



UNIVERSIDADE  
CATÓLICA  
PORTUGUESA

**A MEDIATIZAÇÃO DO FUTEBOL DE FORMAÇÃO EM PORTUGAL**

**Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau  
de Mestre em Ciências da Comunicação – Media e Jornalismo**

**Por**

**Rafael Santos Bernardes**

**Faculdade de Ciências Humanas**

**Janeiro de 2020**



**UNIVERSIDADE  
CATÓLICA  
PORTUGUESA**

**A MEDIATIZAÇÃO DO FUTEBOL DE FORMAÇÃO EM PORTUGAL**

**Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau  
de Mestre em Ciências da Comunicação – Media e Jornalismo**

**Por**

**Rafael Santos Bernardes**

**Faculdade de Ciências Humanas**

**Sob a orientação de Professor Doutor Fernando Ilharco**

**Janeiro de 2020**

## RESUMO

O processo de mediatização é um fenómeno essencial na cobertura de determinados acontecimentos, nomeadamente no contexto do jornalismo desportivo, que tem vindo a conquistar especial destaque enquanto área de especialização jornalística em Portugal. Sendo o futebol uma modalidade que se transformou, nas últimas décadas, numa poderosa indústria e num meio de elevada expressão social, procuraremos compreender de que modo é mediatizado o futebol de formação na imprensa desportiva diária, numa análise que se pretende atual face ao tema em epígrafe.

Como tal, pretendemos investigar a forma como o futebol de formação em Portugal é alvo de cobertura mediática pelos jornais desportivos diários, concretamente pelos órgãos de comunicação social *A Bola* e *O Jogo*. Um processo determinante para a espetacularização deste fenómeno, assim como para o fortalecimento e enriquecimento da relação entre os *media* e a área da formação de jovens futebolistas.

Quanto à recolha de dados, serão consultadas todas as edições da primeira semana de cada mês do ano de 2018 dos citados jornais para posteriormente analisar todos os conteúdos noticiosos que abordem o futebol de formação. Este critério prende-se com o facto de pretendermos focar a análise na atualidade e em distintos períodos do ano. Também serão realizadas entrevistas a José Couceiro, Diretor Técnico Nacional; Ricardo Vaz Monteiro, autor da obra “A Minha Causa”; e Rui Santos, jornalista especializado em futebol de formação.

Portanto, consideramos relevante aprofundar o estudo em torno da mediatização do futebol de formação e das suas potencialidades, dado que é um tema pouco investigado pela comunidade científica, mas de gradual interesse académico e mediático.

**Palavras-chave:** Mediatização; Jornalismo especializado; Futebol; Futebol de formação; e Imagem e Reputação das organizações desportivas.

## **ABSTRACT**

The mediatization process is an essential phenomenon in the coverage of certain events, namely in the context of sports journalism, which has been gaining special prominence as an area of journalistic specialization in Portugal. Being a football modality that has transformed, in recent decades, a powerful industry and a means of social expression, it seeks to understand how it is mediatized the youth football in the daily sports press in 2018, an analysis that is currently presented in relation to the above theme.

As such, we want to investigate the way that youth football in Portugal is the target of media coverage by the daily sports newspapers, specifically by the portuguese newspapers *A Bola* and *O Jogo*. A determining process for the spectacularization of this phenomenon, as well as for the strengthening and enrichment of the relationship between the media and the form area of young footballers.

Regarding the data collection, we will consult all editions of the first week of each month of the year 2018 of the mentioned newspapers to later analyze all the news contents that address the youth football. This criterion relates to the fact that we want to focus the analysis on the present time and in different periods of the year. Interviews will also be conducted with José Couceiro, National Technical Director; Ricardo Vaz Monteiro, “A Minha Causa” author; and Rui Santos, specializing journalist in youth football.

Thus, we consider it relevant to deepen the study around the mediatization of football and its potentialities, since it is a subject little investigated by the scientific community, but of gradual academic and media interest.

**Keywords:** Mediatization; Specialized journalism; Football; Youth football; and Image and Reputation of sports organizations.

*O Homem é do tamanho do seu sonho.*

Fernando Pessoa

## **AGRADECIMENTOS**

Prestes a terminar mais uma importante etapa da minha vida, quero agradecer a todos aqueles que tornaram possível a concretização deste projeto, centrado na mediatização do futebol de formação, um tema com enorme potencial para a academia. Sendo um trabalho individual, só foi possível graças à colaboração de muitas pessoas, cujos contributos foram determinantes para os resultados alcançados.

Começo por agradecer aos meus pais pelo constante incentivo, pelas ideias, mas sobretudo por tudo aquilo que me proporcionaram ao longo do meu percurso pessoal e académico e por todos os conselhos transmitidos. Devo-lhes muito pela pessoa que sou e os seus ensinamentos guardá-los-ei para toda a vida. São para mim uma grande referência, um orgulho, e, como tal, dedico-lhes mais esta conquista!

À minha querida Sara, por toda a força e determinação que me transmitiu em todos os momentos. Sempre disponível para ler os meus textos e dar-me a respetiva opinião. Muitos momentos partilhámos, numa união que me permite dizer que tenho a mulher certa a meu lado. Esta vitória também é dela!

Aos meus avós, onde aqui também presto a minha sincera homenagem. De uma forma ou de outra, todos eles são uma inspiração para mim. Daniel e Maria do Rosário, os meus segundos pais. Um muito, muito obrigado a eles por tudo! Ao Joaquim e à Maria Odete que, apesar da distância, sempre estiveram presentes ao longo deste percurso.

Ao Professor Fernando Ilharco, orientador, pela forma e pela disponibilidade que sempre demonstrou ao longo deste caminho, pelo apoio e compreensão que dedicou a este estudo, mas também pelos seus critérios de investigação e rigor científico.

Uma palavra de apreço, também, para o Professor Nuno Brandão, nomeadamente pelos conselhos que me transmitiu ao longo de Seminário de Investigação II e de outras perspetivas que me permitiram encarar alguns momentos do trabalho com um outro olhar.

Aos colegas de turma que partilharam comigo momentos de reflexão e da amizade que resultou destes dois anos de convivência, dos trabalhos de grupo às simples trocas de ideias. Também eles contribuíram para o enriquecimento desta investigação.

Aos entrevistados que, desde o primeiro contacto, demonstraram total disponibilidade para colaborar neste estudo. Um muito obrigado ao José Couceiro, Diretor Técnico Nacional, ao Ricardo Vaz Monteiro (Tarantini), jogador e autor da obra “A Minha Causa” e ao Rui Santos, jornalista especializado em futebol de formação.

A todos os professores da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, bem como aos serviços académicos, na pessoa de Cristina Nunes. Foi uma honra poder representar esta instituição de referência internacional.

Por fim, aproveito para expressar a minha felicidade por, já no decorrer do meu percurso no Mestrado, ter a oportunidade de integrar o Canal 11, da Federação Portuguesa de Futebol. Uma equipa que me acolheu de braços abertos, onde tenho a possibilidade de conviver e de aprender junto de alguns dos melhores jornalistas do país e de grandes referências. Um sonho tornado realidade.

# Índice de Conteúdos

<b>Introdução</b> .....	10
<b>Capítulo 1 - Media: o Ambiente Mediático</b> .....	15
1.1. Mediatização.....	16
1.2. Sociedade Mediática.....	20
1.3. Ambiente Digital .....	22
<b>Capítulo 2 - Jornalismo Especializado</b> .....	27
2.1. Jornalismo desportivo.....	29
<b>Capítulo 3 - Futebol de Formação</b> .....	32
3.1. O futebol enquanto fenómeno social .....	33
3.2. Gestão, imagem e reputação nas organizações desportivas .....	36
3.3. O contexto do futebol de formação em Portugal .....	39
3.4. Entidade Formadora: Processo de Certificação.....	42
<b>Capítulo 4 – Metodologia Empírica</b> .....	44
4.1. Mapa conceptual.....	47
4.2. Análise de Conteúdo .....	48
4.2.1. Apresentação da Análise de Conteúdo.....	49
4.2.1.1. Comparação entre os jornais analisados e o número de conteúdos noticiosos recolhidos em cada mês .....	53
4.2.1.2. Comparação entre os jornais analisados e o género jornalístico .....	54
4.2.1.3. Comparação entre os jornais analisados e a secção.....	55
4.2.1.4. Comparação entre os jornais analisados e a ocupação dos conteúdos na página do jornal .....	56
4.2.1.5. Comparação entre os jornais analisados e a localização dos conteúdos na página do jornal .....	57
4.2.1.6. Comparação entre os jornais analisados e a presença dos conteúdos na do jornal.....	58
4.2.1.7. Comparação entre os jornais analisados e a presença de imagem.....	59
4.2.1.8. Comparação entre os jornais analisados e o autor da peça.....	60



4.2.1.9. Comparação entre os jornais analisados e o sentido dos conteúdos noticiosos recolhidos.....	61
4.2.1.10. Comparação entre os jornais analisados e o assunto dos conteúdos .....	62
4.3. Entrevistas .....	63
4.3.1. Apresentação das Entrevistas .....	65
4.3.1.1. Papel dos clubes no processo de formação de jovens atletas e seus principais intervenientes e respetivas funções.....	66
4.3.1.2. O interesse mediático na criação, projeção e consolidação de uma imagem das instituições formativas.....	67
4.3.1.3. A mediatização do futebol de formação em Portugal pelos jornais desportivos diários <i>A Bola</i> e <i>O Jogo</i> .....	68
4.3.1.4. A dificuldade na cobertura mediática do futebol de formação.....	69
4.3.1.5. A representatividade do futebol de formação pelos órgãos de comunicação social em estudo.....	69
4.3.1.6. A mediatização das camadas jovens do SL Benfica.....	70
4.3.1.7. O impacto das conquistas europeias da Seleção Nacional de Sub-19 e da equipa de Sub-19 do FC Porto para o interesse dos <i>media</i> pelo futebol de formação .....	71
4.3.1.8. A mediatização dos jovens Laurindo e Guilherme Melo. Perspetivas de como estes exemplos mediáticos devem ser geridos pelos clubes .....	72
<b>Capítulo 5 - Análise e reflexão: Media, Sociedade e Futebol.....</b>	<b>73</b>
<b>Conclusão .....</b>	<b>87</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>90</b>
<b>Webgrafia .....</b>	<b>93</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>94</b>
<b>Índice de figuras</b>	
<b>Figura 1 – Mapa conceptual .....</b>	<b>47</b>
<b>Índice de tabelas</b>	
<b>Tabela 1 – Grelha da Análise de Conteúdo (Manual de Codificação) .....</b>	<b>50</b>

## **Introdução**

A presente investigação visa analisar como o futebol de formação em Portugal é alvo de representação pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo*, de acordo com o tema em estudo: a mediatização do futebol de formação. Ou seja, aferir o grau de cobertura mediática que os jornais desportivos *A Bola* e *O Jogo* concedem ao futebol de formação. Para tal, definimos a pergunta de partida: Que representação tem o futebol de formação na imprensa desportiva diária em Portugal?

