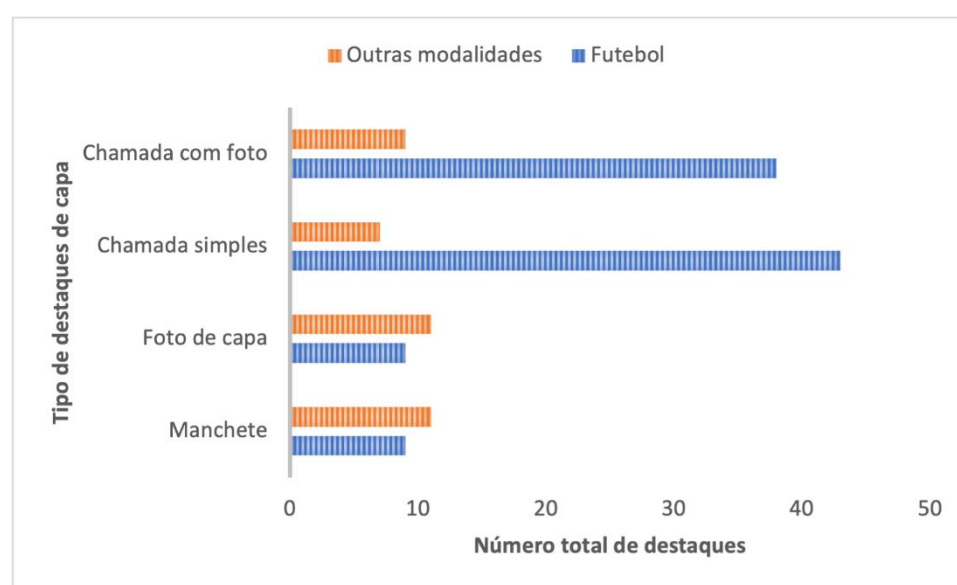
No jornal *A Bola*, o número de manchetes e fotos de capa sobre futebol e sobre outras modalidades apresenta um grande equilíbrio (figura 3). Ainda assim, as modalidades assumem o maior destaque de onze capas, enquanto o futebol ocupa o lugar de maior destaque em nove. Relativamente a chamadas, simples e com foto, há uma grande diferença entre o número de chamadas relativas a futebol e o número de chamadas relacionadas com outras modalidades. No caso d'*A Bola*, portanto, as modalidades acabam por ser mais destacadas como manchete e foto de capa.

Das nove capas com manchete/foto de capa sobre futebol, quatro foram sobre o *Benfica*, duas sobre o *Futebol Clube do Porto*, uma sobre o *Sporting*

Clube de Portugal e duas sobre futebol internacional. Já as onze capas com maior destaque para as outras modalidades, cobriram-se de destaques sobre: atletismo/lançamento do peso (6 de março), atletismo/triplo salto (8 de março, 2 de agosto e 6 de agosto), futsal (4 de maio, 14 de junho e 4 de outubro), futebol feminino (23 de maio), basquetebol (3 de junho), judo (30 de julho), canoagem (4 de agosto).

Figura 3

Tipo de destaques de capa no jornal *A Bola*



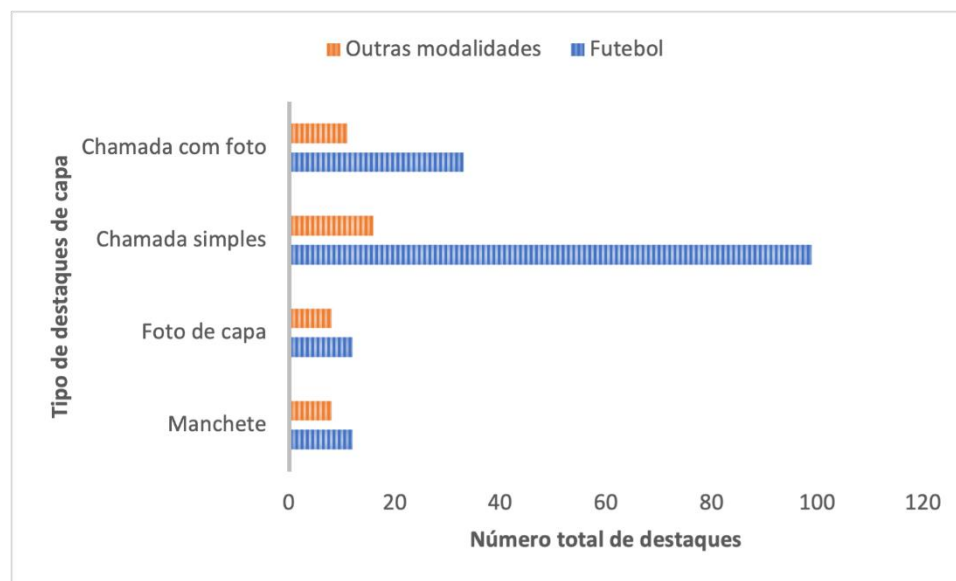
Também no jornal *O Jogo*, o número de manchetes e fotos de capa sobre futebol e sobre outras modalidades apresenta algum equilíbrio (figura 4). As modalidades assumem o maior destaque de oito capas, enquanto o futebol ocupa o lugar de maior destaque em doze das vinte capas analisadas. Relativamente a chamadas, simples e com foto, há uma grande diferença entre o número de chamadas relativas a futebol e o número de chamadas relacionadas com outras modalidades. Contudo, no jornal *O Jogo*, as modalidades são mais destacadas sob a forma de chamadas, com uma ligeira vantagem das chamadas simples.

