

João Bernardo Silva

A representação do futebol masculino nas capas dos jornais do país:
a imparcialidade nos casos de *OJOGO*, *ABOLA* e *Record*

Universidade Fernando Pessoa

Porto

2023

João Bernardo Silva

A representação do futebol masculino nas capas dos jornais do país:
a imparcialidade nos casos de *OJOGO*, *ABOLA* e *Record*

Universidade Fernando Pessoa

Porto

2023

João Bernardo Silva

A representação do futebol masculino nas capas dos jornais do país:
a imparcialidade nos casos de *OJOGO*, *ABOLA* e *Record*

Projeto de graduação apresentado à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção do grau de Licenciatura em Ciências da Comunicação, realizado sob a orientação da Prof.^a Doutora Patrícia Weber.

FCBS/UEP

2023

Agradecimentos

Quero começar por agradecer a uma pessoa especial que se esforçou durante 23 anos para que eu pudesse ter uma vida plena de felicidade, e que me permitiu entrar e permanecer na faculdade, a minha Mãe. Foram muitas as dificuldades, mas a minha mãe sempre foi altruísta e sempre me pôs em primeiro lugar, apoiando-me nos meus maus momentos, mesmo sem grande estrutura. Esta licenciatura em muito se deve a ela, e por isso a minha gratidão vai ser eterna. Um obrigado por nunca desistires de mim, e por seres uma referencia a seguir.

À minha namorada por me ter amparado nos maus momentos no meu percurso académico e na vida, e por estar ao meu lado em todas as minhas decisões. Agradeço a paciência quando as coisas não estavam bem, os conselhos que me fizeram ser melhor aluno, melhor pessoa, por me acalmarem quando não tinha a calma necessária para enfrentar uma situação menos boa. Um obrigado por teres aparecido na minha vida.

Aos meus amigos de longa data que já me acompanham há muitos anos na minha vida pessoal e profissional. Nunca me deixaram cair, sempre tiveram presentes, e por isso só tenho de agradecer. Sempre repletos de uma alegria contagiante, de um apoio incondicional, e acima de tudo uma amizade muito bonita.

Aos meus colegas da universidade pelas memórias que levamos para o futuro e pelos momentos de cumplicidade que tivemos dentro e fora da universidade. Obrigado pelos resumos, noitadas de estudo, trabalhos realizados em grupo, conselhos e paciência comigo.

Agradecer a todos os familiares e amigos de família que sempre me tentaram ajudar, com palavras sábias, com exemplos, com ajuda a perceber melhor a matéria lecionada. Um obrigado pelo apoio

À minha orientadora, Professora Doutora Patrícia Weber, pela paciência que sempre demonstrou, pela alegria, pelas palavras sábias na realização deste projeto, como também no relatório de estágio. Teve um papel muito importante, e estou muito satisfeito por tê-la escolhido, um obrigado professora, que sem si a realização deste projeto não seria possível, nem estaria tão bom como está por tê-la do meu lado.

À Professora Doutora Sandra Tuna, coordenadora do curso Ciências da Comunicação, por estar sempre disponível para os alunos e sempre pronta a ajudar, com propostas de estágios, de trabalho. Obrigado, professora, por ser sempre tão presente na vida dos alunos

Agradecer a todos de uma forma geral os que “pisaram” a minha vida desde pequeno, com muita ou pouca influência, ajudaram-me a tornar no homem que sou hoje, ao distinguir o bom do mau. E dessa forma tornar-me na melhor versão de mim mesmo, que ainda não sou, mas um dia vou ser. Um obrigado.

Resumo

O presente Projeto de Graduação tem como objetivo principal estudar o impacto dos media no desporto, em concreto a comunicação social em Portugal. Imparcialidade é o tema principal presente nesta pesquisa. A forma como os meios de comunicação, nomeadamente os jornais, destacam os clubes nas suas capas e escrevem as notícias para uma determinada equipa favorecendo-o ou não, muitas das vezes utilizando o sensacionalismo para que a notícia tenha um relevo diferente. São expostos gráficos que retratam a parcialidade existente em Portugal, com número de manchetes dedicados Futebol Clube do Porto, Sporting Clube de Portugal, Sport Lisboa e Benfica e Sporting Clube de Braga nos principais jornais desportivos, nomeadamente, *ABOLA*, *OJOGO* e *Record*. O comparativo foi feito através de uma análise de conteúdo quantitativa e qualitativa realizada no mês de agosto de 2023, época de transferências no mercado europeu de futebol, utilizando como base o modelo de pesquisa realizada Neves (2016; 2018). Antecipa-se que foi verificada a continuidade da parcialidade dos jornais perante os clubes de sua região.

Palavras-chave: Imparcialidade, parcialidade, jornais desportivos.

Abstract

The main objective of this Graduation Project, is to study the impact of the media on sport, specifically social communication in Portugal. Impartiality is the main theme present in this research. The way in which the media, namely newspapers, highlight clubs on their covers and write news for a particular team, favouring it or not, often using sensationalism to make the news have a different meaning. Graphics are displayed that portray the bias that exists in Portugal, with a number of headlines dedicated to Futebol Clube do Porto, Sporting Clube Portugal, Sport Lisboa e Benfica e Sporting Clube de Braga in the main sports newspapers, namely ABOLA, OJOGO and Record. The comparison was made through a quantitative and qualitative content analysis carried out in August 2023, transfer season in the European Football market, using as a basis the research model carried out by Neves (2016;2018). It is anticipated that the continued bias of newspapers towards clubs in their region was verified.

Keywords: *Impartiality, bias, media.*

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I - Contextualização histórica do jornalismo desportivo em Portugal e no Mundo	3
1.1. Origens do jornalismo desportivo.....	3
1.2. Jornais desportivos com mais mediatismo atualmente em Portugal.....	5
1.2.1. ABOLA	5
1.2.2. Record	6
1.2.3. OJOGO.....	8
Capítulo II - A influência do jornalismo na sociedade.....	10
2.1. A notícia como principal objetivo	12
2.2. (Im)parcialidade VS Sensacionalismo no Desporto	13
Capítulo III - Estudo de Caso.....	17
3.1. Metodologia utilizada.....	17
3.2. Análise dos dados	18
3.2.1. Número de Manchetes	18
3.2.2. Análise Qualitativa das Manchetes dos Jornais	20
Conclusão.....	28
Referências bibliográficas.....	30

Índice de Figuras

Figura 1- Capa Jornal O Ramalhete.....	4
Figura 2- Capa Jornal ABOLA	5
Figura 3- Capa Jornal Record	7
Figura 4- Capa Jornal OJOGO.....	8
Figura 5- Capa Jornal OJogo 3 de agosto	21
Figura 6- Capa Jornal OJogo 7 de agosto	21
Figura 7- Capa Jornal OJogo 24 de agosto	21
Figura 8- Capa Jornal OJOGO 27 de agosto.....	22
Figura 10- Capa Jornal OJOGO 11 de agosto.....	23
Figura 9- Capa Jornal a Bola 10 de agosto.....	23
Figura 11- Capa Jornal a Bola 14 de agosto.....	23
Figura 13- Capa jornal a Bola 15 de agosto	24
Figura 12- Capa Jornal a Bola 9 de agosto.....	24
Figura 14- Capa Jornal Record 24 de agosto.....	25
Figura 15- Capa Jornal a Bola 21 de agosto.....	25
Figura 17- Capa Jornal Record 22 de agosto.....	25
Figura 16- Capa Jornal Record 15 de agosto.....	25
Figura 19- Capa Jornal a Bola 30 de agosto.....	26
Figura 18- Capa Jornal OJOGO 30 de agosto	26

Índice de Gráficos

Gráfico 1- Número de Manchetes	14
Gráfico 2- Número de títulos positivos por jornal	15
Gráfico 3- Número de manchetes individuais	16
Gráfico 4- Número de manchetes agosto 2023.....	19
Gráfico 5- Número de manchetes positivas agosto 2023	20

Índice de Tabelas

Tabela 1- Número de Manchetes por equipa.....	26
Tabela 2- Número de notícias positivas de cada clube em cada Jornal.....	26
Tabela 3- Número de com notícias negativas de cada clube em cada jornal.....	27

Introdução

O presente Projeto de Graduação tem como objetivo principal estudar como os média apresentam os principais clubes de futebol masculino de futebol nos jornais OJOGO, ABOLA e Record. Tais media, perante sua história e tiragem de exemplares, têm bastante “poder” na opinião pública e são a maneira mais acessível para as pessoas se informarem.