Sendo a mediatização um processo relevante na cobertura de determinados fenómenos, torna-se pertinente investigar o seu papel na abordagem ao futebol de formação e às suas potencialidades, dado que é um tema pouco explorado pela comunidade científica, nomeadamente na área das Ciências Sociais. Contudo, o elevado interesse do autor por esta temática procurará contribuir para o fortalecimento e enriquecimento da relação entre os *media* e a área da formação de jovens futebolistas.

A teoria da mediatização permite descrever as tendências globais de desenvolvimento da sociedade, em diferentes contextos e, por meio de análise concreta, demonstrar os impactos dos *media* sobre várias instituições e domínios da atividade humana (Hjarvard, 2008). As abordagens mais recentes sobre o tema referem que a relação entre a comunicação e o desporto é um assunto pouco explorado pela academia, mas de atenção crescente. Deste modo, torna-se importante realçar que, apesar da investigação do futebol nas Ciências Sociais, incluindo os estudos de comunicação, se ter desenvolvido a partir do século XX, assume-se determinante evidenciar que houve e há ligações temáticas, conceitos e metodologias a serem explorados (Meneses & González, 2013).

Este estudo pretende analisar a forma como o futebol de formação é representado em termos mediáticos pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo*. Portanto, seguem-se os objetivos propostos para a execução da investigação:

### **Objetivo de investigação:**

Compreender a mediatização do futebol de formação na imprensa desportiva diária em Portugal.

### **Objetivos específicos:**

- Aferir o nível de cobertura mediática que os jornais desportivos *A Bola* e *O Jogo* atribuem ao futebol de formação;
- Analisar o papel da imprensa desportiva na criação, na consolidação e na projeção de uma imagem das instituições formativas;
- Identificar o género jornalístico que mais se destaca, o assunto, a secção, a ocupação na página e a presença na capa dos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo* de conteúdos noticiosos sobre futebol de formação;
- Enumerar as principais diferenças na cobertura mediática do futebol de formação entre os jornais *A Bola* e *O Jogo* no período analisado.

Assim, na primeira fase do trabalho pretendeu-se fundamentar o tema da investigação com uma sustentação teórica que permitisse enquadrar eficazmente a pesquisa bibliográfica. Para a realização do trabalho de campo recorreremos à análise de conteúdo e à entrevista. Por sua vez, este projeto contará com a definição e contextualização dos seguintes conceitos-chave: Mediatização; Jornalismo especializado; Futebol; Futebol de formação; e Imagem e Reputação nas organizações desportivas.

No ponto subsequente à Introdução, referente ao enquadramento teórico e conceptual da temática, pretendemos compreender os mecanismos que envolvem a mediatização e a questão do futebol de formação. Posteriormente, apresentaremos o processo de pesquisa da investigação que corresponde às perguntas do estudo, inseridas na metodologia, onde serão devidamente descritos e justificados os métodos e as técnicas utilizados, assim como o contributo que a pesquisa pode ter nas respostas aos problemas evidenciados e na promoção e enriquecimento do interesse sobre o tema. Por último, apresentaremos os resultados e a respetiva reflexão final sobre o estudo desenvolvido, juntamente com as principais conclusões resultantes da investigação.

Primeiramente torna-se pertinente referir o *Regulamento do Estatuto, da Categoria, da Inscrição e Transferência dos jogadores*, publicado pela Federação Portuguesa de Futebol (FPF). Datado de 25 de junho de 2015, e alterado pela última vez em 29 de junho de 2018, na reunião do Comité de Emergência da FPF, este documento estabelece, entre outros aspetos, as normas relativas ao estatuto e categoria do jogador, assim como a qualificação para participar em provas ou competições oficiais e o regime aplicado à transferência de

atletas entre clubes. Assim, é necessário saber o que diferencia um atleta amador de um profissional. De acordo com o Artigo 4.º (capítulo II) do citado regulamento, um jogador assume o estatuto de amador caso o seu vínculo a um clube não resulte de um contrato de trabalho subordinado, não auferindo qualquer retribuição, sem prejuízo do direito a receber uma compensação pelas despesas efetivamente incorridas no exercício da atividade. Por sua vez, o jogador profissional insere-se nesta categoria sempre que celebre contrato de trabalho desportivo com um clube, auferindo retribuição pela prestação da sua atividade. De salientar que um atleta que participe em provas de futebol organizadas pelas associações distritais e regionais, pela Liga Portuguesa de Futebol Profissional (LPFP), pela FPF ou por Entidade protocolada é profissional ou amador.

No que toca aos escalões de formação (Artigo 7.º), de acordo com a sua idade, os jogadores podem ser inscritos nas seguintes categorias: Júnior A (Júnior – Sub-19); Júnior B (Juvenil – Sub-17); Júnior C (Iniciado – Sub-15); Júnior D (Infantil - Sub-13); Júnior E (Benjamin – Sub-11); Júnior F (Traquina – Sub-9); e Júnior G (Petiz – Sub-7). O jogador inscrito nas categorias de Infantil, Iniciado, Juvenil e Júnior pode participar, sem perda da sua categoria, em jogos da categoria imediatamente superior, desde que uma avaliação médica prévia lhe confira aptidão para o efeito. No que toca aos escalões de Petiz, Traquina, Benjamin, Infantil, Iniciado e Juvenil, todas as suas equipas podem ser compostas por atletas femininos e masculinos. Quanto às atividades lúdicas (Artigo 8.º), o jogador de futebol com a categoria de Petiz, Traquina e Benjamin apenas tem a possibilidade de participar em atividades de cariz lúdico ou em encontros que incluam jogos sem tabela classificativa.

Para poderem exercer a atividade desportiva competitiva ou de recreação e lazer, os jogadores têm de ser registados na FPF como amador ou como profissional (Artigo 10.º). Assim sendo, com o respetivo registo na FPF o jogador fica obrigado a cumprir e respeitar os estatutos e regulamentos da *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA), da *Union of European Football Associations* (UEFA) e da FPF. Ainda no que diz respeito ao registo dos jogadores, de salutar que durante uma época desportiva um jogador apenas pode ser registado em três Clubes, no entanto não pode ser utilizado em jogos oficiais por mais do que dois Clubes, nem estar registado simultaneamente em mais do que um.

Nos Contratos de Formação (Artigo 14.º), apenas podem ser contratados como formandos os jovens que, tendo cumprido a escolaridade obrigatória, tenham idade compreendida

entre 14 e 18 anos. Por outro lado, podem celebrar contratos de formação desportiva os clubes com estatuto de entidade formadora, devidamente certificado pela FPF, mediante o qual esta se obriga a prestar ao atleta uma formação adequada ao desenvolvimento da sua capacidade técnica e à aquisição de conhecimentos à prática do futebol, ficando o formando obrigado a executar as tarefas inerentes a essa formação. Ou seja, a celebração do contrato de formação depende da realização de exame médico, a promover pela entidade formadora, que certifique a capacidade física e psíquica adequada ao desempenho da atividade. Por outro lado, a eficácia dos contratos de formação depende do seu registo na FPF, que deverá ser assinado pelo representante do Clube, pelo formando e pelo seu representante legal.

Quanto à Inscrição de menores em academias (Artigo 37.º), torna-se definir o próprio conceito de Academia. De acordo com o presente regulamento, o termo Academia consiste numa organização ou entidade jurídica independente, nomeadamente, os centros de treino de futebol, os centros de estágio de futebol e as escolas de futebol, pertencentes ou não a clubes, cujo principal objetivo é providenciar treino, através da disponibilização das necessárias instalações, infraestruturas e recursos humanos. Portanto, os Clubes que estejam ligados a uma Academia são obrigados a comunicar à FPF o período temporal previsível de estadia dos menores e a enviar uma cópia certificada dos respetivos elementos identificativos. Com o registo, as Academias e os jogadores obrigam-se a praticar o futebol de acordo com os Estatutos da FIFA e a respeitar e promover os princípios éticos do futebol organizado.

Compensação por Formação – Direito a compensação (Artigo 38.º), os Clubes que participarem na formação do jogador têm direito a uma compensação financeira, nomeadamente quando o atleta celebra o primeiro contrato de trabalho desportivo até ao final da época em que complete 23 anos de idade, que poderá ocorrer no período compreendido entre os 12 anos de idade e o referido dia em que o jogador celebra o primeiro contrato laboral. Mas também no caso de voltar a ser considerado profissional nos trinta meses seguintes após ter sido considerado amador. Numa compensação de formação no período compreendido no período entre a reaquisição do estatuto de amador e a reaquisição do estatuto de profissional. Ambas as situações apenas são concedidas aos clubes certificados pela FPF, consoante o Regulamento de certificação das entidades formadoras.

Por outro lado, os níveis de motivação do autor para a realização deste projeto são elevados, dado o seu particular interesse pelo futebol de formação. Através da investigação esperamos contribuir para a relação, em termos mediáticos, entre os meios e órgãos de comunicação social e o futebol de formação, um dos pilares fundamentais de uma das modalidades com maior interesse dos *media* à escala global.

# **CAPÍTULO 1**

## **MEDIA: O AMBIENTE MEDIÁTICO**

## 1.1. Mediatização

Hjarvard (2013: 8) salienta que a noção de mediatização tem vindo a ser utilizada em diversos contextos para caracterizar a influência que os *media* exercem sobre um conjunto de fenómenos. De acordo com esta questão, os investigadores na área dos *media* procuram desenvolver este conceito de modo a promoverem uma compreensão mais coerente e precisa da mediatização enquanto processo social e cultural.

Numa fase inicial, a mediatização foi aplicada ao impacto dos *media* na comunicação política. Contudo, face à evolução temporal, este conceito tem vindo a ser associado às áreas do *marketing* e da cultura de consumo (Hjarvard, 2008: 108). Para Correia (2000: 198), a comunicação mediatizada traduz-se na constituição da experiência comum e da memória coletiva, com profundas implicações no nosso quotidiano, nomeadamente ao nível das formas de perceção e conhecimento, da prática política, da vivência das relações de poder e da experiência íntima de cada indivíduo.

Androutsopoulos (2014: 10) considera relevante a aplicação do conceito de mediatização em estudos de comunicação para a análise crítica da relação entre mudanças socioculturais e *media* – mudança comunicativa. Nesse contexto, a mediatização «aponta para mudanças sociais nas atuais sociedades contemporâneas e na forma como os *media* abordam estas mesmas alterações». Isto é, a mediatização promove uma mudança na sociedade, relacionada com o papel dos *media* e da comunicação por eles veiculada.

A mediatização significa um processo histórico, contínuo e de longo prazo no qual os meios informativos despontam cada vez mais, sendo alvo de institucionalização (cf. Androutsopoulos, 2014). Por outro lado, Agha *apud* Androutsopoulos (2014) descreve a mediatização como um caso especial de mediação. Enquanto a mediação se refere a todos os meios semióticos pelos quais as pessoas se relacionam entre si, dentro de quadros de atividade comunicativa, a mediatização refere-se a práticas institucionais que interligam processos de comunicação a processos de ‘comoditização’.

Figueiras (2017: 39) defende que com o processo evolutivo da mediação para a mediatização, os *media* deixaram-se de caracterizar apenas como «canais técnicos de comunicação», subjacentes a uma capacidade de disseminação de mensagens em larga escala, para se assumirem como «atores organizados que prosseguem determinados



objetivos próprios» e atuam no sentido de concretizar esses mesmos objetivos. Neste seguimento, a autora destaca o conceito de mediatização como estando em desenvolvimento, sobretudo para «os *media* como estruturas, ou seja, práticas institucionalizadas que cada vez mais influenciam outras esferas sociais».