Das 12 capas com manchete/foto de capa sobre futebol, quatro foram sobre o *Futebol Clube do Porto*, duas sobre o *Benfica*, uma sobre o *Sporting Clube de Portugal*, duas sobre o regresso do público aos estádios após as

restrições impostas pela covid-19, duas sobre a seleção nacional de futebol e uma sobre a Liga dos Campeões. As oito capas com maior destaque para as outras modalidades, cobriram-se de destaques sobre: atletismo/triplo salto (8 de março, 2 de agosto e 6 de agosto), futsal (4 de maio e 4 de outubro), andebol (14 de junho), judo (30 de julho), canoagem (4 de agosto).

Figura 4

Tipo de destaques de capa no jornal O Jogo

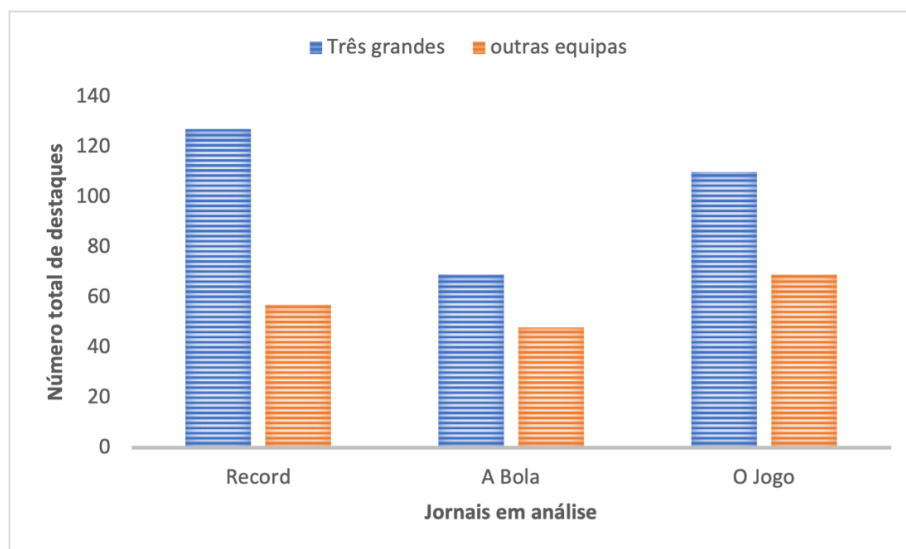


Considerando a prevalência de manchetes em torno dos denominados “três grandes”, ou seja, *Sport Lisboa e Benfica*, *Futebol Clube do Porto* e *Sporting Clube de Portugal*, foi feita a contabilização do número de destaques que estes três clubes totalizaram, face ao total de destaques de outras equipas (figura 5).

Os dados do jornal *Record* demonstram que 69% das notícias têm como foco estes três clubes. Já no jornal *A Bola*, 59% dos destaques de capa falam sobre *Benfica*, *Sporting Clube de Portugal* e *Futebol Clube do Porto*. No jornal *O Jogo*, não só se verifica que há uma prevalência de destaques sobre os denominados “três grandes”, como se verifica um grande número de destaques sobre outros dois clubes, *Sporting Clube de Braga* e *Vitória Sport Club*, de Guimarães.