A escolha deste tema, deve-se muito ao gosto que tenho por desporto, em específico futebol. Comecei a jogar futebol desde que me lembro e, a partir daí, sou apaixonado pela modalidade. Costumo assistir a muitos jogos, nomeadamente os da Liga Portuguesa, sobre o que vai incidir o meu trabalho. Juntar o gosto por desporto, jornalismo, e querer sempre ser imparcial em situações específicas, são as razões que levaram à escolha e análise do projeto.

A metodologia utilizada no trabalho baseia-se numa pesquisa bibliográfica, onde foram consultados teses, artigos científicos e livros. A pesquisa empírica teve como base o estudo de caso, onde uma investigação anterior de Neves (2016; 2018) foi reaplicada. Para a sua realização foram pesquisados os jornais de agosto de 2023, onde uma análise das capas e do texto das manchetes possibilita verificar e comparar resultados da realidade apresentada pelo autor e a atualidade.

O primeiro capítulo apresenta uma contextualização histórica do surgimento do Jornalismo Desportivo em Portugal até à atualidade. O jornalismo, tal como o resto do mundo, evoluiu muito nos últimos anos, principalmente o desportivo, que tem um mediatismo diferente, por ser referente a um desporto (futebol), e não só, que é adorado por milhões de pessoas. No final deste capítulo apresento os três jornais ligados ao desporto com mais mediatismo em Portugal: *Abola*, *Record*, *OJogo*.

Num segundo momento, é verificada a visão e opinião de alguns autores de forma a complementar o trabalho, explicando a influência que os media (jornais incluídos) podem ter no quotidiano de cada um, tendo um papel importante na opinião das pessoas desde muito cedo, visto que atualmente é fácil termos acesso a toda a informação, e as tecnologias já são utilizadas como forma de ensino.

Num terceiro momento, é apresentado o estudo de caso, onde são demonstradas as diferenças de espaço que os jornais dedicam aos respetivos clubes (Futebol Clube do Porto, Sport Lisboa e Benfica e Sporting Clube de Portugal), mostrando os dados quantitativos das manchetes e capas através de gráficos. Em seguida, o tratamento que cada um dos quatro clubes grandes (adição de Sporting Clube de Braga no estudo de caso) têm na manchete dos jornais, com títulos positivos e títulos negativos, realçando marcas de parcialidade evidentes nas diferenças de tratamento dos clubes.

Capítulo I - Contextualização histórica do jornalismo desportivo em Portugal e no Mundo

No primeiro capítulo é apresentada uma contextualização histórica do jornalismo em Portugal e no Mundo. O jornalismo desportivo não é algo recente como vai ser perceptível ao longo do mesmo.

Também serão abordados os três jornais que servirão de base para este estudo, considerados por Neves (2016) com mais mediatismo em Portugal, não sendo os únicos no que respeita ao desporto, mas os mais importantes e que geram mais lucro e comentários.

1.1.Origens do jornalismo desportivo

Segundo Moritz (2014, p.13), entre as décadas de 1820 e 1830 foram lançadas as primeiras revistas desportivas nos Estados Unidos da América. Os eventos com o maior destaque e maior ênfase eram as corridas entre cavalos do Norte e do Sul do País e os combates de boxe entre norte-americanos e britânicos. O primeiro jornalista desportivo surge no ano de 1857, sendo contratado a tempo inteiro pelo jornal *New York Clipper*, (Washburn & Lamb, 2020, p.25).

Já para Pinheiro (2009, pp. 52-53), o jornalismo desportivo tem quase 200 anos, tendo iniciado em França no ano de 1828, como pioneiro europeu, seguido posteriormente pelo Reino Unido no ano de 1852 e Espanha em 1856, onde registrava-se a cobertura de desportos como boxe, coudelaria e velocipedia. Mais tarde, com uma

especialização maior, criaram-se várias secções específicas para cada desporto, sendo que o futebol ainda tinha pouco ou nenhum mediatismo.

Em Portugal, o jornalismo desportivo teve início e consolidou-se de forma impactante nos finais do século XIX até ao final da Segunda Guerra Mundial, segundo o autor português Pinheiro (2011).

A partir dos anos 60, como referem Silva (2010, p.8) e Lopes (2010, p.4), o jornalismo desportivo estava no auge, no que diz respeito à imprensa. O jornalismo já era considerado uma profissão e o respeito pelo jornalista era grande. Não havia dúvidas sobre o que os media divulgavam. Este crescimento não seria possível, se não fosse o fator tecnológico, com a criação de meios que permitissem atualizar de forma constante o leitor, nomeadamente programas de rádio via telefone e transmissão de reportagens em direto (Pinheiro, 2010). Com o passar dos anos houve a transformação para uma “sociedade em rede”, como afirma Castells (2012), o que tornou possível a criação e evolução dos medias: transição do jornal, rádio, televisão, redes sociais, etc... .

Mas foi entre os anos de 1836 e 1845 que foram criadas as primeiras publicações periódicas consideradas desportivas, tais como:

- **Lisboa:** *Recreio* (1835-1842), *Toureiro* (1836-1837), *O Recreativo* (1838), *A Lança* (1840), *O Atleta* (1838), *O Ramalhete* (1837- 1844)
- **Porto:** *O Atleta* (1838 - 1841).

Figura 1- Capa Jornal O Ramalhete



1.2. Jornais desportivos com mais mediatismo atualmente em Portugal

Em Portugal, existem atualmente 32 jornais desportivos identificados (Oliveira, 2012). Desses 32, os diários principais são: *ABOLA*, *Record* e *OJOGO*, segundo o autor (Pinheiro, 2010).

1.2.1. *ABOLA*

Segundo (Pinheiro, 2010, p. 267) o jornal *ABOLA* começou a ser “construído” em 1944, tendo seu lançamento em 1945, com algumas tertúlias realizadas em Lisboa sobre desporto. Cândido de Oliveira, Ribeiro do Reis e Vicente de Melo são considerados de extrema importância já que juntos pensaram e discutiram sobre a criação de um jornal apenas ligado ao desporto.

A primeira edição foi lançada em 29 de janeiro de 1945, com apenas 8 páginas e sobre a alçada de Álvaro de Andrade, esgotando logo num espaço de tempo reduzido. Na sua capa constava um editorial com o nome de “**A Bola de saída**” que desde logo, definia o tipo de jornal e temática que abordaria, interessando aos leitores ao divulgar várias notícias sobre desporto.

Figura 2- Capa Jornal *ABOLA*



Fonte: <http://jornaisvintage.blogspot.com/1970/01/a-bola-29-de-janeiro-de-1945.html>

O jornal publicou nesta edição que seria impresso duas vezes por semana (bissemanário): às segundas-feiras (com um maior número de reportagens) e às sextas-feiras (com apreciação e análise da atualidade do desporto). *ABOLA* tinha como principal concorrente *Os Sports*, no entanto este último não teve tanto sucesso, ao não conseguir fidelizar os seus leitores, tendo mesmo encerrado a sua atividade a 7 de março daquele ano.

Após o grande êxito alcançado, o jornal procedeu a alterações que incluíram o dia da publicação, já que a evolução do transporte melhorava e facilitava a distribuição do jornal no Centro e Norte do país. A 27 de abril de 1953 a publicação enalteceu o facto de ter atingido a edição mil.

O jornal rapidamente passou a trissemanário, publicado três vezes por semana, devido ao grande crescimento do jornalismo desportivo e também da criação de novas publicações, que “obrigou” *ABOLA* a publicar mais uma vez por semana, mantendo-se os mesmos dias e passando também a ser publicado ao sábado ao custo de 1\$50. A partir dos anos 90, *ABOLA* passa a ser quadrissemanal ao sair às segundas-feiras, quintas-feiras, sábados e domingos. Em seu 50º aniversário, em 1995, o jornal passa a ser diário, como se mantém nos dias atuais. A compra de exemplares ultrapassa os 100 mil por dia.