Por outro lado, dentro da lógica dos *media*, Figueiras (2017) salienta que os meios de comunicação são administrados pelos seus próprios interesses, normas e regras, isto é, regras específicas de seleção, interpretação e construção de mensagens. Acrescentando que o desenvolvimento dos novos *media* permitiu um conjunto de mudanças nos meios convencionais, tornando-os multimédia. O próprio surgimento da Internet veio alterar um conjunto de fatores neste âmbito, nomeadamente a produção noticiosa e os seus formatos; o ritmo das notícias; bem como a consumo da informação. Dando corpo ao que hoje em dia apelidamos de ambiente digital, caracterizado por um intenso fluxo comunicativo através de variadas plataformas e canais.

Portanto, Hjarvard (2008) como Figueiras (2017) enfatizam que o conceito de mediatização assenta na compreensão do «processo de influência crescente dos meios de comunicação em todas as esferas da sociedade» (Figueiras, 2017: 37). Processo este de real interesse face a outros processos relevantes de mudança social, concretamente a globalização, a modernização e a individualização (cf. Hjarvard, 2008).

Perante a poderosa indústria em que se transformou ao longo das últimas décadas, o futebol passou a ser considerado uma área «atrativa para as televisões, na medida em que atrai expressivos índices de audiências e, conseqüentemente, significativas receitas publicitárias» (Lopes & Pereira, 2006: 10). Transformação esta ocorrida, segundo Serrado e Serra (2014: 77), na década de 80, sobretudo derivado do aceleramento do processo de industrialização do futebol em Portugal. Face à profissionalização e conseqüente posicionamento desta modalidade no contexto social, enquanto espetáculo, assistimos, de acordo com os autores, «a uma intromissão da televisão no mundo do desporto».

Logo, a mediatização do futebol capta a atenção dos jornalistas, bem como de um vasto conjunto de telespetadores, leitores e ouvintes que garantem quotas significativas de audiências e de mercado publicitário, constituindo uma realidade desportiva promovida por complexas alianças de interesse, principalmente, entre as federações, clubes, estados, empresas e outras organizações (Meneses & González, 2013: 51). Os autores acrescentam

que, sendo o futebol um espetáculo mediatizado, por excelência, acaba por incrementar paulatinamente a exploração de um conjunto de dimensões enquanto objeto de estudo.

Cardoso, Xavier e Cardoso (2007: 119) apontam para a importância social e cultural do desporto e do futebol na sociedade atual, sublinhando que o conceito de fenómeno social pode ser evocado, na medida em que permite mobilizar uma parte significativa da sociedade e das instituições que lhe estão subjacentes. Para os citados autores, «os *media* são também uma fonte de influência sob as perceções individuais» (2007: 121), sobretudo através dos noticiários, telenovelas, programas de informação ou transmissões de desporto que informam sobre os estilos de vida e as mudanças sociais na família, bem como no trabalho. Os autores sublinham que, atualmente, o papel dos *media* na construção identitária em torno do futebol é essencial, uma vez que os clubes de futebol são instituições de elevada importância nas comunidades em que estão inseridos por fazerem parte da sua cultura, congregada ao fenómeno da globalização.

Neste contexto, a televisão é vista como um meio essencial para a industrialização do futebol. Para Serrado e Serra (2014: 77), foi através da televisão que o futebol passou a ser «consumido de uma forma massiva e generalizada», aditando que a cobertura televisiva desta modalidade pode incrementar um conjunto de benefícios e de rentabilidade, nomeadamente ao nível da publicidade e da sua difusão. Na ótica dos autores, o futebol «evoluiu muito nos últimos anos no nosso país, ganhando cada vez mais adeptos, e enraizando-se na cultura desportiva portuguesa» (2014: 11), tornando-se numa das modalidades que mais suscita a atenção dos *media*.

A dimensão atingida pelo futebol, em grande parte potenciada pela cobertura mediática de que é alvo, cria uma poderosa indústria que coloca vários obstáculos aos jornalistas. Por exemplo, segundo a reflexão de Lopes e Pereira (2006: 10), como é possível mediatizar uma conferência de imprensa com os treinadores das equipas em jogo, sem promover os patrocínios que são aí publicitados? Ou como relatar a performance dos jogadores, sem com isso influenciar o seu preço de mercado?

Daniel (2016) acredita que sucesso do futebol, mediático e universal resulta da capacidade ímpar de agrupar os indivíduos em torno de um conjunto de intensas sensações, também elas sentidas de uma forma muito própria, como sedução, paixão, ódio, revolta, encantamento, descrença, euforia, depressão. Deste modo, o autor realça a congregação de

razões de orgulho, assim como sentimentos de pertença que nos conduzem, enquanto adeptos, à construção da nossa identidade individual.

Perante este contexto, enfatiza que «a relevância do fenómeno futebol na sociedade, mesmo a sua centralidade social, não tem tido tradução no reconhecimento cultural e científico (de estudo) do mesmo, nem sequer em consequência da sua incomparável mediatização», acreditando que tal questão se deve, possivelmente, à menor virtuosidade desta atividade, provocada pela «valorização da ‘ética do trabalho’ que é central entre os valores dominantes da sociedade ocidental» Daniel (2016: 29).

Deste modo, em termos mediáticos, podemos relacionar a Indústria do Futebol, nas palavras de Pais (2015: 35), com o mercado subjacente à Indústria do Entretenimento, pois o autor considera que «o primeiro objetivo é a venda de um espetáculo». Para além considerar a Indústria do desporto como a número um no planeta, o autor defende que o futebol congrega um conjunto de atividades económicas que envolvem «todos os seus intervenientes antes, durante e depois de qualquer evento desportivo», salientando a importância da envolvência das atividades desempenhadas pelos seus agentes diretos, nomeadamente jogadores, treinadores, árbitros, dirigentes e empresários, mas também os indiretos, como comunicação social, telecomunicações, apostas desportivas, entre outros.

Indo ao encontro da visão de Serra e Serrado (2014), relativamente à importância da cobertura televisiva do futebol, podemos aferir que os direitos de transmissão televisiva continuam a ser uma das principais fontes de receita dos clubes. Dentro desta lógica, Pais (2015: 57) menciona os debates, fóruns, inquéritos, reportagens e as entrevistas como conteúdos mediáticos que «ocupam dezenas de horas semanais alavancadas sobretudo pelos temas que mais dizem respeito aos utilizadores» dos canais desportivos. Exemplos atuais de canais de cariz *premium* em Portugal: *Sport TV* e *Eleven Sports*, sendo o *Canal 11* em sinal aberto e sem necessidade de subscrição mensal.

Novais (2010: 13) acredita que, apesar de focalizada na ação desportiva, a cobertura mediática «tende igualmente a considerar o que está a montante e a jusante dos eventos desportivos, antecipando e refletindo sobre os confrontos, muitos dos quais altamente previsíveis», concretamente megaeventos como Campeonatos da Europa e do Mundo de Futebol ou Jogos Olímpicos. No seu ponto de vista, nem todos os eventos desportivos são alvos de cobertura mediática.

Essa determinação varia, segundo o autor, consoante a conformidade com os critérios noticiosos ou valores-notícia, sendo estes dois aspetos essenciais na hora de decidir se determinado acontecimento «merece fazer parte do menu noticioso» (Novais, 2010: 14). Neste seguimento, quanto à prática da atividade jornalística nesta área, espera-se que os profissionais dos *media* assumam um papel de «observadores neutros e críticos acutilantes e que com a mesma frequência optem entre celebrar e criticar» (Novais, 2010: 16).

## 1.2. Sociedade Mediática

Face ao desenvolvimento tecnológico, ocorrido nas últimas décadas, tornou-se possível verificar um conjunto de transformações políticas, culturais e sociais que influenciaram o modo de vida dos indivíduos. O conceito e os valores da globalização passaram a adquirir uma importância significativa na sociedade, promovendo a simultaneidade da comunicação e a vivência do mesmo conhecimento, independentemente do local onde nos encontramos. Deste modo, a evolução das tecnologias de informação e comunicação (TIC) originou uma nova realidade que rompeu com algumas categorias fundamentais do passado, gerando um novo tipo de sociedade, a pós-sociedade.

Segundo Ilharco (2014: 15), o mundo global em que vivemos «não tem centro, é pós-ocidental, pós-nacional, pós-democrático e pós-literário». Portanto, considerando esta ideia, podemos definir a sociedade atual como a sociedade da informação, dada a sua proximidade e contacto permanente com as tecnologias de informação e comunicação, ou seja, uma sociedade que comunica em rede. Para Castells (2002), a nova tecnologia foca a comunicação, ou seja, descreve-a enquanto parte integrante da própria ação humana.

No ponto de vista de Cardoso (2010: 9), a rede é a característica organizacional central nas «sociedades informacionais», ou seja, o autor afirma que um novo modelo comunicacional tem vindo a tomar forma. Um modelo baseado na fusão entre comunicação interpessoal e em massa, unindo «audiências, emissores e editores sob uma matriz de *media* em rede, que vai do jornal aos jogos de vídeo, oferecendo aos seus utilizadores novas mediações e novos papéis». Por sua vez, os *media* contribuem para a conjuntura referida anteriormente, através da posição de agente central, ao integrarem o quadro do designado *Determinismo Tecnológico*, defendido por Marshall McLuhan, em que o desenvolvimento tecnológico determina as citadas mudanças e perceções sociais e culturais.

Para McLuhan (1969), o meio é a mensagem, em que os *media* são encarados como um meio que pode influenciar o ambiente em que vivemos. Dentro desta lógica, os meios tecnológicos são extensões físicas ou psicológicas dos seres humanos, enquanto membros da ‘Aldeia Global’, pois, hoje em dia, vivemos ‘mergulhados’ num ambiente tecnológico composto por um constante fluxo informativo, resultante do fenómeno da globalização.

Comunicar, instantaneamente, e no mesmo momento corresponde à origem do termo de Aldeia Global, num contexto em que os *media* atingem uma dimensão tal que acabam por revolucionar todo o sistema político no mundo ocidental, sendo extensões dos nossos sentidos enquanto humanos. O meio é um sistema que absorve a tecnologia e, como tal, os *media* e a sociedade podem mudar mediante a tecnologia existente.

Hoje em dia, entramos em terrenos imaginários que há uns anos era impensável, numa pós-sociedade portadora de indivíduos que se envolvem cada vez mais no mundo mediatizado, no «deserto do real», conforme designou Baudrillard ([1981] 2004). Para o autor, este ‘deserto’ corresponde a imagens que acreditamos ser mais reais do que a própria realidade física, as referidas imagens técnicas veiculadas pela internet ou pela televisão. Deste modo, quando não existe diferença entre o ‘mapa’ (o que nos guia) e o território, acabamos por viver no mapa, imbuídos em narrativas do cinema ou da televisão, bem como na ‘realidade’ subjacente às redes sociais digitais, o que consideramos como real.