Figura 5

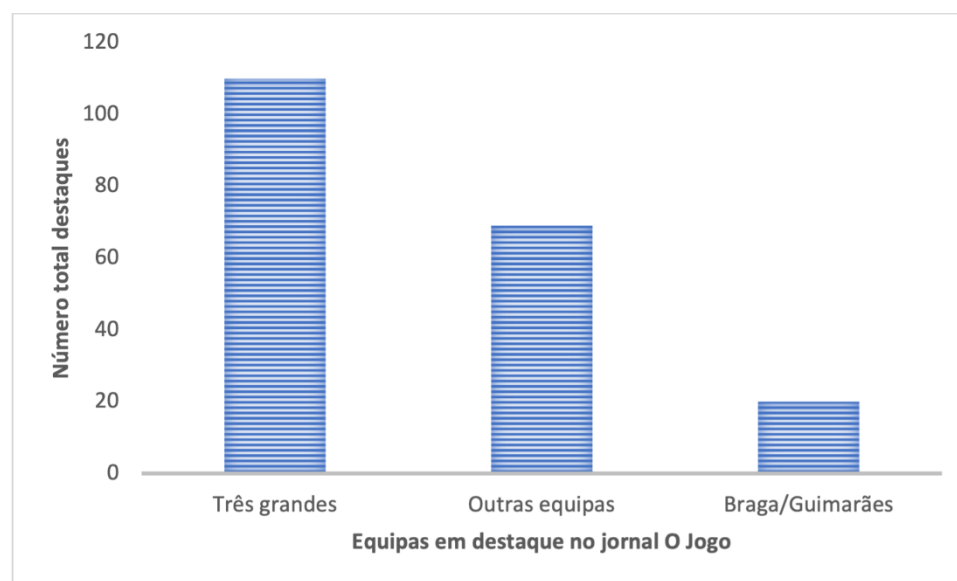
Clubes em destaque nas capas dos jornais



Os dados (figura 6) demonstram que, quando comparados os números de destaques destes dois grupos de equipas e as restantes, 55% das notícias têm como foco os “três grandes” e 10% das notícias sobre *Sporting Clube de Braga* e *Vitória Sport Club*, de Guimarães.

Figura 6

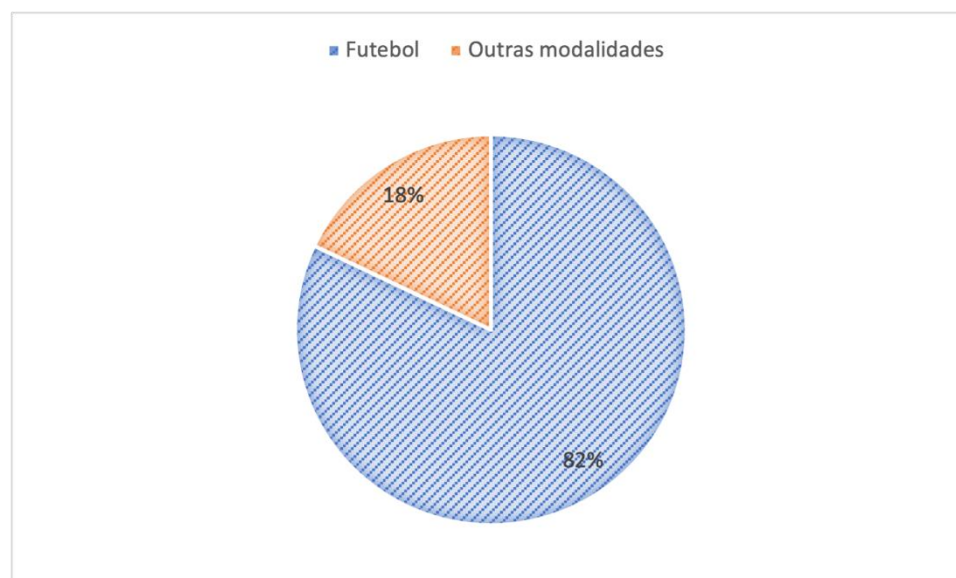
Destaques por equipa no jornal O Jogo



Considerando a seleção de vinte capas de dias seguintes a feitos ou conquistas de outras modalidades, com um elevado grau de relevância para o mundo do desporto em Portugal, prevíamos capas com, pelo menos, um destaque sobre outras modalidades. Depois da análise das capas selecionadas, verificamos que, no conjunto dos três jornais, num total de 480 notícias, apenas 86 (18%) não são sobre futebol, um indicador claro da supremacia do ‘desporto-rei’ nas capas dos diários desportivos portugueses (figura 7).