1.2.2. *Record*

O grande responsável pela criação do jornal *Record* foi Manuel Dias, antigo vendedor de jornais e atleta olímpico, segundo Ferreira (2017). Teve esta iniciativa em 1949, financiando-o, em grande parte, com o valor ganho numa lotaria. Outros dois nomes que foram também cruciais no nascimento deste jornal foram José Monteiro Poças, que trabalha no concorrente *ABOLA* em 2023, e Fernando Ferreira, que foi o primeiro diretor da publicação. Juntos fundaram o *Record* (Barradas, 2017).

De acordo com Pinheiro (2009), a primeira edição foi publicada no dia 28 de novembro de 1949, com tiragens aos sábados, sendo composto por oito páginas. O desporto rei no jornal era o futebol, contudo também eram publicadas notícias sobre as demais modalidades. O sucesso do jornal ao fim de seis meses, levou os editores a duplicar o número de páginas (Esteves, 2011).

Figura 3- Capa Jornal Record



Fonte: <https://www.record.pt/multimedia/fotogalerias/detalhe/benfica-sporting-foi-assim-que-record-viu-os-derbis-desde-194950>

Em 1953, com o crescente sucesso, passou a biseemanário (terças-feiras e sábados) e posteriormente a trissemanário (quartas-feiras, quintas-feiras e sábados), em 1972. Antes de ter tiragens quatro vezes por semana (domingos, segundas-feiras, terças-feiras e sextas-feiras), em 1991, o impresso passou por várias dificuldades, nomeadamente no período de 1974, durante a revolução do dia 25 de Abril. O mesmo ocorreu em 1989, quando foi privatizado. No entanto, apesar dos momentos difíceis, não deixou de atingir a marca dos 140 000 mil exemplares de tiragens (Esteves, 2011). Passando por algumas mudanças no processo, o jornal foi alterado para o formato tabloide (280x400 mm), na década de 90. Em 1º de março de 1995 o jornal tornou-se diário.

Com números mais atuais, segundo a Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), o jornal *Record* no primeiro bimestre de 2019 contou uma tiragem de cerca de 59 mil exemplares, e com uma circulação de 32 mil exemplares. Os números não têm grande alteração, apesar de sofrerem alguma alterações nos restantes bimestres.

Atualmente, com uma edição de 32 páginas, publica de forma assídua revistas que relatam o início de todas as temporadas de futebol e os grandes acontecimentos desportivos mundiais (Folgado, 2017).

1.2.3. *OJOGO*

O jornal *OJOGO* surgiu no distrito do Porto como um dos mais importantes periódicos desportivos generalistas. Foi o último dos três impressos estudados a ser criado.

Sua primeira edição data de 22 de fevereiro de 1985, praticamente 40 anos depois de surgir *ABOLA*, com o total de 16 páginas onde constavam várias secções inovadoras com predominância no futebol.

Figura 4- Capa Jornal *OJOGO*



Fonte: <http://jornaisvintage.blogspot.com/search/label/1986>

Sendo considerado um outsider, pois já existiam dois jornais bastante reconhecidos na cidade de Lisboa, *OJOGO* segundo Murta (1997, p. 24), “trazia algo diferente, um horizonte temporal para a rentabilidade mais alargado, uma ligação estreita ao meio futebolístico nortenho e uma determinação, ligada ou não a questões políticas, em manter um jornal desportivo ao serviço do Norte”. Assim, o jornal estava

mais ligado e enraizado com o norte do País, nomeadamente com a cidade do Porto. O autor refere ainda que a criação deste jornal se deve a dois fatores importantes. O primeiro é o facto do Futebol Clube do Porto, a equipa da cidade, ter começado nessa mesma época a conquistar muitos títulos, quer a nível nacional, quer internacional, o que suscitou mais interesse ainda nas pessoas nortenhas. A segunda razão foi o desaparecimento do “Norte Desportivo”, impresso que existia na altura.

Em 1986, *OJOGO* fez vários ajustes editoriais, passando, no dia 4 de outubro deste ano, a ter seis edições semanais e tendo adotado, a dia 1 de novembro, o formato de tabloide.

A 22 de fevereiro de 1987 completou o segundo aniversário com o seu diretor Serafim Ferreira a destacar o espírito de luta, bem como a existência de inimigos e as dificuldades que o jornal enfrentava. Atualmente o jornal é muito popular na região Norte do País, estando abaixo nas vendas dos seus concorrentes diretos do sul.

No primeiro bimestre de 2019, segundo os dados da APCT, *OJOGO* vendeu uma tiragem média de cerca de 26 mil exemplares, estando bastante abaixo dos jornais rivais do Sul. Relativamente à circulação, teve uma média de aproximadamente 18 mil exemplares, voltando a estar distante dos outros jornais. No segundo e terceiro bimestre do mesmo ano (2019), os números não tiveram grandes variações, contudo apresentaram descidas. No segundo bimestre as tiragens passaram para as 25 mil e a circulação 17 mil. No terceiro bimestre temos nova descida (ainda que mínima), com as tiragens a 24 mil, já a circulação manteve-se nas 17 mil. A média dos 3 bimestres é de tiragem média nos 25 mil exemplares, e a circulação nos 17 mil exemplares.

Capítulo II - A influência do jornalismo na sociedade

A influência que o jornalismo pode ter numa sociedade, não passa despercebida, porque todos procuram constantemente estar informados do que se passa na atualidade, é algo intrínseco a quase todos os seres humanos. Neste capítulo, é apresentada essa mesma interferência, uma contextualização do tema, a evolução do mesmo ao longo dos anos e finalmente, como desde jovens aprendemos a estar envolvidos nos media.

De acordo com Briggs e Burke (2002, p.117) o jornal é como uma "máquina social", pelo poder que tem sobre a opinião pública. Consegue “mover” pessoas, toldar pensamentos, etc.....

E com a evolução contínua nos meios de comunicação, os jornais, nomeadamente os desportivos, passaram a estar disponíveis também online, possibilitando a constante atualização no digital. Temos casos, como por exemplo o jornal “*ABOLA*”, que criou um canal televisivo. De acordo com Blumer (1973 *cit. in*. Saperas, 1987), a televisão é o meio de comunicação social que mais consegue influenciar as pessoas, visto que utilizam fotografias, áudios, vídeos, de forma a construir a sua própria realidade, o que por sua vez atrai as pessoas, pelo sensacionalismo, e pela forma como as notícias são escolhidas e apresentadas, onde a manipulação é feita de forma eficaz.

Gouveia (2004) refere mesmo que vivemos na “sociedade de informação”, visto que nunca foi tão fácil passar essa mesma informação para que todos a possam obter. O autor escreve mesmo que “a sociedade da informação está baseada nas tecnologias de informação... a distribuição por meios eletrónicos como rádio, a televisão, telefone...” realçando essa mesma facilidade que existe atualmente, e que não existiria se estes meios não tivessem sido criados. O autor ainda explica que a utilização destas

tecnologias é também estratégica. Posto isto, a grande vantagem destes meios não só pela velocidade a que as notícias correm, ou a constante atualização, é também porque existe outro ponto fulcral, o facto de não ser regional como o Jornal em papel físico, mas global, visto que as notícias podem percorrer o mundo, como indica (Sorlin, 1997, p.1)

Esteves (2003, p.169) partilha a opinião da importância dos media nos dias de hoje com a afirmação “a importância dos media nos nossos dias é um facto absolutamente iniludível e o reconhecimento dessa importância apresenta-se tanto mais facilitado quanto as sociedades humanas atingem níveis mais elevados de desenvolvimento”, ou seja, os media contribuem na nossa sociedade de várias maneiras, como processos de construção e produção, cultura, etc... o que ajuda no desenvolvimento contínuo de um país, tornando por vezes necessária a intervenção dos mesmos.

Mas a influência dos media não começa quando adultos, mas sim quando na infância crianças, desde cedo habituados aos aparelhos eletrónicos, as redes sociais, as notícias publicadas por jornais na rede. Ou seja, desde cedo, quando se aprende a ler, de certa forma, há uma manipulação ao acreditar em tudo o que vemos exposto. Como é referido por Fonseca (s.d.), os media são utilizados desde cedo nos métodos de ensino, contribuindo de forma positiva, segundo a visão do autor, para o crescimento intelectual das crianças, pois promove mensagens, ilustra imagens, ou seja, torna os jovens mais criativos de certa forma.