Por outro lado, Luhmann (2006: 46) considera que «o meio que eleva a compreensão das comunicações muito acima da perceção prévia é a linguagem», acrescentando que «a linguagem especializa-se em converter a impressão causada pelo entendimento unívoco numa base útil de comunicações ulteriores, por muito frágil que tal impressão possa ser».

De acordo com a lógica anterior, devemos atender às palavras de Luhmann ao considerar que as comunicações são o centro da sociedade e, como tal, torna-se essencial aferir que os sistemas autopoieticos, o que comunico diz respeito a mim, são fechados na sua organização mas interagem com o ambiente. A linguagem, de acordo com Luhmann, constitui a forma de combater a primeira improbabilidade da comunicação: é improvável que alguém compreenda o que o outro quer dizer, tendo em conta o isolamento e a individualização da sua consciência. Defende que a linguagem torna a primeira improbabilidade menos improvável. Não resolve totalmente, pois as pessoas não se entendem, mas têm mais hipótese de chegar a um entendimento.

Já os meios de difusão procuram resolver a segunda improbabilidade: é improvável aceder aos recetores, a mais pessoas do que as que se encontram presentes em dada situação (considerando o mesmo tempo e espaço). Por último, o autor identificou os meios de comunicação simbólica generalizada como forma de fazer frente à terceira improbabilidade: a comunicação bem entendida não garante que tenha sido bem aceite, ou seja, mesmo que o indivíduo compreenda não quer dizer que concorde.

Portanto, o recetor deve adotar o conteúdo seletivo da comunicação (a informação) como premissa do seu próprio comportamento, devendo ter presente a ideia de que sem comunicação não há sistema social. Sendo os grupos a base de toda a sociedade, uma comunicação torna-se mais provável quando os indivíduos partilham a mesma língua, cultura, valores e/ou profissões. Olhando para a repercussão dos novos meios de comunicação de massas, podemos atentar para um conjunto de consequências sociais e culturais que se explicam pelo facto do comportamento individual estar sujeito a determinadas modificações provocadas pela imprensa, rádio, televisão e/ou cinema. Daí surge a importância de integração e interação no meio social para evitar que esta questão da improbabilidade da comunicação possa ocorrer.

Temos presente que esta realidade pode conduzir a dinâmicas coletivas de contágio, capazes de influenciar a perda da nossa identidade individual, correndo o risco de sofrer a ação de manipulação coletiva, dado que é mais fácil manipular o grupo do que apenas um indivíduo. Aqui, entramos no campo da comunicação direcionada para a multidão, incrementando um conjunto de outras dinâmicas baseadas no nosso inconsciente coletivo, ou seja, a nossa experiência herdada, no domínio dos arquétipos, enquanto padrões de comportamento que moldam a vida social, por si mesmo, inconscientes.

### **1.3. Ambiente digital**

Indo ao encontro da ideia de sociedade mediática e em rede, torna-se possível verificar que os mecanismos que envolvem esta sociedade da informação resultam de uma cultura pós-literária que corresponde a uma sociedade também ela digital, mais tátil, que exige um maior esforço sensorial face ao poder do ecrã, da imagem técnica, sobre os indivíduos. Ou seja, a própria imagem alcançou um domínio considerável no que diz respeito à forma como atinge os contextos social, cultural, e mediático.

Neste seguimento, Ilharco (2014: 20) enfatiza que os *media* digitais contribuem para «novos modos de entender e agir. Porque se trata de um desenvolvimento no plano da linguagem, as tecnologias de informação e comunicação são algo, uma vez experimentadas como ambiente, que não mais pode ser esquecido». Importa também salientar a visão de Deuze (2012: 17) face a esta temática, ao defender que o jornalismo tem vindo a adquirir uma dependência face à tecnologia. Enfatizando que esta realidade encara um objetivo que passa por «alcançar estatuto público e chegar à audiência de ‘massas’», em que a tecnologia assume um importante papel ao nível da «recolha, edição, produção e disseminação da informação», permitindo ao jornalismo focar-se na sua ação essencial: a difusão rápida e perceptível da informação.

Para o citado autor, as primeiras investigações sobre jornalismo digital ocorreram em meados dos anos 90, «à medida que a Internet abria caminho por entre as redações e se tornava numa ferramenta de trabalho, bem como numa plataforma para divulgação de notícias» (Deuze, 2012: 17). Explica também que o campo de investigação dedicado ao jornalismo *online* tem recolhido um vasto conhecimento em relação ao que diferencia produção, conteúdo e consumo de notícias e informação na Internet. O poder da imagem no contexto mediático envolve um conjunto de valores subjacentes à natureza da sociedade pós-moderna ou pós-sociedade. De acordo com Flusser, a imagem tem vindo a torna-se mais emocional, como representação do mundo, defendendo uma abordagem conceptual entre as imagens míticas e as imagens técnicas.

Flusser ([1985] 2012: 7) destaca que as imagens adquirem um carácter ‘mágico’ fundamental para «a compreensão das suas mensagens. Imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas». Ideia que procura evidenciar a imagem enquanto representante da nossa realidade, atuando, ao mesmo tempo, como agente de mudança. Para o citado autor, a evolução da sociedade assenta em três períodos: Pré-História (imagens míticas, baseadas em pinturas, representações, esculturas – aspetos sensoriais); História (ligação dos eventos, através da escrita; imagem de evolução/progresso) e Pós-História (predomínio da imagem técnica). Segundo Flusser, a imagem técnica assume um papel determinante na sociedade atual, em que o texto só faz sentido se associado a uma determinada imagem digital, as referidas visões do mundo, como o exemplo atual dos *emojis*.

Considerando a imagem mítica como tradicional/original e com o surgimento da imagem técnica, caracterizada como sendo a imagem projetada pela máquina, que origina, nomeadamente, fotografias, filmes ou imagens que visualizamos na televisão, devemos atentar, consoante esta expansão digital, para o poder da imagem na sociedade atual, nomeadamente no contexto do ambiente mediático que nos envolve.

No presente contexto importa salientar que o quadro da hiper-realidade corresponde a tudo aquilo que assumimos que é a realidade, isto é, que se traduz em intensamente real. Contudo, a realidade acaba por ser escondida pela própria representação, numa sociedade digital que procura novos interesses e novas tipologias de comunicações, como é o caso das redes sociais. O ambiente mediático, por outro lado, também contribui para o surgimento de novos modelos de cultura que formam o meio em que vivemos, aquele em que as pessoas acreditam ser real ou verdadeiro.

Face a esta relação entre a nossa identidade social e o ambiente mediático em que vivemos, importa compreender que os indivíduos ao ingressarem na massa correm o risco de perderem a sua identidade singular e capacidade crítica para passarem a agir mediante os padrões e comportamentos do grupo, estando, por essa via, mais expostos à manipulação e à ordem, dentro de uma lógica relacionada com a citada terceira improbabilidade da comunicação de Luhmann. Ou seja, de acordo com Saravia, Martins e Pieranti (2008: 23), «a utilização dos meios de comunicação de massa (...) pode funcionar como meio de difusão em massa de uma consciência unificadora da razão não-crítica, anistórica e culturalmente descontextualizada da sua própria realidade».

Para os citados autores é de vital importância que se promova o debate em torno da utilização das novas tecnologias e das oportunidades e desafios da sua respetiva adoção, de modo a fortalecer a democracia e a cidadania. No contexto desportivo, os próprios discursos mediáticos fazem do futebol uma presença constante no nosso quotidiano. Na perspetiva de Reis (2015: 37), «neste mundo em que as narrativas mediáticas são exibição de si mesmas, não passamos sem heróis, porque sem eles não há espetáculo nem negócio (...)». Facto este que tem beneficiado com o contributo dos meios digitais, o ciberespaço, que permite uma maior aproximação e interação entre os adeptos e os atores desportivos que idolatram, como os jogadores e/ou os treinadores, promovendo o crescimento e o fortalecimento da indústria do futebol, mas também desta modalidade enquanto fenómeno orientado para grandes massas de recetores.



Por outro lado, sendo o futebol um fenómeno de massas, importa reforçar a ideia de Boyle, ao afirmar que os jornalistas «sempre foram intermediários culturais importantes entre desporto e sociedade» (2013: 69). De acordo com o autor, já nos finais do século XX era possível afirmar a existência de uma sólida e próspera relação entre o desporto e os *media*, alertando, contudo, que essa mesma relação variava ligeiramente de país para país, mediante os mercados mediáticos.

Quanto aos profissionais dos *media*, à medida que esta indústria se foi transformando, com a chegada da tecnologia digital, os jornalistas foram «forçados a lutar entre si num meio onde a ideia da exclusividade foi usurpada pela das notícias 24 sobre 24 horas, sete dias por semana» (Meikle & Young, 2011 *apud* Boyle, 2013: 70). Isto é, com o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação, os jornalistas tiveram a importante tarefa de acompanhar esta evolução relativa ao fluxo de informação a ser veiculada pelos *media*.

Daniel (2016: 32) acrescenta que face à globalização do futebol, nomeadamente pela via televisiva, «o futebol deixou também de pertencer apenas a um imaginário popular influenciado por tradições operárias de cariz urbano, para se construírem novos imaginários ao seu redor», relacionados com o conceito que apelida de ‘*star system*’, exemplificando os casos de Messi ou Cristiano Ronaldo, futebolistas que passaram a repartir, para além dos relvados, os filmes publicitários ou capas de revistas.

Vivemos, deste modo, numa realidade experienciada pelos indivíduos que compõem esta sociedade da informação que atua em rede, resultante da era da globalização que influencia as dimensões social, política, económica e cultural dos ambientes mediático e digital que envolvem a natureza e a ação da pós-sociedade. Num ambiente em que a liberalização do consumo de informação acaba por assinalar a essência e o desenvolvimento do conceito de ‘*novos media*’, também designado de jornalismo digital.

Deuze (2012: 29) aponta um conjunto de consequências do jornalismo *online*, nomeadamente o facto de diferentes tipologias de jornalismo digital imperarem e que «variadas formas emergentes do ‘novo’ jornalismo *online* poderão alterar a perceção de cada um sobre aquilo que é o ‘verdadeiro’ jornalismo. Alertando que estas diferentes características podem influenciar a forma como os próprios processos de produção mediática são contextualizados, bem como o modo como «as organizações noticiosas são

geridas e como uma cultura jornalística opera (numa relação cada vez mais interdependente entre audiências e tecnologias)».

Consequentemente, o autor acredita que o ambiente que influencia o jornalismo *online*, o jornalismo digital e o jornalismo multimédia não se encontra estreitamente relacionado com as novas tecnologias, mas sobretudo com as culturas criadas nas redações pelos jornalistas, responsáveis pela produção e difusão noticiosa. Por outro lado, Deuze (2012: 30) destaca que as características e o valor do jornalismo *online* possibilitam a criação de uma identidade que permite aos jornalistas promoverem «o acesso de cidadãos a arquivos anotados para que estes os pesquisem e facilitem às pessoas plataformas e formas de narração de histórias de um modo participativo», nomeadamente a nível multimédia.

Havendo uma crescente preocupação com as audiências digitais fragmentadas por parte dos *media*, o desporto, e o futebol em particular, possui a devida capacidade para oferecer conteúdo nacional e internacional de modo a torná-lo numa forma cultural potente. A expansão da era digital, nomeadamente das redes sociais, tem vindo a possibilitar um maior envolvimento entre os jornalistas e o público, plataformas que são encaradas como ferramentas fundamentais no exercício da atividade jornalística.