Figura 7

Total de destaques nas primeiras páginas dos três jornais



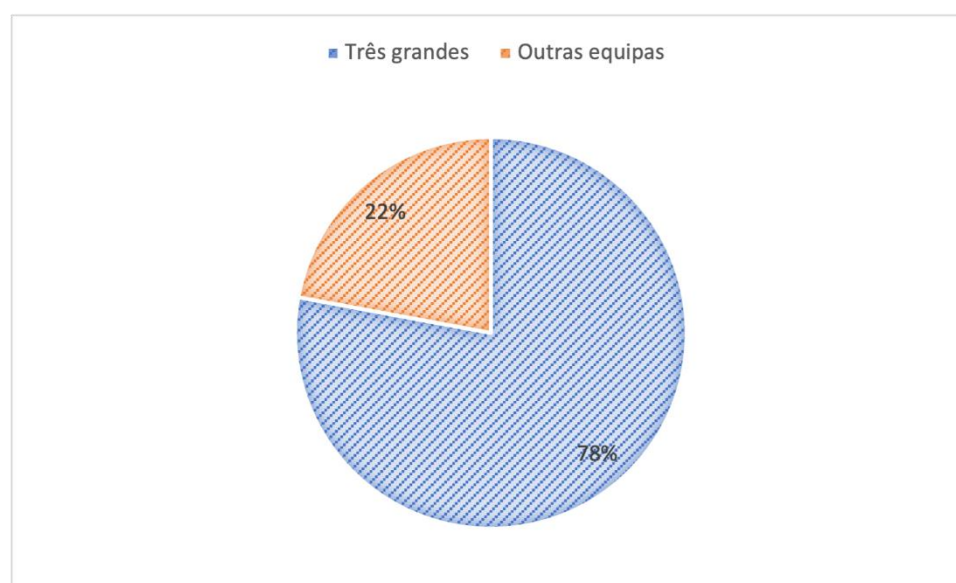
Importa referir que uma boa parte das capas selecionadas são de uma altura em que não se disputavam campeonatos ou competições relevantes, mas, mesmo assim, as capas dos jornais continuaram a exibir sempre o futebol como principal foco, com grande destaque às equipas do *Sport Lisboa e Benfica*, do *Futebol Clube do Porto* e do *Sporting Clube de Portugal*.

No total de 480 destaques, 306 (64%) foram dedicados aos denominados “três grandes”, o que demonstra que há mais notícias sobre estes três clubes do que sobre todos os outros clubes e atletas portugueses, seleções nacionais e desporto internacional (futebol e outras modalidades). Se afinarmos ainda mais

os dados quantitativas, isolando apenas os destaques relativos ao futebol, percebemos que 78% são relativos ao *Futebol Clube do Porto*, *Sport Lisboa e Benfica* e *Sporting Clube de Portugal* (figura 8).

Figura 8

Total de destaques de futebol nos três jornais



Quando analisados os dados de cada um dos jornais individualmente, é possível compreender que há algumas diferenças entre as abordagens. O jornal *A Bola* é o que dá mais espaço às outras modalidades e o *Record* é o jornal mais “futebolizado”. O jornal *Record* também é aquele que ocupa mais manchetes e fotos de capa com a temática do futebol e, especificamente, com os “três grandes” (sobretudo *Sporting Clube de Portugal* e *Benfica*). Por outro lado, *A Bola* é o jornal com mais manchetes/fotos de capa dedicadas às outras modalidades que não o futebol. Já o jornal *O Jogo*, considerando que se trata de um periódico sediado no norte do país, dá um destaque considerável a dois clubes adicionais: *Sporting Clube de Braga* e *Vitória Sport Club*, de Guimarães, que ocupam 10% do total de destaques nas vinte capas analisadas.

4. Conclusões

Esta investigação partiu da premissa da futebolização da informação desportiva e propôs-se avaliar a presença das conquistas de outras modalidades, que não o futebol masculino, nas capas da imprensa desportiva diária portuguesa. Se é certo que a mercantilização e comercialização do conteúdo desportivo (Boyle & Haynes, 2009; Rowe, 2007; Torrijos, 2012) é uma das expressões das potencialidades de entretenimento do desporto, não é menos verdade que, no caso português, o futebol é a modalidade que reúne maior número de adeptos e essa prevalência tem expressão na imprensa desportiva e generalista: o último Barómetro sobre o Estado das Notícias (Cardoso & Telo, 2019) refere-se ao ano de 2018 e aponta o futebol como a categoria mais frequente nos destaques relativos aos temas da semana dos média generalistas portugueses.