O poder da imprensa e dos media têm na sociedade está ligado a praticamente todos os movimentos políticos, científicos, artísticos, ou filosóficos a partir do século XVI. Beltrão (1992, p.75) afirma mesmo que o jornalismo “busca satisfazer a três necessidades do espírito humano... informar-se do novo... receber uma mensagem de orientação... entreter-se, descansar das preocupações”, ou seja, as pessoas na opinião do autor procuram os media de forma contínua, quer por necessidade, quer de forma inconsciente porque já faz parte do estilo de vida das mesmas.

McCombs (2011, p. 2) afirma mesmo:

O que sabemos sobre o mundo baseia-se em grande parte no que os media nos contam. Mais especificamente, resultado desta visão do mundo é que existe uma influência dos meios de comunicação

social que influenciam as prioridades do público. Se for algo ativo nos media, vai ser ativo e importante na mente do público.¹ (tradução livre do autor)

Ou seja, os media têm controlo sobre o mundo na visão do autor, visto que o público se posiciona e age consoante ao que vê, lê ou ouve nos media.

2.1. A notícia como principal objetivo

Ainda na perspetiva apresentada e, segundo Fontcuberta (1993), a notícia é uma forma de perceber/ver a realidade. É uma forma de estar informado, um sintoma social que é necessário no modo de estar e de ser. Schudson (1996, p.205) afirma que um cidadão informado, consegue evoluir e criar uma democracia melhor e mais completa.

Como é referido no texto anterior, a notícia tem como finalidade informar. Posto isto para uma notícia sem considerada como tal, conta com as seguintes características (Diana, s.d):

- ✓ Texto informativo, com narração e descrição.
- ✓ Textos curtos, por consequência da velocidade que existe atualmente nos meios de comunicação.
- ✓ Discurso Indireto.
- ✓ Conteúdo verídico, sem ficções.
- ✓ Uso obrigatório de (3ª pessoa).
- ✓ Uso da função denotativa.

Para além das notícias possuírem tais características estruturais, elas também possuem as características que podem ser observadas a partir de seus conteúdos. No caso das notícias no futebol português nem sempre informam de forma positiva, visto que se escreve e comenta mais sobre assuntos extra futebol, como: corrupção desportiva, vidas pessoais dos jogadores e/ou situações de erros de arbitragem, que são comentadas ao mais ínfimo pormenor, o que resulta em pequenas guerrilhas entre os clubes, fazendo o percurso até aos adeptos, que vivem o clube de forma intensa e acaba por estragar em certo ponto a magia desportiva, visto que as pessoas já não comentam o jogo em si, mas tudo o resto extra campo. Citando uma afirmação de Marivoet *et all*

¹ Em inglês: *What we know about the world is largely based on what the media decide to tell us. More specifically, the result of this mediated view of the world is that the priorities of the media strongly influence the priorities of the public. Elements prominent on the media agenda become prominent in the public mind*

(2015:8-9), “o futebol é a mais importante e mediática forma de religião profana da atualidade”.

2.2. (Im)parcialidade VS Sensacionalismo no Desporto

No jornalismo desportivo, a exemplo dos demais, deveria existir imparcialidade por parte dos jornalistas, como manter a separação do futebol e política ou outro tema que em nada estejam relacionados com o jogo. Assim deveria ser a postura editorial de qualquer jornal, ao invés de optarem muitas vezes por uma postura sensacionalista, de modo a “venderem” mais exemplares.

Por sensacionalismo entende-se, segundo Angrimani Sobrinho (1995, p. 16), o ato de sensacionalizar algum assunto, ou seja, tornar algo que não é necessariamente sensacional, usando um tom escandaloso e espalhafatoso. Sensacionalismo é algo que foge ou não ao real, dando valor demasiado a uma informação. E o sensacionalismo é bastante recorrente nas notícias atuais, algo que é utilizado para comercializar (vender), como refere a jornalista portuguesa Rosa Nivea Pedroso (2001, p. 52). Ela também afirma que por vezes o conteúdo é intensificado e exagerado, de forma a construir outra narrativa diferente da realidade.

Para os autores Azevedo de Aguiar e Schaun (2016), o sensacionalismo é um conjunto de estratégias comunicacionais que têm em conta a elaboração de notícias capazes de provocar o interesse dos recetores, ou seja, a forma como são comunicadas em como objetivo captar a atração de novos leitores pelo exagero

No caso da imparcialidade, segundo Grando, (2012, p. 34) é

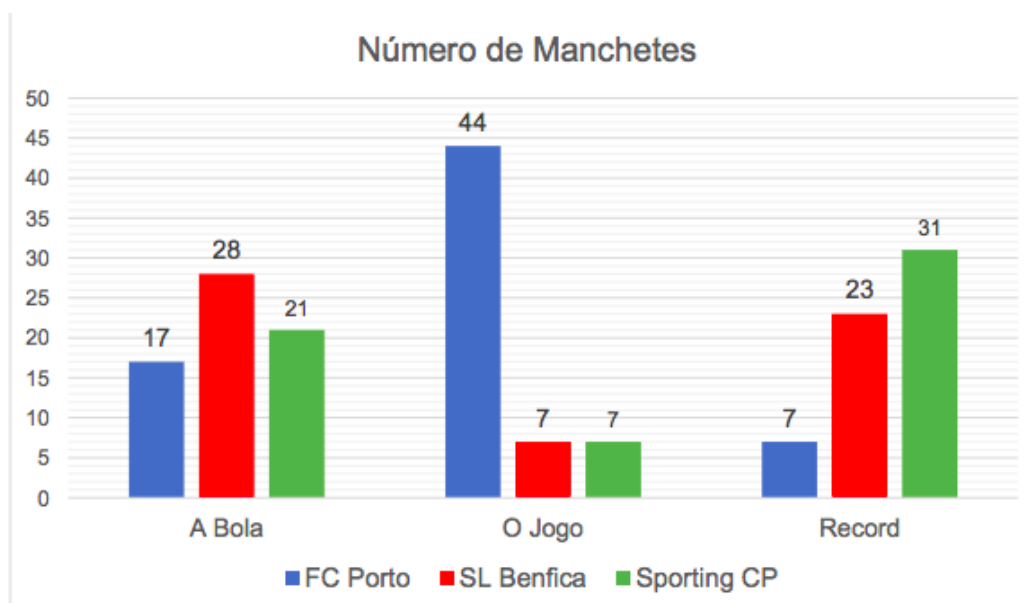
é o adjetivo que qualifica o que ou aquele que é imparcial. Em sentido contextual, face a uma determinada situação ou hipótese, imparcial significa aquele que não favorece um em detrimento de terceiro, que não tem partido, recto, justo, evocando valores de equidade, justiça, neutralidade, rectidão.

Apesar de Portugal ser considerado um país onde a imprensa não é controlada, de forma a transmitir algo obrigatório de modo a controlar a população, segundo Correia (2015) e Neves (2016), não existe imparcialidade no que toca ao jornalismo desportivo. Correia refere que a imparcialidade no jornalismo não existe, afirmando que a dificuldade de se ser imparcial é filosoficamente em geral, impossível, porque cada um apoia um clube, ou cada qual tem o seu gosto e é difícil não sermos parciais com o que mais gostamos ou apoiamos, mesmo que de forma inconsciente. O autor é desta

opinião após ter observado o comportamento de jornalistas desportivos na televisão. Já Neves (2016), da mesma opinião, refere que esta não pode existir visto que os três jornais desportivos em Portugal são parciais no que toca aos três clubes grandes Portugueses (Futebol Clube do Porto, Sport Lisboa e Benfica, e por último, Sporting Clube de Portugal). O autor fez um estudo, onde durante dois meses analisou o conteúdo dos jornais, onde um dos critérios passava por ver quantas vezes cada uma das três grandes equipas era mencionada na manchete dos mesmos. Numa segunda fase, analisou quantas manchetes eram positivas ou negativas. Passados dois meses, os resultados indicaram que *ABola* era parcial relativamente ao SL Benfica, *OJogo* ao FC Porto e o *Record* ao Sporting CP.