Perante esta lógica, torna-se essencial que os jornalistas dominem as novas tecnologias, de forma a integrarem novas formas de comunicação na produção de conteúdos noticiosos, não esquecendo a importância da confiança e da credibilidade das fontes consultadas, aquando da cobertura mediática de acontecimentos. Segundo Boyle (2013: 74), «as redes de *media* sociais, como o *Facebook* ou *Twitter*, oferecem os mais recentes desafios e oportunidades para o jornalismo desportivo como uma profissão».

## **CAPÍTULO 2**

### **JORNALISMO ESPECIALIZADO**

Sendo a área desportiva uma das vertentes específicas do jornalismo, importa salientar que o jornalismo de cariz especializado surgiu na sequência de uma tendência de especializações em diversas áreas da comunicação mediática, surgindo, assim, nos últimos anos, o termo jornalismo especializado e as suas subdivisões como jornalismo económico, jornalismo científico, jornalismo político, jornalismo desportivo, entre outros.

No ponto de vista de Ferreira (2007), o jornalismo especializado procura conciliar a capacidade, assim como o conhecimento dos jornalistas na sua forma de adaptação a novas ferramentas de elaboração, tratamento e difusão da informação, acrescentando que este é um ponto essencial no redimensionar do próprio conceito. Por outro lado, o autor sublinha que a linguagem jornalística deve ser direta, informativa, mas também portadora de detalhes relevantes para o interesse público, defendendo que no caso de uma publicação ser especializada e de âmbito jornalístico, esta necessita de «garantir os princípios básicos da informação e da linguagem jornalística» (Ferreira, 2007: 4).

Darde e Leme (2018: 51) defendem que o jornalismo especializado pode ser entendido mediante um conjunto de dinâmicas assentes em «três manifestações empíricas referentes às suas especializações». Ou seja, segundo os autores, a especialização pode estar associada a meios de comunicação específicos, nomeadamente ao jornalismo televisivo, ao radiofónico ou ao jornalismo *online*. Por outro lado, também podem relacionar-se com temas ou editoriais, exemplos do jornalismo económico, ambiental ou desportivo. Por último, sublinham que uma dessas manifestações traduz-se em «produtos resultantes da junção de ambos», nomeadamente o jornalismo desportivo radiofónico ou o jornalismo cultural impresso.

Face à evolução dos *Mass Media*, a própria especialização jornalística acabou por se converter num fenómeno assente na tematização dos meios de comunicação e na segmentação das audiências em nichos. O desenvolvimento do jornalismo especializado permite não só satisfazer as necessidades do público, como também de se tornar num meio de lucro para os grupos de *media*. Torna-se importante salientar que o exercício jornalístico atua em diversas áreas específicas, devendo procurar preservar as suas características fundamentais, nomeadamente na recolha e na transmissão da informação assentes em valores éticos inerentes à atividade dos profissionais dos *media*. Logo, neste contexto, «não possível falar-se em jornalismo especializado, mas sim de jornalismo que cobre áreas especializadas» (Ferreira, 2007: 4).

De acordo com Darde e Leme (2018: 53) «as escolhas individuais das pessoas passaram a prevalecer sobre o coletivo e dessa forma é possível entender que a informação procura responder às especificidades de se comunicar com públicos diferenciados». Segundo os autores, este facto tem como base o aumento das publicações especializadas, como jornais, revistas ou programas televisivos em sinal aberto ou por cabo. Portanto, considerando esta lógica, «o jornalismo especializado está relacionado com uma lógica económica inserida numa segmentação de mercado assente numa estratégia de atingir essas escolhas individuais» (Darde & Leme, 2018: 53).

Na perspetiva dos citados autores, o papel do jornalismo especializado passa por orientar os indivíduos inseridos num meio onde o fluxo de informação provém das mais diversas fontes. Ou seja, na ótica de Darde e Leme (2018: 53), o papel social do jornalismo especializado «passa por cumprir a função de agregar indivíduos de acordo com as suas afinidades» e não de padronizar a sociedade a um determinado interesse, uma vez que «jamais atenderia à especificidade de cada grupo».

Por outro lado, o fator especialização poderá promover um aumento do número de notícias de investigação devido ao maior conhecimento do jornalista sobre determinada área, mas também a relação de proximidade do mesmo com as fontes. Darde e Leme (2018:54) salientam que se o jornalista trabalha numa área durante um longo período de tempo acaba por ter um maior conhecimento do meio, das pessoas e dos temas, permitindo, por essa via, uma maior facilidade no processo de investigação jornalística, assim como na obtenção exclusiva de informações. Face à relação de proximidade citada anteriormente entre os jornalistas especializados e as fontes, os autores sublinham que esta torna-se interdependente, pese embora os contactos não sejam regulares. Já os jornalistas generalistas «possuem maior liberdade mas são menos profundos e corretos nas suas análises, enquanto os jornalistas especializados têm uma grande precisão científica no que escrevem» (Darde & Leme, 2018: 54).

## **2.1. Jornalismo desportivo**

Para a presente investigação torna-se relevante contextualizar o jornalismo desportivo enquanto área específica do jornalismo especializado. Hudec (1980: 36-37) define o termo jornalismo, num sentido lato, como um conjunto de materiais escritos ou impressos, falados ou visuais que descrevem a realidade social e atual e que, através da multiplicação

de meios de comunicação social, têm impacto sobre um público diferenciado. Sendo o futebol considerado um fenómeno transversal na sociedade, motiva o interesse de cobertura pelos *media*, a designada cobertura mediática.

Ao tornar-se numa modalidade com um elevado número de praticantes e considerada como uma das mais difundidas através dos *media*, o futebol transformou-se num meio de expressão na nossa sociedade, quer para quem o pratica, quer para quem a ele assiste. Essa importância social do futebol pode ser exemplificada através do seu papel na comunicação, onde o jornalismo especializado assume um papel determinante no processo mediático deste fenómeno, nomeadamente o jornalismo desportivo.

De acordo com Sobral e Magalhães (1999: 8), o jornalismo desportivo deve adquirir um conjunto de novas competências, uma vez que a transição do desporto de massas para o espetáculo desportivo originou um contexto onde o rigor deontológico reafirma-se como referência central para o jornalista. Para os autores, durante vários anos, os profissionais da informação desportiva reivindicaram «o reconhecimento de uma atividade que muitos hesitavam em classificar como jornalística. Hoje, quem informa sobre desporto é jornalista», respeitando as mesmas leis, direitos, deveres e possuindo a respetiva carteira profissional (1999: 15).

Ferreira (2007) aponta, curiosamente, para o exemplo do jornalismo desportivo, sublinhando que por ser vasta, a área do desporto incrementa um conjunto de dificuldades aquando da sua cobertura por parte dos jornalistas. Essa mesma recolha de informação passa, no seu entender, pela preparação quotidiana destes profissionais, dada a envolvimento de um conjunto de modalidades. Portanto, para o citado autor, um jornalista especializado em desporto deve procurar obter o devido conhecimento em matérias como fisioterapia, fisiologia, nutrição, mas também das novas tecnologias que envolvam esta área.

Por outro lado, Coelho (2006: 35) afirma que há mais desporto para além do futebol, no entanto o mercado acaba por colocar em causa a profissão e a especialização do jornalista. Nesse âmbito, o autor indica que qualquer que seja a especialização do jornalismo, seja desportivo, político ou social, não deixa de ser jornalismo, independentemente, de ser difundido em televisão, rádio, imprensa ou *internet*. Ou seja, a essência do jornalismo não muda, dado que a sua natureza é apenas uma e está intimamente ligada às regras da ética e do interesse público.

Conforme referido anteriormente, o futebol transformou-se num meio de expressão social, num fenómeno transversal na sociedade, com uma importância crescente, inclusivamente, para os meios de comunicação social. Isto é, o processo de cobertura mediática assumiu um papel determinante para a espetacularização deste fenómeno. No entanto, não deixa de ser um paradoxo que uma área que suscite tanto interesse do público e que reúne um indiscutível interesse público, como o jornalismo desportivo, seja tão pouco estudada e, até mesmo, «tenha alguma dificuldade em entrar na academia, como se estivéssemos perante um jornalismo menor» (Lopes & Pereira, 2006: 8).

No que toca ao jornalismo desportivo em Portugal, podemos aferir que o desporto e, sobretudo o futebol, vieram a transformar-se num dos principais fenómenos sociais da década de 1990, com a imprensa a contribuir decisivamente para este processo de difusão. Atualmente, *A Bola* e *O Jogo* são dois dos três jornais desportivos diários a operar em Portugal. Na televisão, surgem os canais de desporto *Sport TV*, *A Bola TV*, *Eleven Sports* e *Canal 11*; os canais afetos aos clubes de futebol, Futebol Clube do Porto - *Porto Canal*, Sporting Clube de Portugal - *Sporting TV* e ao Sport Lisboa e Benfica - *Benfica TV*.

No ponto de vista de Sobral e Magalhães (1999: 16), a informação desportiva pressupõe saber específico, tal como qualquer outra subdivisão que se faça na imprensa. Para os autores, quem trabalha sobre economia, ambiente, ciência, cultura ou política pode confirmá-lo. Ou seja, tal como nessas áreas, estar no jornalismo desportivo implica gostar do que se faz, cultivar fontes, somar experiências e adquirir conhecimentos. Há mesmo quem acredite, segundo Daniel (2016: 32), que os jornalistas ou os comentadores desportivos «podem ser vistos como novos mediadores culturais, profundamente eficazes, dada a sua capacidade de ‘penetração’ na grande massa de cidadãos».

# **CAPÍTULO 3**

## **FUTEBOL DE FORMAÇÃO**



O presente capítulo da investigação aborda, para além do conceito de futebol de formação, o futebol enquanto fenómeno social, a gestão, imagem e reputação nas organizações desportivas, mas também a descrição do mecanismo que comporta o processo de certificação dos clubes como entidades formadoras pela Federação Portuguesa de Futebol (FPF).

### **3.1. O futebol enquanto fenómeno social**

Considerado como uma das modalidades mais populares do mundo e remontando a sua prática ao ano 3000 a.C., o futebol é um fenómeno de massas que se apresenta sob a forma de uma disputa atraente que desperta o interesse de adeptos de todas as idades, géneros e classes sociais. Traduz-se, por esta via, numa modalidade que «arrasta consigo paixões, move multidões e assume-se como uma indústria que movimenta milhões de euros, exigindo deste modo uma preocupação com todo o labor que a mesma envolve» (Pinheiro *et al.*, 2018: 11). Por outro lado, o futebol assume-se como uma modalidade de características essencialmente populares, sendo um fenómeno transversal em termos sociais. Derivado da ‘mediação social’ desempenhada pelos *media* de massas, também o futebol evoluiu como espetáculo. Ou seja, o desporto passou a ser, nas últimas décadas, um fenómeno de massas, baseado num produto cultural fabricado para o mercado de massas.