Depois da análise efetuada, em que procurámos compreender qual o destaque que estas conquistas tiveram nas primeiras páginas da imprensa nacional desportiva, inclusivamente fora do calendário das competições nacionais de futebol, o que poderia resultar num maior destaque para estes desportos. Os dados não só revelam a supremacia do futebol, como também nos mostram que o futebol não precisa de conquistas significativas para ter um lugar de destaque nas capas dos jornais.

De facto, parte das conquistas das modalidades ocorreram fora da época de campeonatos ou competições futebolísticas e, ainda assim, o futebol conseguiu impor-se face a outras modalidades. Hoje, um jornal desportivo tende a ser, cada vez mais, um jornal de futebol. Esta conclusão vai ao encontro da ideia de que o jornalismo de desporto procura abordar os temas que capturam a maior audiência e, ao fazê-lo, acaba por excluir outros desportos (Boyle & Haynes, 2009). As nossas conclusões confirmam ainda estudos similares, como o de Horky (2009), que analisou a informação desportiva internacional em jornais diários de dez países europeus, americanos e Austrália e concluiu que o predomínio do futebol, sobretudo do masculino, representa 38% dos conteúdos. Quando falamos apenas dos países europeus, esta proporção sobe para 50% e chega aos 75% no caso da Roménia. Também de referir, no que toca ao

Barómetro Estado das Notícias 2018, que na temática de Desporto, 92% das notícias dos média generalistas analisados eram sobre futebol e apenas 8% sobre outras modalidades (Cardoso & Telo, 2019).

Outra conclusão que retirámos desta investigação prende-se com o domínio dos designados “três grandes” do futebol português face ao total de destaques futebolísticos. O facto de o *Futebol Clube do Porto*, *Sport Lisboa e Benfica* e *Sporting Clube de Portugal* concentrarem cerca de 95% das preferências dos adeptos (Cardoso et. al, 2007) está obviamente relacionado com o facto de 78% dos destaques sobre futebol estarem relacionados com estes três clubes, cuja importância se traduz no facto de os jornais desportivos reservarem, diariamente, várias páginas para cada um deles, muito para lá dos 90 minutos jogados em campo (Lopes et. al, 2011) e confirmando os resultados de estudos anteriores sobre a mesma temática (Silva, 2020).

Concluimos ainda que a denominada “futebolização” (Torrijos, 2012; Coelho, 2004) tem uma expressão significativa na realidade portuguesa, não só em termos da preponderância do futebol relativamente a outras modalidades, mas, e sobretudo, na prevalência dos denominados “três grandes”, que se traduz numa larga quota de ocupação dos temas em destaque nos jornais desportivos nacionais, mesmo em datas em que as outras modalidades alcançaram feitos históricos.

Referências

A Bola (2022, 15 de dezembro). *A BOLA mantém título de jornal desportivo preferido dos portugueses*. <https://www.abola.pt/nnh/2022-12-15/pais-a-bola-mantem-titulo-de-jornal-desportivo-preferido-dos-portugueses/968752>

Barcelos, J. D., & Lima, D. V. (2022). A cobertura da Copa do Mundo da Rússia pelo jornal Folha de S. Paulo. Como o jornal brasileiro apresentou o megaevento esportivo de 2018 em suas capas. *Mediapolis*, 15, 43—60. https://doi.org/10.14195/2183-6019_15_3

Grupo Marktest (2021). *Os Portugueses e as Redes Sociais 2020: Análise sobre o Comportamento dos Portugueses nas Redes Sociais* (p. 3). Grupo Marktest. https://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_Portugueses_Red_Sociais_2020.pdf