Em seguida, um gráfico mostra o número de manchetes de cada um dos três jornais num espaço de 2 meses, realizado por Neves (2016, p. 36) entre o dia 2 de janeiro e dia 6 de março de 2016.

Gráfico 1- Número de Manchetes



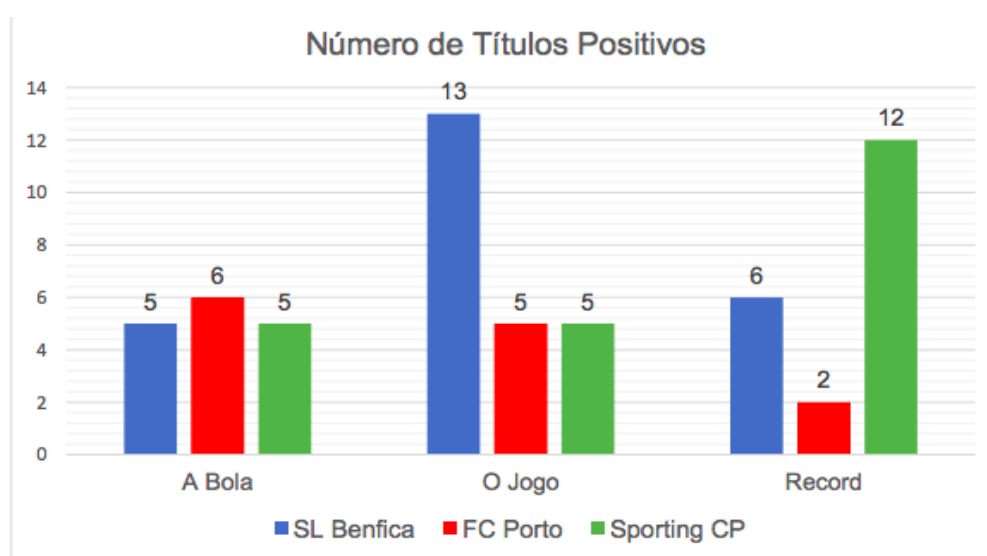
Fonte: Neves (2016, p.22)

Através do número de manchetes, é possível observar no gráfico, que a imparcialidade não está presente, principalmente no jornal *OJOGO*, onde o Futebol Clube do Porto estampou a capa por 44 vezes, enquanto que os seus rivais apenas por sete vezes cada. Já no jornal *ABOLA* a discrepância não apresentada é menor, contudo o Benfica lidera ao aparecer 28 vezes contra as 21 do Sporting e as 17 do Porto. No

Record o clube que apareceu mais vezes na manchete foi o Sporting por 31 vezes, seguido de Benfica com 23 e finalizando, o Porto com sete, ou seja, há uma predominância das equipas de Lisboa.

Outro gráfico desenvolvido por Neves (2016) apresentou uma análise de títulos positivos que cada um dos clubes tinha, quando estava na manchete de cada jornal. Este estudo foi realizado na mesma data que o anterior.

Gráfico 2- Número de títulos positivos por jornal

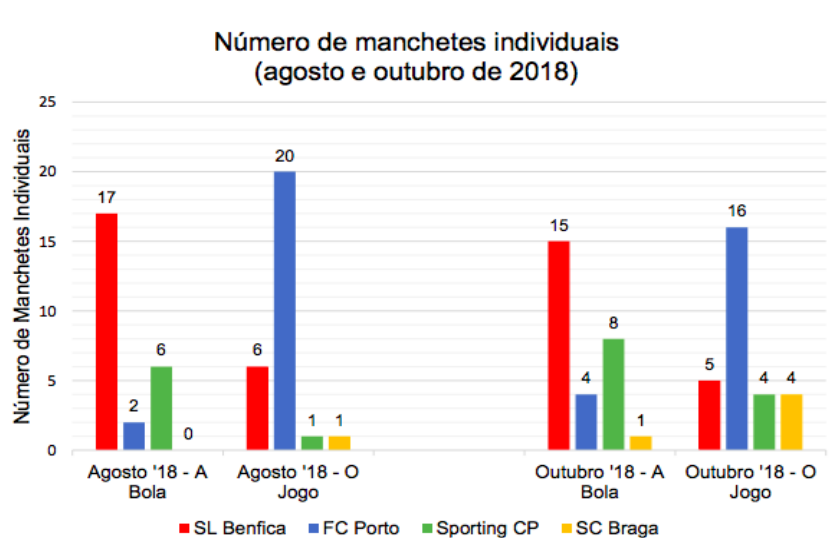


Fonte: Neves (2016, p.24)

Neste gráfico observar-se o número de manchetes positivas que cada clube teve no respetivo jornal. No jornal *ABOLA*, que tem números bastante equilibrados, com o Sporting e Porto a aparecerem por cinco vezes com manchetes positivas e o Benfica mais uma. Já no *Record* os números são diferentes, com o Sporting a aparecer por 12 vezes, o Porto seis e o Benfica apenas duas. O jornal *OJOGO* também tem números bastante diferentes: o Porto aparece 13 vezes com manchetes positivas, contra os rivais de Lisboa a aparecerem apenas cinco.

Em 2018 foi feito o mesmo gráfico, para verificar quantas vezes apareciam os clubes nas capas nos impressos, contudo neste gráfico foi posto o Sporting Clube de Braga, clube minhoto que apareceu nos últimos anos como clube chamado “grande” no contexto nacional. Neste gráfico temos apenas dois jornais, *ABOLA* e *OJOGO*.

Gráfico 3- Número de manchetes individuais



Fonte: Neves (2018, p.31)

Como pode ser observado no gráfico mostrado e desenvolvido em 2018, no mês de agosto, o jornal *ABOLA* colocou o Benfica na capa por 17 vezes, seguido de Sporting com seis, em terceiro o Porto com 2, terminando com o Braga com zero aparições. Já no *OJOGO* o Porto apareceu 20 vezes nas machetes, seguido do Benfica seis vezes, Braga e Sporting apenas uma vez cada. Em setembro do mesmo ano temos algumas alterações, mas a tendência mantém-se.

Com os dados demonstrados, pode-se concluir que essa imparcialidade, que deveria ser uma norma no jornalismo, não existe. E mais, que o jornalismo no século 21 estão cada vez mais a tornar-se um negócio.

Capítulo III - Estudo de Caso

Com o objetivo de verificar se a situação dos jornais se mantém como colocado por Neves (2016), será apresentado um estudo de caso que reaplicará a metodologia utilizada pelo autor. Esta revalidação dos dados e dos métodos permite compreender se os jornais *ABOLA*, *OJOGO* e *Record* permanecem com a tendência de parcialidade relatada nos anos de 2016 e 2018.

3.1. Metodologia utilizada

O presente estudo caracteriza-se como um estudo de caso. Conforme Yin (1990), estudo de caso é, composto por fases, numa primeira fase definir o tema que vai ser estudado. A estrutura de recolha de dados, de forma a encontrar solução para o nosso estudo, tendo em conta se o estudo será de natureza global, ou de natureza encaixada ocorre em um segundo momento.

Boyd & Stasch (1985) são da opinião que o estudo de caso envolve uma análise intensiva de um número pequeno de situações, e por vezes, o número de casos reduz-se a um, ou seja, o estudo intensivo de um caso, dá oportunidade de descobrir relações que não seriam encontradas de outra forma.

Inicialmente, em capítulos anteriores, foram apresentados os conceitos chaves para a realização desta análise proposta. Através de pesquisa bibliográfica, ou seja, leitura de autores relevantes para a comunicação, foram apontados os conceitos de notícia, imparcialidade, parcialidade, sensacionalismo no jornalismo.

No caso deste estudo, o tema foi escolhido pelas preferências do autor, como abordado na introdução e, após esta pesquisa bibliográfica, optou-se por uma recolha de dados baseada no trabalho de (Neves 2016; 2018), tendo em conta o panorama nacional.

Foi utilizada uma pesquisa quantitativa, que segundo (Castro, 1977), procurar uma solução para um problema que é aplicado, ao inverso do que normalmente é recomendado, que é definir o problema e depois estudar a melhor maneira de o resolver. Também foi utilizada uma pesquisa qualitativa, de modo a completar o estudo, tendo em conta as notícias negativas e positivas de cada jornal para cada clube.