Neste âmbito, devemos olhar para o futebol enquanto espetáculo que ritualiza, contemporaneamente, o conflito e enquanto fenómeno capaz de unir um sem-número de pessoas em torno de um objetivo comum, na senda do que teorizou Elias Canetti em relação às ‘massas’ e, para os jogadores, como desempenhando uma função pedagógica de construção da identidade individual e coletiva similar à do mito do herói, arquétipo pertencente ao conceito de inconsciente coletivo, tal como desenvolvido por Carl Jung.

O futebol não teria tão grande impacto nos *media* de massas se não captasse a atenção de tantos adeptos. Dentro deste grande grupo formado pelos adeptos de futebol, existem diferentes identificações clubísticas que acabam por formar outros grandes grupos, onde os adeptos que fazem parte do mesmo grupo torcem todos pelo mesmo clube. Os clubes que detêm um elevado nível de influência perante os *media* de massas devem-no à mediatização do fenómeno e a terem grupos de adeptos que costumam ultrapassar as centenas de milhares de adeptos, chegando em muitos casos aos milhões. Os que têm este impacto nos *media* de massas são os clubes de massas.

Portanto, sendo o futebol considerado um desporto de massas, sustentado no mito do herói, devemos atentar para a relação deste fenómeno com a Teoria do Contágio de Le Bon. Segundo Júnior (2007), a vigorosa energia psíquica colocada na ação de apoiar um determinado clube aponta para aquilo que Gustave Le Bon designou de fenómeno de contágio. Uma realidade que ocorre «num grupo no qual o vínculo emocional entre os seus membros deriva ou é sustentado pelo vínculo emocional entre o grupo e o seu líder» (Júnior, 2007: 206).

A citada teoria poder-se-á dividir em dois tipos de contágio: o vertical, que corresponde aos ‘gritos’ e palavras de ordem dos adeptos, que se encontram nas bancadas, direcionados para os jogadores presentes no relvado. Uma realidade comparada à Antiguidade, nomeadamente em ações semelhantes ocorridas nos coliseus entre os antigos romanos e os gladiadores, com intuito de incitarem as jogadas violentas por pura reação mecânica.

Por outro lado, surge o tipo de contágio horizontal, associado à psicologia narcísica dos adeptos, que teriam o poder e um conjunto de mecanismos capazes de se difundirem na massa e, dessa forma, contagiar o grupo através das suas ações. Ou seja, dá-se uma perda de identidade singular para se passar a agir mediante padrões e comportamentos do grupo.

Podemos associar esta questão, por exemplo, ao contexto das claques de futebol ou de um conjunto de adeptos no decorrer de um jogo de futebol no estádio. Aqui, não existem classes sociais, dado que os indivíduos abdicam, ainda que de modo temporário, da sua identidade individual para assimilarem e adotarem as ações protagonizadas pelo grupo em que se encontram inseridos ao longo do encontro. No ponto de vista de Constantino (2002), a emoção ofusca a lógica individual. Naquele momento todos se unem e só depois retornam à sua individualidade, acrescentando que o ser mais inteligente iguala-se, nesta tipologia de ação, ao mais ignorante.

Por sua vez, os jogos de futebol tornam-se experiências determinantes para a Massa e o Poder, dado que se trata de um contexto de ritualização desportiva do conflito associada ao gosto pela multidão moderna, onde os estádios são considerados verdadeiros coliseus das metrópoles modernas. Segundo Campbell (1988), a sociedade tem vindo a organizar-se hodiernamente de forma a valorizar a ascensão, a vitória, o melhor, impondo-se um determinado padrão comportamental que privilegia o mais forte. Assim, a referência mítica ao herói tem servido, segundo o autor, como critério ou parâmetro para justificar atitudes

competitivas no âmbito desportivo e, no contexto mais específico do futebol, o jogador pode ser visto como um verdadeiro ‘herói em campo’.

No que concerne aos heróis, Elíade (2000) considera que estes desempenham um papel importante na formação dos adolescentes que se esforçarão por assemelharem a sua conduta à demanda do herói, denunciando a sua atualidade um comportamento mitológico. Assim, o futebol apresenta-se como um dos espetáculos que proporcionam um sentimento de evasão com características ritualísticas, cíclico na sua estrutura e que se consolida com a presença dos jogadores, frequentemente transformados em ídolos ou em verdadeiros heróis. A presença dos jogadores enquanto verdadeiras ‘estrelas’ faz parte desse ritual e proporciona aos adeptos a possibilidade de se identificarem com os seus heróis.

Olhando o futebol como uma modalidade com capacidade ímpar de mobilização das massas, importa realçar que o indivíduo constrói a sua identidade, na qualidade de adepto, em função da sua preferência clubística ou da empatia/admiração que possa sentir por um determinado atleta. Deste modo, hoje em dia, os jogadores de futebol são considerados, no contexto social, como representantes da “mitologia moderna”, dado que, enquanto elemento da nossa cultura, o futebol assume a capacidade de construir uma narrativa que organiza e dá sentido à vida dos verdadeiros seguidores da modalidade.

A indústria do futebol traduz-se, portanto, num sistema simbólico de alto valor pedagógico na edificação da consciência individual e coletiva. De acordo com Elíade (2000), os jogadores são vistos, hodiernamente, como heróis, desempenhando um papel essencial na formação pessoal e desportiva dos jovens. Quer-se com isto dizer que os jovens admiradores do mundo do futebol tendem a olhar para os seus ídolos (os jogadores) como referências para a construção da sua vida, procurando, por esta via, atingir um dia o patamar em que se encontram os seus heróis.

Cristiano Ronaldo, a título de exemplo, é uma verdadeira referência para os jovens atletas, não só pelo seu percurso de vida (nascimento humilde, perseguição de um sonho, ultrapassagem de obstáculos e obtenção de reconhecimento) e por tudo o que já conquistou em termos desportivos, mas também pela sua capacidade de sacrifício e de superação ímpares na modalidade. O futebol também corresponde a um espetáculo ritualístico coletivo cujas personagens, os jogadores, se confundem com o arquétipo do herói. Facto

que culmina com o erguer da taça pelos atletas em determinadas competições, o símbolo da apoteose, da comunhão do indivíduo, enquanto adepto, com os seus heróis.

Ao atingir as massas, enquanto fenómeno social, o ritual futebolístico torna-se cíclico quanto à sua estrutura, o que o aproxima da narrativa mítica pela circunstância de a cada temporada desportiva se renovarem os acontecimentos anteriores, consolidando-se com a presença dos futebolistas, contemplados como verdadeiros heróis pelos seus seguidores, uma realidade fortemente presente e influenciada pelo nosso inconsciente coletivo. Logo, o futebol ganha, em termos económicos, com a sua mediatização, o que possibilita aos meios de comunicação social a construção de espaços de programação, com destaque para as audiências, concretamente através de uma partida de futebol.

### **3.2. Gestão, imagem e reputação nas organizações desportivas**

Na sequência da questão relativa ao futebol enquanto fenómeno mediático, importa perceber de que forma é dirigida a imagem e a reputação pelas organizações desportivas, ou seja, a imagem pública e o contributo dos *media* na gestão da mesma. De modo a gerirem as associações de imagem e reputação junto dos seus públicos, os clubes de futebol portugueses procuram estratégias de comunicação, dado que pretendem desenvolver propósitos de construção da citada associação, integrando um assunto relevante no quadro da gestão das organizações desportivas (Ruão & Salgado, 2008: 328). Segundo os autores, «os tópicos da comunicação, imagem e reputação têm vindo a ganhar pertinência na arena desportiva» (2008: 28).

Perante o campo da gestão desportiva, Gómez, Kase e Urrutia (2010) reiteram que o principal objetivo para as organizações desportivas, seja ao nível de equipas, seja a nível de indivíduos que as integram, prende-se com o propósito de envolver os fãs e conquistar títulos no panorama das mais diversas competições. Acrescentado que «sem rivais fortes e equilibrados, não há incerteza ou expectativa com o resultado e os fãs não sentem a necessidade de procurarem a sua identidade e lealdade para com a equipa» (2010: 7).

Existem, atualmente, três perspetivas relativas à compreensão do conceito de imagem organizacional. A primeira define-se como o que membros da organização pensam que os não membros consideram ser a organização, a imagem intencional. A segunda refere-se à imagem, numa visão mais coerente com a perspetiva de receção, como o que os não

membros pensam sobre a organização, a imagem pública que se pretende desenvolver. E a terceira considera a forma como que os membros pensam e projetam sobre a sua organização, isto é, a imagem interna (Whetten & Mackey *apud* Ruão & Salgado, 2008).

Perante esta questão, Ruão e Salgado (2008: 332) explicam que o conceito de imagem organizacional assenta em duas dimensões. Por um lado, trata-se do retrato da organização num dado momento, resultante da interação das crenças, sentimentos, ideias e impressões das pessoas para com a instituição. Por outro, surge enquanto projeção das imagens de interesse, como uma construção que pretende criar impressões destinadas ao apelo das audiências. Gómez, Kase e Urrutia (2010: 11) acreditam que em resposta a este ambiente cada vez mais exigente, a profissionalização da gestão e organização desportiva já é uma realidade em evolução. Ou seja, as próprias organizações desportivas «adaptaram-se para atender às necessidades em mudança, assumindo novas áreas de atividade e coordenando-as em direção a um objetivo comum».

No que diz respeito à imagem pública, importa mencionar que os públicos procuram determinadas características numa imagem. «Por isso, esta deve conter uma mensagem singular que estabeleça a principal virtude e posicionamento do produto e/ou organização» (Sebastião, 2009: 163). Para a autora, o desenvolvimento de uma imagem forte consiste num processo complexo, que exige tempo, trabalho e criatividade, uma vez que não é assimilada de imediato pelas pessoas, devendo ser canalizada de modo contínuo por um vasto número de meios de comunicação.

Deste modo, Sebastião (2009: 173) sublinha que a imagem pública define-se pela «perceção que o meio envolvente tem da organização», tornando-se necessário efetuar uma análise do meio envolvente, nomeadamente em termos financeiros, institucionais, académicos, de fornecedores, de distribuidores e de consumidores, assim como realizar uma avaliação dos meios de comunicação ao nível da visibilidade, densidade informativa, ou seja, a quantidade de notícias veiculadas e o respetivo tratamento informativo.

Havendo uma crescente preocupação das organizações desportivas com a gestão da sua imagem pública, importa referir o papel que os *media* assumem na perceção da mesma, uma vez que surgem como um meio que permite criar a visibilidade e a reputação que essas mesmas organizações pretendem obter junto dos seus públicos. Por sua vez, no que toca ao futebol de formação em Portugal, os clubes procuram desenvolver um conjunto de

ações que permitam a cobertura mediática do trabalho dos seus jovens atletas e a sua relação com os *media*, assim como dos métodos e valores de referência associados às suas academias e à gestão da imagem pública das suas camadas jovens.

Tendo como referência a expressão ‘globalização do futebol’, que surgiu na década de 90, torna-se essencial referir que as organizações desportivas profissionais procuram valorizar o relacionamento emocional com os seus públicos, de modo a posicionarem-se como marcas vitalícias. Perante a ideia de globalização do futebol, Sobral e Magalhães (1999: 8) defendem que os clubes tornaram-se empresas, o jogo espetáculo e os adeptos grupos organizados; o público virtualizou-se, trocando estádios por televisores; a publicidade também ditou regras ao jogo; a lógica empresarial despromoveu o amor à camisola; as fronteiras já não seguram jogadores; o amadorismo de dirigentes, árbitros e outros agentes passou à história; a televisão, digitalizando-se, não mostra apenas o jogo, desconstrói os lances, com todas as suas consequências técnicas e sociais.