- Boyle, R., & Haynes, R. (2009). *Power Play. Sport, the media and popular culture*. Edinburgh University Press.
- Borges, F. V. (2019) Os clubes de futebol e novas formas de produzir a informação desportiva. *Mediapolis*, 8, 119—133. https://doi.org/10.14195/2183-6019_8_8
- Brandão, N. G. (2002). *O espectáculo das notícias*. Editorial Notícias.
- Cardoso, C. R. (2009). A capa de newsmagazine como dispositivo de comunicação. *Observatorio (OBS*) Journal*, 8, 162—203. <https://doi.org/10.15847/obsOBS312009182>
- Cardoso, G., & Baldi, V. (2022). *Anuário da Comunicação - 2021*. Obercom.
- Cardoso, G., & Telo, D. (2019) *Barómetro de notícias, Estado das Notícias* (2 de junho de 2017 a 31 de maio de 2018). Obercom
- Cardoso, G., Xavier, D. e Cardoso, T. (2007). Futebol, Identidade e Media na Sociedade em Rede. *Observatório (OBS*) Journal*, 1, 119—143. <http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS11200759>
- Coelho, J. N. (2004). Vestir a camisola – jornalismo desportivo e a selecção nacional de futebol. *Media & Jornalismo*, 4, 27—39.
- Coelho, J. N., & Tiesler, N. C. (2006). O paradoxo do jogo português: a omnipresença do futebol e a ausência de espectadores dos estádios. *Análise Social, vol. XLI* (179), 519—551. <http://scielo.pt/pdf/aso/n179/n179a10.pdf>
- Crato, N. (1992). *Comunicação Social. A Imprensa*. Editorial Presença.
- Daniel, C. (2006) Entre a paixão e o rigor. In F. Lopes & S. Pereira (Eds.), *A TV do Futebol* (pp. 37—44). Porto Editora.
- Henriques, T. R. (2014). *Jornalismo desportivo em Portugal: notícia ou especulação? Análise das fontes nos diários "O Jogo", "A Bola" e "Record"*. [Dissertação de Mestrado] Universidade do Minho. <https://hdl.handle.net/1822/30433>
- Horky, T. (2009). Contenidos y modelos de elaboración de la información deportiva en la prensa escrita. Resultados de un estudio comparativo internacional. *Apunts Educación física y deportes*, 97, 70—79. https://revista-apunts.com/wp-content/uploads/2020/11/097_070-079_es.pdf
- Lopes, F. (2006a) “A informação desportiva emitida na TV dirige-se aos sentidos ou ao pensamento?”. In F. Lopes & S. Pereira (Eds.), *A TV do Futebol* (pp. 77—88). Porto Editora.
- Lopes, F. (2006b) Quando a bola para e pensa o futebol. In F. Lopes & S. Pereira (Eds.), *A TV do Futebol* (pp. 7—10). Porto Editora.

- Lopes, F., Loureiro, L. M., & Vieira, P. (2011). A confraria do comentário do futebol na TV: evolução dos programas televisivos feitos com adeptos dos maiores clubes portugueses. *Observatorio (OBS*) Journal*, 5(4), 327—350.
<https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/523/470>
- Neves, J. (2006) Uma economia do olhar: notas para uma história do futebol na era da TV. In F. Lopes & S. Pereira (Eds.), *A TV do Futebol* (pp. 95—110). Porto Editora.
- Nolasco, C., & Pinheiro, F. (2022). Pensar o Futebol. Contributos a partir dos estudos sobre media, jornalismo e comunicação. *Mediapolis*, 15, 5—8.
<https://doi.org/10.21747/16463153/42a4>
- Rowe, D. (2004). *Sport, culture and the media*. Open University Press.
- Rowe, D. (2007). Sports Journalism: still the ‘toy department’ of the news media? *Journalism*, 8(4), 385—405. <https://doi.org/10.1177/1464884907078657>
- Silva, M. J. (2020). Jornalismo Desportivo: A Hierarquia das Modalidades - Análise dos jornais O Jogo, A Bola e Record. *Prisma*, 42, 58—73.
<https://doi.org/10.21747/16463153/42a4>
- Tetù, J. F. (2001). *Le journal quotidien sur la web: dispositif, forme et identité editoriale*. [Tese de doutoramento]. Université Lumière.
<https://www.theses.fr/2001LYO20060>
- Torrijos, J. L. R. (2012). La futbolización de la información deportiva: um estudio de casos de cuatro diarios deportivos europeos. *Comunicação & Cultura*, 13, 77—95. <https://doi.org/10.34632/comunicacaoecultura.2012.629>
- Viseu, J. (2006) O desporto da TV ou a TV do desporto? In F. Lopes & S. Pereira (Eds.), *A TV do Futebol* (pp. 89—94). Porto Editora.

Kevin Santos

Mestrando em comunicação aplicada na Escola Superior de Educação de Viseu. É licenciado em comunicação social pela Escola Superior de Educação de Viseu.

Joana Martins

Professora Adjunta na Escola Superior de Educação de Viseu, onde coordena o curso de comunicação social. É doutorada em ciências da comunicação pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