Tendo os dados disponíveis, procedeu-se à análise dos mesmos, que segundo (Bryman, 2004), implica um estudo comparativo em dois momentos diferentes, de forma a comparar e ver diferenças num processo de mudança, ou seja, é necessário existir um momento inicial, e um momento final que é comparado com o inicial. Foi feita essa mesma análise num modo inicial, e final.

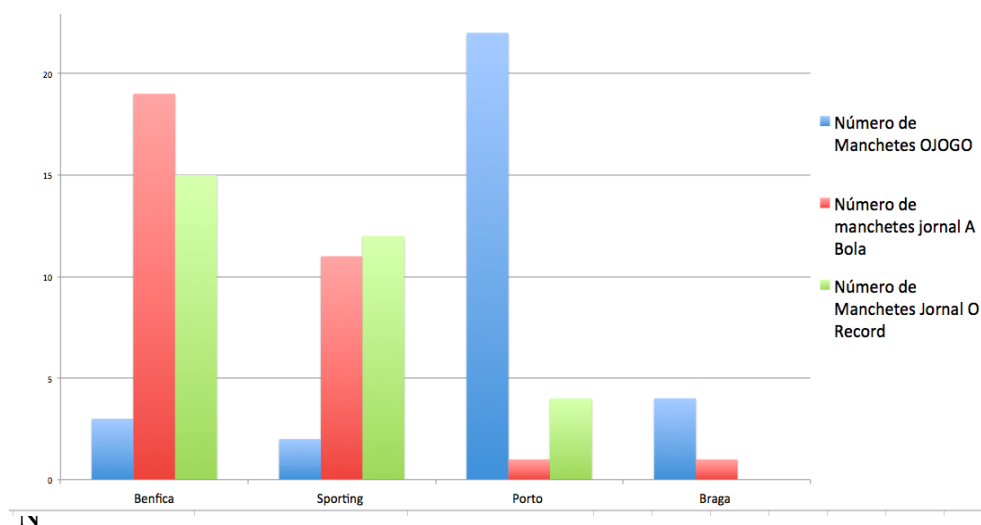
A pesquisa atual foi realizada nos mesmos jornais utilizados por Neves (2016, 2018) *ABOLA*, *OJOGO* e *Record*, no período de transferências 2023, especificamente no mês de agosto. Foram utilizados como parâmetros os mesmos da pesquisa do autor, analisar individualmente cada jornal dia após dia. Exemplo: Dia 1 de Agosto, analisar a capa do Jogo, do record e A bola. Apesar de ser um trabalho exaustivo, é bastante esclarecedor, e torna mais fácil a compreensão. Num segundo momento analisar se as notícias eram positivas ou negativas, entendendo então se havia imparcialidade ou não.

3.2. Análise dos dados

A partir deste tópico será apresentada a pesquisa empírica, ou seja, a análise dos dados coletados.

3.2.1. Número de Manchetes

Gráfico 4- Número de manchetes agosto 2023



Fonte: Autor

Neste gráfico foi levada a cabo uma pesquisa pessoal para verificar, de modo quantitativo, se a imparcialidade está presente ou não nos medias. O mesmo foi elaborado através da observação de cada uma das capas dos jornais *OJOGO*, *ABOLA* e *Record* durante o mês de agosto de 2023. Um mês normalmente de grande tensão nos clubes no que diz respeito as transferências e sem as equipas estarem ainda em competição, ou seja, de forma a observar se os jornais conseguem ser imparciais, visto que todos os clubes partem do mesmo pé de igualdade.

Começando pelo jornal do norte, *OJOGO*, é possível observar no gráfico que o Futebol Clube do Porto é a equipa que mais aparece nas manchetes, presente por 22 vezes nas capas, seguido de Sporting Clube de Braga com quatro. Quanto aos clubes do sul do país, o SL Benfica com três aparições e Sporting Clube com dois. Há claramente uma vantagem substancial do Porto em relação aos três rivais. O Braga aparece como *outsider*, por ter menos mediatismo que os outros clubes, pelas exibições que teve na Champions, sendo também um clube do norte. Finalizado percebe-se que por 26 vezes aparecem as equipas da região do impresso, com o Porto com grande vantagem relativamente ao Braga, e apenas por cinco vezes aparecem aqueles sediados ao sul.

Em seguida temos a análise aos jornais da região sul, começando pelo Jornal *ABOLA*, em que o Benfica tem uma vantagem relativamente ao rival da cidade de Lisboa, Sporting, um com 19 aparições na manchete e o outro com 11. Já o Porto

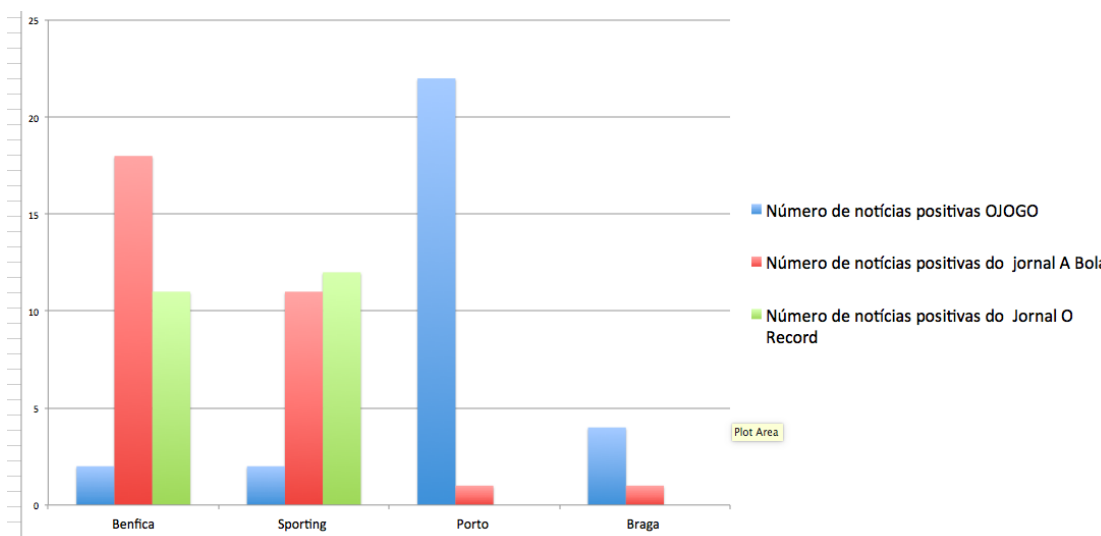
aparece apenas uma vez, em capa partilhada com o Benfica, e o Braga teve “direito” a machete também por uma oportunidade. Posto isto a vantagem dos clubes do sul, relativamente aos do Norte, é gritante, onde por 30 vezes ocupam a capa do jornal, contra apenas duas das equipas nortenhas, apesar de uma delas ser com capa partilhada.

A análise quantitativa é finalizada com o jornal *Record*, onde o paradigma não muda relativamente ao jornal *ABOLA*, visto que os dois clubes nortenhos, Porto e Braga têm pouca ou nenhuma manchete. O Porto aparece apenas com quatro manchetes e não há nenhuma sobre o Braga. O equilíbrio entre Sporting e Benfica é visível, visto o clube da luz ter sido notícia por 15 vezes e os leões por 12, o que torna equilibrado este mês de agosto entre as respetivas equipas. No entanto, conseguiu-se realçar que as equipas do Norte, paralelamente no que acontece com o outro jornal lisboeta *ABOLA*, não têm preponderância, ao contrário do que acontece com os rivais do sul. No total Benfica e Sporting são manchete, separadamente, por 27 vezes e Porto apenas quatro.

A consideração final é que efetivamente existe parcialidade no que diz respeito aos três jornais

3.2.2. Análise Qualitativa das Manchetes dos Jornais

Gráfico 5- Número de manchetes positivas agosto 2023



Fonte: o autor

Neste segundo gráfico foi realizada uma análise às notícias de forma a perceber quantas eram positivas ou negativas.