Como tal, os clubes de futebol são consideradas instituições de crescente importância nas comunidades em que se inserem por fazerem parte da sua cultura. Essas oportunidades têm várias dimensões e não podem ser totalmente exploradas sem uma estratégia de negócios adequada (Gómez, Kase & Urrutia, 2010). No decurso dessa mesma década, os designados ‘três grandes’ do futebol português (Futebol Clube do Porto, Sporting Clube de Portugal e Sport Lisboa e Benfica) demonstraram uma preocupação crescente com a gestão da comunicação, nomeadamente ao nível da comunicação institucional (muitas vezes sob a forma de gabinetes de relações públicas), constituindo uma «forma privilegiada de trabalhar a comunicação, centrando-se particularmente nas atividades de assessoria de imprensa» (Ruão & Salgado, 2008: 335).

Os clubes de futebol em Portugal procuram atingir, ainda que de forma progressiva, uma profissionalização na área da comunicação, num processo que visa alcançar e, essencialmente, desenvolver objetivos de identidade enquanto organização desportiva. Ainda que os resultados desportivos e as questões financeiras sejam critérios que prevaleçam face às estruturas de comunicação, quando nos referimos à imagem e respetiva reputação relativas aos clubes de futebol.

### 3.3. O contexto do futebol de formação em Portugal

No que toca à relação da imagem e da reputação dos clubes de futebol em Portugal, define-se como relevante destacar o papel do futebol de formação, fundamentalmente na relação entre as estruturas de comunicação das instituições, os *media* e a projeção que os clubes pretendem alcançar com a otimização dos seus jovens atletas em termos humanos, educativos, desportivos e financeiros. De salientar que este conceito congrega, conforme referido anteriormente, todos os escalões entre Sub-7 e Sub-19 anos nos clubes e dos Sub-15 aos Sub-20 nas seleções nacionais. Atualmente, existe em Portugal um universo de 150 mil praticantes federados, distribuídos pelos citados escalões formativos.

Apesar de a palavra ‘formação’ surgir de forma regular através de quem acompanha o fenómeno desportivo, parece que ainda estamos longe de um momento em que a formação seja entendida em todo o seu alcance, mesmo após diversas reflexões, uma vez que este conceito pode adquirir diversos sentidos, não havendo, portanto, um consenso face à definição da palavra. Deste modo, ‘formação’ poderá ser aplicada a diversos contextos, podendo variar de questões relacionadas com os conhecimentos adquiridos durante o percurso escolar, até à transmissão de valores. No entanto, a ideia base prende-se com algo que procura ser ordenado, com a finalidade pedagógica associada a uma transformação positiva de comportamentos e atitudes do ser humano na construção e desenvolvimento da sociedade, em termos educativos, cognitivos e sociais.

Em relação ao conceito de formação desportiva, nomeadamente na área do futebol, Constantino (2002) defende que este conceito tem vindo a adquirir uma nova centralidade, deixando de ser apenas um processo de assegurar a qualidade desportiva dos clubes, para ser considerada um meio de otimizar financeiramente os recursos humanos. O autor acredita que este aspeto deve-se, sobretudo, à evolução que o desporto sofreu nas últimas décadas, nomeadamente através do processo de globalização que veio incrementar a dinâmica de livre circulação dos praticantes naquilo que considera como ‘mercado aberto’.

Antão (2006: 11) salienta que numa sociedade mediática a influência nos jovens que praticam futebol é significativa, sobretudo pela evolução que, na sua visão, o futebol teve nos últimos anos em Portugal, «ganhando cada vez mais adeptos, e enraizando-se na cultura desportiva portuguesa». Refere também que «é a modalidade que mais suscita a atenção». Consequentemente, no ponto de vista do autor, há cada vez mais jovens a

praticar futebol, que tem um relevante poder educativo para um crescimento equilibrado e para a própria construção de personalidade das crianças e jovens. Portanto, considera que os clubes e as escolas de futebol têm a obrigação de promover as melhores condições aos jovens atletas ao longo de todo o processo formativo.

Para Coelho (2012: 19), «o futebol apresenta-se como uma modalidade desportiva de massas, pela qual desde muito novos, grande parte dos jovens se ‘apaixona’». No ponto de vista do autor, é necessário definir padrões de rigor quanto ao trabalho de formação que «um clube, com escalões de jovens e de natureza mais ou menos amadora, pode implementar». Assim, propõe o desenvolvimento do futebol de formação em três pilares: «criação e melhoria das infraestruturas; formação de técnicos; e organização do processo formativo» (Coelho, 2012: 22). Em consequência, estes aspetos permitem, na sua visão, a criação de uma linha orientadora para as diferentes etapas do processo de crescimento dos jovens atletas, sem esquecer a atual realidade subjacente à otimização financeira dos recursos humanos.

Nesta linha de pensamento, Constantino (2002: 152) defende um «forte investimento na formação desportiva passa a ser, face à nova divisão internacional do trabalho desportivo, um objetivo estratégico fundamental para aumentar o grau de competitividade dos países...». Ou seja, sublinha que a estratégia dos clubes desportivos dos países com maiores fragilidades económicas passa por otimizar os seus recursos humanos, de forma a criarem «uma base segura de encaixes financeiros significativos». Para tal, aponta para um conjunto de metodologias face ao investimento na formação desportiva através da «adoção de instrumentos de deteção, seleção e orientação dos jovens talentos».

Contudo, o talento e a capacidade técnica não são apenas os principais parâmetros para o processo formativo de qualidade e eventual sucesso desportivo dos jovens futebolistas. Coelho (2012: 23) garante que é essencial para os atletas perceberem, através da mensagem dos técnicos, «que devem aceitar mudanças nos métodos de trabalho e alterar o seu comportamento relativamente à modalidade», uma vez que esta deve compreendida como formativa. Pois, tal como sublinha Constantino (2002: 153), o trabalho de formação desportiva não assenta apenas numa tarefa direcionada «no domínio das aprendizagens das técnicas das modalidades».



Coelho (2012) compara este aspeto ao conceito de escola, enfatizando que o processo de formação no futebol enquadra-se precisamente numa lógica de começo de aprendizagem pelo mais simples, mas de nuclear importância, até se atingir o grau «mais complexo e exigente», dado que para ser bem sucedido deve pressupor a existência de bases de formação sólidas e consistentes. De acordo com este entendimento, Mesquita ([1997] 2005: 12) garante que «o desenvolvimento multilateral do atleta nos momentos iniciais da sua formação constitui uma condição *sine qua non* para a obtenção futura de elevados níveis de rendimento».

Perante a referida perspetiva evolutiva, aplicada aos diferentes escalões do futebol de formação, Mesquita ([1997] 2005: 17) acrescenta que «o processo de formação do atleta, se bem que seja influenciado por diferentes pessoas (...), é da responsabilidade direta do treinador, visto que a este compete a orientação e a preparação do processo de treino e da competição». Para a autora, o treinador assume um papel de elevada responsabilidade pela iniciação, orientação e especialização dos jovens atletas, assim como possui um contributo essencial para uma vertente formativo-educativa correta face à prática desportiva, sob um conjunto de capacidades conceptuais, comunicativas e técnicas.

Considerando os métodos de aprendizagem, Coelho (2012) destaca que diferentes contextos desportivos e orgânicos dos clubes influenciam, de forma direta, o sucesso de implementação das citadas metodologias formativas. Logo, justifica que os clubes devem assumir estas novas exigências, nomeadamente a nível logístico, organizativo e administrativo. Para além do treinador, também o responsável técnico da formação assume um papel fundamental para o sucesso e bom funcionamento do processo formativo. Nesse sentido, estes atores devem procurar solucionar um problema comum no processo inicial de preparação desportiva que, segundo Mesquita ([1997] 2005: 13), consiste «em conseguir proporcionar a todos os jovens a possibilidade de terem o acesso a uma prática desportiva regular, efetuando-se de uma forma progressiva e refletida». Acesso esse que, de acordo com a autora, assegura a existência de diferentes níveis de rendimento, contribuindo não só para a formação da personalidade dos jovens atletas, como também para o desenvolvimento da sua capacidade técnica.

Por outro lado, Constantino (2002) define o trabalho desenvolvido na formação desportiva, não só como uma atividade centrada no processo de aprendizagem das capacidades técnicas da modalidade, mas também no aperfeiçoamento das capacidades físico-

desportivas que possibilitem ao jovem, na idade adulta, atingir a desejada *performance* a todos estes níveis. Segundo o autor, «a obsessão pela conquista de resultados desportivos imediatos, em escalões de formação, não é seguramente o preditor mais seguro quanto à qualidade futura do jovem praticante» (Constantino, 2002: 153).

O procedimento formativo e evolutivo do jovem jogador corresponde a um aspeto significativo na sua preparação desportiva, bem como no que diz respeito aos objetivos a atingir para cada uma das fases do seu processo pedagógico e desportivo (Mesquita, [1997] 2005). Contudo, Constantino (2002: 153) alerta para uma importante questão. Afirma que a formação desportiva de jovens futebolistas readquiriu uma nova centralidade, garantindo que o processo de formação deixou de «assegurar a qualidade desportiva dos clubes, para ser também um meio de otimizar financeiramente os recursos humanos».

### **3.4. Entidade Formadora: Processo de Certificação**

Considerando o futebol de formação como o tema da investigação, importa salientar a importância do Processo de Certificação desenvolvido pela FPF, nomeadamente em termos de enquadramento e respetivas etapas.

O Processo de Certificação, que teve início em janeiro de 2015, tem o intuito de «avaliar, reconhecer e certificar a atividade de todas as Entidades (clubes) que disponibilizam formação nas modalidades de futebol e futsal a jovens praticantes até aos 19 anos». De acordo com o Regulamento de Certificação de Entidades Formadoras da FPF, este procedimento procura contribuir para a elevação dos padrões de qualidade do processo de formação dos jovens atletas em Portugal.

Desde a sua criação, a Comissão do processo (órgão competente para avaliar, atribuir e cancelar a certificação de entidade) já visitou e avaliou, no futebol, cerca de 60 Entidades com formação, não só clubes da I e II Liga, mas também clubes do Campeonato de Portugal e das divisões distritais. A partir da presente época desportiva (2018/2019), o processo de candidatura dos clubes a Entidade Formadora, certificada pela FPF, encontra-se aberto a todas as Entidades que integrem atividade de futebol para atletas até aos 19 anos, independentemente do seu quadro competitivo. Uma vantagem para os clubes que obtenham esta Certificação prende-se com o facto de estas Entidades poderem efetuar o

registo de Contratos de Formação Desportiva (CFD) na Federação, permitindo a assinatura de contrato, otimização financeira e eventuais transferências dos seus jovens atletas.