Seguindo a mesma ordem, começamos pelo jornal *OJOGO*. Como visto no gráfico anterior, o Porto tinha uma grande vantagem ao aparecer na manchete por 22 vezes. Essas 22 manchetes foram todas positivas. De seguida alguns exemplos.

Figura 5- Capa Jornal Ojogo 3 de agosto



Figura 6- Capa Jornal Ojogo 7 de agosto



Figura 7- Capa Jornal Ojogo 24 de agosto



O Braga e o Sporting, apesar de não receber tanto espaço nas capas, aparecem também com manchetes positivas. Contudo, apesar dos outros três clubes terem tido notícias com relevo positivo, o Benfica, das quatro vezes em que aparece, uma é negativa. No dia 27 de agosto, a publicação estampava a manchete “Voos com Turbulência”, onde falava sobre a relação do jogador Neves tem com os adeptos. A linha de apoio apresentava o texto “Neves não saudou adeptos e nem fez treino dos suplentes no final”.

Figura 8- Capa Jornal OJOGO 27 de agosto



Fonte: <https://capasjornais.pt/capas/Arquivo-Jornal-O-Jogo-Mes-Agosto-2023.html>

No jornal *ABOLA* a toada mantém-se parecida com o *OJOGO*, visto que em 31 notícias, apenas uma foi menos boa, relativa ao Benfica, que liderou neste mês de agosto com 19 aparições, mais oito que o rival da cidade, o Sporting.

Figura 10- Capa Jornal a Bola 10 de agosto



Figura 9- Capa Jornal OJOGO 11 de agosto



Figura 11- Capa Jornal a Bola 14 de agosto



De recordar que o Porto não tinha qualquer manchete individual neste jornal, contudo, partilhou uma manchete com o Benfica. Manchete que realçava o facto dos dois clubes se defrontarem na supertaça de Portugal, em que a equipa lisboeta venceu o jogo.

Figura 13- Capa Jornal a Bola 9 de agosto



Figura 12- Capa jornal a Bola 15 de agosto



Fonte: <https://capasjornais.pt/capas/Arquivo-Jornal-A-Bola-Mes-Agosto-2023.html>

A única notícia de cariz negativo foi relativa ao Benfica, com o título de “Mancha Negra”, dando alusão à derrota que o Benfica teve no Bessa com o Boavista onde no final o resultado foi 3-2.

Por fim, no jornal *Record*, também é possível encontrar marcas de parcialidade evidentes, visto que nas quatro vezes em que o Porto aparece na capa, são de cariz negativo. Uma delas foi referente a João Moutinho, jogador que esteve perto de ingressar os dragões mas não se concretizou. A outra mostra-se irônica ao abordar o jogo em que o Porto ganhou nos descontos frente ao Farense, com o título a indicar que Marcano só começou a jogar a partir do minuto 100. Também o Benfica contou com quatro notícias negativas, contudo, teve 11 positivas, o que torna o saldo positivo.

Figura 15- Capa Jornal a Bola 21 de agosto



Figura 17- Capa Jornal Record 15 de agosto



Fonte das quatro imagens: <https://capasjornais.pt/capas/Arquivo-Jornal-Record-Mes-Agosto-2023.html>

Figura 14- Capa Jornal Record 24 de agosto



Figura 16- Capa Jornal Record 22 de agosto



Destacam-se as notícias sobre o Braga, objeto que é estudado por Neves em 2018, pelo crescimento que o clube tem tido no panorama nacional nos últimos dez anos, com títulos nacionais, vendas milionárias, e qualificações para as competições europeias. No mês de agosto de 2023 a equipa se qualificou para a *Uefa Champions League*, o que tornou natural a aparição do clube minhoto.

Figura 19- Capa Jornal OJOGO 30 de agosto



Figura 18- Capa Jornal a Bola 30 de agosto



As seguintes tabelas resumem os resultados encontrados pelo autor.

Tabela 1- Número de Manchetes por equipa

Clubes	Nº Manchetes O jogo	Nº Manchetes A Bola	Nº Manchetes Record	Total
Benfica	3	19	15	37
Sporting	2	11	12	25
Porto	22	1	4	27
Braga	4	1	0	5

Fonte: o autor

Tabela 2- Número de notícias positivas de cada clube em cada Jornal

Clubes	Nº Manchetes O jogo	Nº Manchetes A Bola	Nº Manchetes Record	Total
Benfica	2	18	11	31
Sporting	2	11	12	25
Porto	22	1	0	23
Braga	4	1	0	5

Fonte: o autor

Tabela 3 – Número de com notícias negativas de cada clube em cada jornal

Clubes	Nº Manchetes O jogo	Nº Manchetes A Bola	Nº Manchetes Record	Total
Benfica	1	1	4	6
Sporting	0	0	0	0
Porto	0	0	4	4
Braga	0	0	0	0

Fonte: o autor

Observa-se que, de um modo geral, o clube que recebeu mais atenção nos três jornais foi o Benfica com 37 manchetes no total. Destas, 31 foram positivas e seis negativas e apenas três vezes foram incluídas no jornal nortenho. Segue-se o Sporting, rival da cidade, com 25 aparições, todas elas positivas, com grande parte das manchetes nos jornais de Lisboa, *Record* e *Abola*. Em terceiro lugar aparece o Porto com um total de 27 aparições, sendo que 22 delas foram no mesmo jornal, *OJogo*. De realçar que as quatro vezes em que o clube apareceu noutra jornal, nomeadamente o *Record*, foram todas com manchetes menos positivas. E por último, em quarto lugar aparece o Braga com cinco aparições, todas positivas. Foram cinco capas no total, onde apareceu por quatro vezes na machete do jornal *Ojogo*, realçando essa parceria existente dos jornais em apoiarem mais os clubes da região.

Com estas tabelas conseguimos demonstrar que a parcialidade ainda está presente, nomeadamente os jornais do sul com as equipas do sul, e no norte *OJogo* com as equipas nortenhas, em principal o Porto.

Conclusão

O presente trabalho teve como objetivo perceber como funcionam os jornais desportivos de Portugal em relação as principais equipas de futebol masculino do país.

Há quase 200 anos, como referido no capítulo um, o jornalismo desportivo ainda não havia iniciado em Portugal, mas com o crescimento do mesmo no mundo, acabou por chegar a terras lusas. Não foi algo planeado devido ao futebol, pelo que começou com revistas desportivas que relatavam o importante a nível desportivo naquele século, e futebol ainda não contava na situação. Para se ter uma noção a profissão de jornalista não existia na altura, e para profissionalizar o jornalismo foi uma luta vencida somente no século XX.

Com o passar dos anos, no século passado o futebol já era um dos desportos de eleição na Europa, e Portugal não podia ficar indiferente. Daí a criação de periódicos como *ABOLA e Record*, que davam total atenção a este desporto tão eletrizante. Jornais que desempenharam uma função muito importante numa altura em que as pessoas mais do que nunca estavam com necessidades básicas de informação, onde estes jornais desportivos eram a única maneira de se informar.

Esses jornais que atualmente não são tão requisitados no formato de papel, mas são subscritos online, visto que passamos do analógico para o digital. Mais que nunca os media desempenham uma importância crucial, pelo facto de a sociedade ser “viciada” em informação. Hoje a comunicação é muito mais acessível, fácil e com um custo mais reduzido. Essa influência é referida no capítulo dois, visto que desde cedo somos incutidos de forma inconsciente a mexer num telemóvel, ou num *tablet*.

O público nem sempre procura apenas a informação boa, com comentários e análise de lances de futebol, de estatísticas do jogo, mas também factos ligados a vida e carreira dos jogadores e problemas dos clubes, o que muitas vezes é veiculado no jornal da região da equipa.

Entramos assim na fase final da conclusão, a imparcialidade, ou melhor, parcialidade, visto que essa é a palavra que melhor descreve os jornais desportivos atuais, os que foram referidos no terceiro e último capítulo do projeto. Encontramos marcas de parcialidade evidentes no que toca a esses mesmos jornais, visto que foi feito

um estudo de caso onde consistia numa análise quantitativa e qualitativa. Através da pesquisa quantitativa foi possível perceber quantas vezes cada um dos clubes aparecia na capa dos três jornais. Foi apurado que os jornais do Sul são muito mais ligados aos clubes dessa Região, nomeadamente Sporting e Benfica, enquanto o jornal do Norte, *Ojogo*, dá preferência o clube também da região, O Porto. Já na análise qualitativa verificou-se quantos desses títulos, em que os clubes apareciam, eram negativos ou positivos. Mais uma vez foram encontradas marcas evidentes de parcialidade.

Isto mostra-nos que as pessoas obrigatoriamente têm de escolher mais de um jornal para lerem ou verem as notícias. Essa multiplicidade é benéfica para o Futebol Nacional, visto que em muitos casos, verificou-se que as manchetes procuravam, mais do que discutir, denegrir a imagem dos clubes com títulos sensacionalistas. O futebol continua a ser o desporto rei em Portugal e a atrair milhões de pessoas. Esta realidade pode ser alterada, a começar pelas escolhas dos leitores e o respeito a informação pelos jornalistas, de modo que permitam ao público tomar decisões a partir da multiplicidade de pontos de vista e da busca pela imparcialidade.

Esta pesquisa não se mostra definitiva e novos estudos podem trazer outra visão a respeito do que ocorre nos media dedicados ao jornalismo desportivo, hipótese que poderá ser desenvolvida pelo autor em novas investigações.

Referências bibliográficas

Aguiar, Azevedo. (2016) . A notícia e a lógica das sensações: uma contribuição para as teorias do jornalismo. Chasqui, Quito, n. 132, p. 225-243.

Angrimani Sobrinho, Danilo. Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

Barradas, A. P. M. (2017). *Jornal Record: o destaque concedido aos 'clubes pequenos'*. Dissertação de Mestrado - Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social). (Em linha). Disponível em <<https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/8041>. > . (Consultado e 16/08/2023).

Beltrão, L. (1992) Iniciação à filosofia do jornalismo. Rio de Janeiro: Agir.

Boyd, Westfall & Stasch. (1985). Marketing research: texto and cases. Illinois.

Briggs, A., & Burke, P. (2002) Uma história social da mídia: de Gutemberg à Internet. Oxford: Polity Press.

Bryman, Alan. (2004). Social Research Method. Oxford, University Press.

Castells, M. (2012) A Sociedade em Rede. 4ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castro, Cláudio de Moura. (1977). A prática da pesquisa. São Paulo, McGraw Hill do Brasil.

Correia, Henrique (2015). PAIXÃO SEMPRE...FANATISMO NUNCA. A Imparcialidade no Jornalismo Desportivo [Futebol], Dissertação de mestrado em Comunicação nas Organizações, Lisboa, Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias de Informação, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Esteves, João Pissarra (2003), Espaço público e democracia: comunicação, processos de sentido e identidades sociais. Lisboa: Colibri.

Esteves, A. F. L. (2011). *Os critérios económicos como factores predominantes na construção das manchetes da imprensa diária desportiva: análise das primeiras páginas de A Bola, O Jogo e Record durante 2010*. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. (Em linha). Disponível em <<https://eg.uc.pt/handle/10316/20198>.> (Consultado em 17/08/2023).

Ferreira, P. M. S. (2017). *O Jornalismo Desportivo em Portugal*. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Letras da Universidade da Beira Interior. (Em linha). Disponível em <<https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/7864>.> (Consultado em 17/08/2023)

Fonseca, Teresa (s.d.), “A Educação para os media”. (Em linha). Disponível em <<http://www.dgicd.minedu.pt/inovbasic/proj/media/2000/index.html>>. (Consultado em 17/08/2023).

Folgado, J. M. D. M. (2017). *A produção de informação desportiva*

Fontcuberta, Mar de. *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós, 1993.

Gouveia, Luís Manuel Borges (2004), “Sociedade da informação: Notas de contribuição para uma definição operacional”. (Em linha). Disponível em <http://www2.ufp.pt/~lmbg/reserva/lbg_socinformacao04.pdf>(Consultado em 18/08/2023).

Grando, Artur Antônio (2012). “O princípio da imparcialidade como limite ao exercício do poder discricionário”, *Polis: Revista de Estudos Jurídico-políticos*, nº 18/21.

Lopes, P. (2010) *Jornalismo e linguagem jornalística: Revisão conceptual de base bibliográfica*. Universidade Autónoma de Lisboa, pp. 1-15.

Marivoet, S., Bittencourt, M., Melo, V. A. & Tonini, M. D. (2015). *O que é o futebol?*. Lisboa: Escolar Editora.

Mccombs, Maxwell (2011), “The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion” (Online). (Em linha). Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/237394610_The_AgendaSetting_Role_of_the_Mass_Media_in_the_Shaping_of_Public_Opinion>(Consultado em 17/08/2023)

Moritz, B. (2014). *Rooting for the story: Institutional sports journalism in the digital age*. (Tese de doutoramento, Syracuse University). Syracuse University Libraries SURFACE. (Em linha). Disponível em <<https://surface.syr.edu/etd/171/>> (Consultado em 18/08/2023)

Murta, D. (1997). *O Mercado Português dos Jornais Desportivos*. Coimbra. Universidade de Coimbra.

Neves, Ivo Miguel Costa (2016). *A Imparcialidade na imprensa diária desportiva em Portugal: Os casos de FC Porto, SL Benfica e Sporting CP*, Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Oliveira, C. (2012). *Estudo comparativo entre jornais desportivos nacionais e internacionais*. [Em linha]. Disponível em <<https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/5793?locale=en>>. [Consultado em 13/09/2023.].

PEDROSO, Rosa Nívea. *A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista*. São Paulo: Annablume, 2001.

Pinheiro, F. (2009). *História Da Imprensa Periódica Desportiva Portuguesa (1875-2000)* (Tese de doutoramento, Universidade de Évora). Repositório Digital de Publicações Científicas da Universidade de Évora. <https://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/12226>

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

Pinheiro, F. (2011). História da Imprensa Desportiva em Portugal. Editora Afrontamento: Porto.

Saperas, Enric (1987). Os efeitos cognitivos da comunicação de massas, Porto, Edições ASA.

Schudson, Michael. The power of the news. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

Sorlin, Pierre (1997), Mass Media. Oeiras: Celta Editora.

Silva, R. (2010) A transição do jornalismo - do século XIX ao século XX. Universidade Estadual Paulista.

Washburn, P. and Lamb, C. (2020). Sports Journalism: A History of Glory, Fame and Technology. University of Nebraska Press.

Yin, Robert. (1990). Case study research: design and methods. EUA: Sage Publications.

Outros.

(Em linha). Disponível em <[https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$a-bola](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$a-bola) >
(Consultado em 10/08/2023).

(Em linha). Disponível em <<https://www.abola.pt/Nnh/Noticias/Ver/529570>>
Consultado em (10/08/2023).

(Em linha). Disponível em <https://www.record.pt/historia-record/detalhe/20151221_1438_record--a-historia> (consultado em 11/08/2023).

(Em linha). Disponível em <<https://www.record.pt/especial/detalhe/quando-record-passou-a-ser-diario-933903>> (Consultado em 11/08/2023).

(Em linha). Disponível em <[https://pt.wikipedia.org/wiki/O_Jogo_\(jornal\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/O_Jogo_(jornal))>
(Consultado em 12/08/2023).

(Em linha). Disponível em <<https://mundoeducacao.uol.com.br/redacao/noticia.htm>>
(consultado em 16/08/2023).

Diana, D. (s.d). Gênero Textual Notícia. (Em linha). Disponível em <<https://www.todamateria.com.br/genero-textual-noticia/> > (Consultado em 10/09/2023).

(Em linha). Disponível em <<https://capasjornais.pt/capas/Arquivo-Jornal-A-Bola-Mes-Agosto-2023.html>> (consultado em 09/09/2023).

(Em linha). Disponível em <<https://capasjornais.pt/capas/Arquivo-Jornal-Record-Mes-Agosto-2023.html>> (Consultado em 10/09/2023).

(Em linha). Disponível em <<https://capasjornais.pt/capas/Arquivo-Jornal-O-Jogo-Mes-Agosto-2023.html>> (Consultado em 11/09/2023).

(Em linha). Disponível em <<https://www.apct.pt/analise-simples>> (Consultado em 18/08/2023).