O Processo de Certificação pode ser descrito em 7 passos essenciais, tais como o Registo, em que as Entidades que integram pela 1ª vez o processo devem identificar-se e solicitar os seus dados de acesso à Plataforma de Certificação; o Enquadramento Inicial, onde as Entidades devem responder a um conjunto de questões (Requisitos Mínimos de Acesso), que permitem definir o nível de certificação a que se se podem candidatar (varia entre 1 a 5 estrelas). A título de exemplo, a FPF define que uma Entidade de Futebol que pretenda candidatar-se à Certificação de 4 ou 5 estrelas deverá: ter futebol sénior; ter pelo menos 1 equipa em cada 1 dos escalões de Juniores a Infantis, assim como atividade registada nos escalões de Benjamins, Traquinas e Petizes; e ter, ou ter tido nas últimas 3 épocas desportivas, pelo menos 1 equipa a disputar provas de âmbito nacional.

Por outro lado, o terceiro passo traduz-se na Autoavaliação, em que depois de se perceber a que nível de certificação a Entidade estará em condições de se candidatar, esta procede à sua Autoavaliação, devendo caracterizar a sua situação atual relativa a cada um dos Critérios e Subcritérios de Certificação, sendo efetuada mediante pontuação/cotação. Os Critérios de Certificação incorporam: Planeamento e Orçamento; Estrutura Organizacional e Regulamento Interno; Recrutamento e/ou Angariação; Formação Desportiva; Acompanhamento Médico-Desportivo; Acompanhamento Escolar, Pessoal e Social; Recursos Humanos; Instalações e Logística; e Produtividade. A Visita Técnica consiste no quarto passo, que tem como finalidade validar/confirmar a situação descrita pela Entidade na sua Autoavaliação, podendo ser identificadas oportunidades de melhoria.

Posteriormente, surge o Relatório Preliminar, elaborado com base na análise da Autoavaliação submetida pela Entidade e a avaliação efetuada durante a Visita Técnica da Comissão. A Audiência de Interessados corresponde ao período durante o qual a Entidade tem a possibilidade de contestar, questionar e/ou corrigir as situações identificadas no Relatório Preliminar. Por fim, o Relatório Final contempla a avaliação realizada após a Entidade, em sede de Audiência de Interessados, ter tido oportunidade de contestar e/ou alterar as situações identificadas no Relatório Preliminar. Nesta sequência, o Relatório Final indicará à Comissão da Certificação da FPF qual a proposta de classificação final de cada Entidade, após decurso de todas as fases do processo.

# **CAPÍTULO 4**

## **METODOLOGIA EMPÍRICA**

A presente investigação propõe uma análise à forma como as camadas jovens de futebol em Portugal são representadas pela imprensa desportiva diária, numa tentativa de compreender e aprofundar a relação entre os meios de comunicação social e as instituições formativas e FPF. Portanto, o intuito principal desta dissertação centra-se na abordagem à mediatização deste fenómeno pelos jornais diários desportivos *A Bola* e *O Jogo*, de modo a aferir o nível contributivo destes dois órgãos de comunicação social na cobertura do futebol de formação em Portugal.

Em termos académicos, este trabalho assume um contributo importante para a comunidade científica que pretenda desenvolver esta matéria, tendo em conta que procura desenvolver a questão do futebol de formação, não na sua vertente técnica e tática (ao nível desportivo), mas sim na transmissão dos valores humanos, sociais e de imagem que lhe estão associados. Por outro lado, a relevância social desta investigação prende-se com a escassez de estudos sobre a mediatização do futebol e, em concreto, da cobertura mediática do futebol de formação em Portugal.

Deste modo, pretendemos colmatar estas lacunas, procurando dar resposta às questões seguintes. A pergunta de partida do estudo é: Que representação tem o futebol de formação na imprensa desportiva diária em Portugal? As questões da investigação são:

- 1) Qual o grau de cobertura mediática que os jornais desportivos *A Bola* e *O Jogo* concedem ao futebol de formação em Portugal?
- 2) Que influência tem a referida cobertura mediática na criação, na projeção e na consolidação de uma imagem das instituições formativas?
- 3) A representatividade do futebol de formação nos *media* varia em função da instituição formativa, da área geográfica com maior implementação pelos órgãos de comunicação social em estudo, ou da quantidade de praticantes?
- 4) O interesse mediático pode influenciar a formação de um jovem jogador?

O método utilizado para a realização deste trabalho é de natureza mista (métodos quantitativo e qualitativo), dado que recorreremos à análise de conteúdo e à entrevista semiestruturada em profundidade para a recolha e posterior análise dos dados.

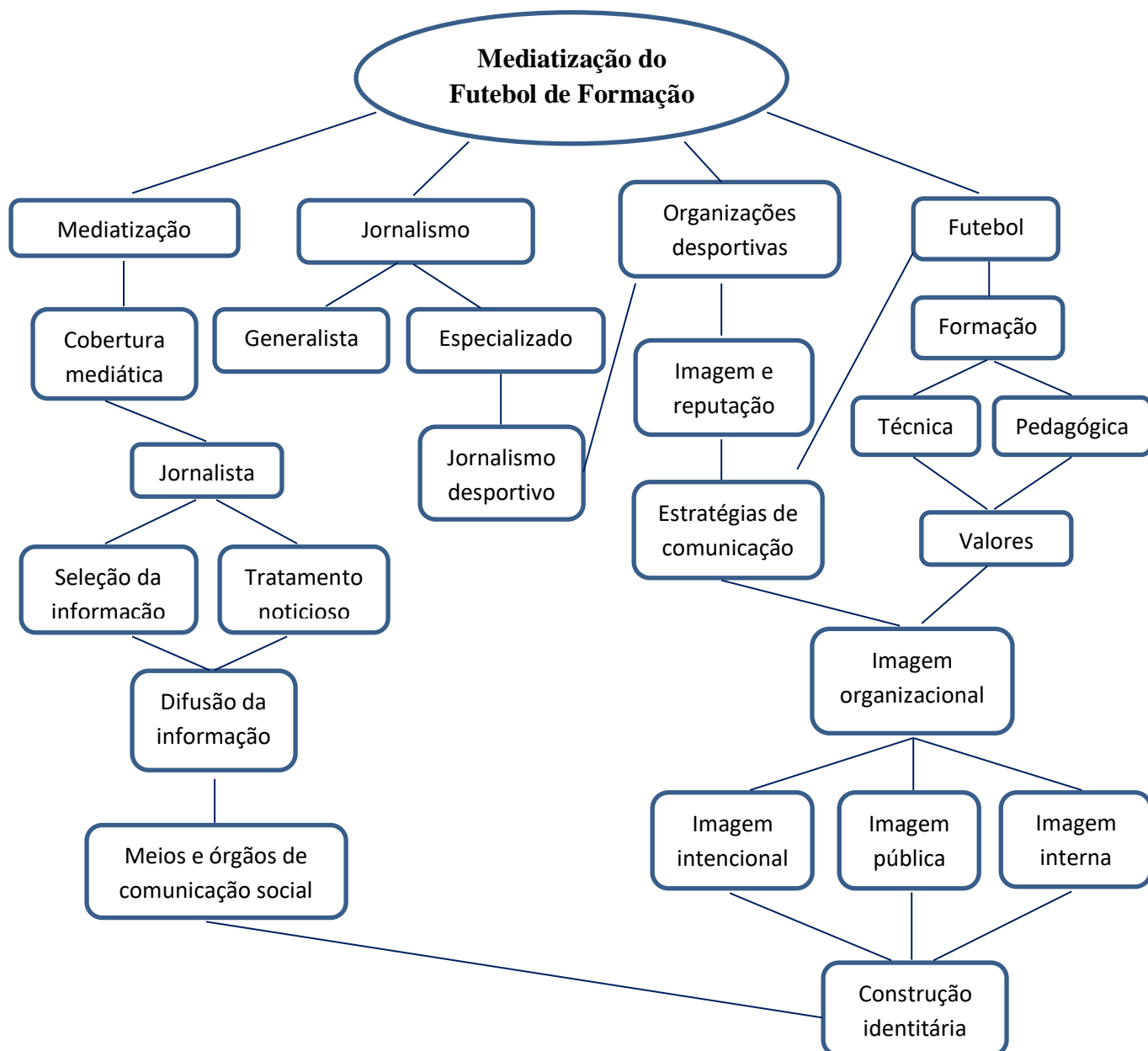
Para obter as devidas respostas às questões anteriores, a investigação centrar-se-á, numa primeira fase, na recolha de informação, como a pesquisa bibliográfica, permitindo

caraterizar e relacionar os conceitos propostos. Para Lopes (2006: 200), a pesquisa bibliográfica «utiliza-se principalmente das contribuições de vários autores sobre determinada temática de estudo». Inserida na pesquisa bibliográfica, encontra-se a revisão de literatura que constitui a análise de documentos já publicados. Esta revisão é, de acordo com Bento (2012: 1), fundamental na obtenção de uma ideia concreta sobre o estado atual dos conhecimentos sobre um determinado tema, as suas lacunas e a contribuição da investigação para o desenvolvimento do conhecimento.

Nos subcapítulos seguintes iremos apresentar o mapa conceptual da investigação, desenvolvido com base na literatura, tal como as técnicas utilizadas, contextualizando-as teoricamente e explicando a razão da sua utilização, mediante o trabalho de campo. Por outro lado, iremos olhar também, em detalhe, para os moldes em que foram desenvolvidos a análise de conteúdo dos jornais *A Bola* e *O Jogo*, através de uma tabela com respetivas categorias e indicadores, assim como referenciar as passagens mais relevantes das entrevistas semiestruturas, focando a apresentação nas respostas a cada pergunta, já que a maioria das questões foi transversal aos entrevistados.

#### 4.1. Mapa conceptual

Conforme citado, este trabalho conta com a definição e contextualização de cinco conceitos-chave: Mediatização; Jornalismo especializado; Futebol; Futebol de formação; e Imagem e Reputação das organizações desportivas. Deste modo, relacionam-se com um conjunto de ideias, plasmadas no mapa conceptual seguinte, onde se procura evidenciar possíveis ligações entre os principais conceitos da investigação.



**Figura 1.** Mapa conceptual. Fonte: Elaboração própria

## 4.2. Análise de Conteúdo

Relativamente ao método quantitativo de recolha de dados, utilizaremos a técnica da análise de conteúdo. Em termos conceptuais, a análise de conteúdo constitui-se como uma técnica que visa a sistematização da informação, através da aplicação de processos de codificação, categorização e inferência que permitem um alcance analítico de natureza quantitativa e/ou inferencial, mediante os objetivos e técnicas de análise (Santo, 2010: 66). Segundo a autora, tanto a análise de conteúdo como a análise textual são técnicas que procuram a sistematização de conteúdos comunicacionais, seguindo um conjunto de características do ponto de vista das tendências, da regularidade da informação, da sua singularidade, bem como das intenções latentes ou expressas do autor.

Com esta técnica procurámos investigar e compreender o fenómeno da mediatização relativa ao futebol de formação em Portugal, representada pelos conteúdos noticiosos dos jornais *A Bola* e *O Jogo* (cf. Anexos A e B), dois jornais desportivos diários de referência, pela sua história no panorama do jornalismo desportivo em Portugal, mas sobretudo pelas áreas geográficas onde desenvolvem atividade com maior influência. *A Bola*, um dos jornais mais antigos em Portugal a dedicar-se, em exclusivo, a temas de desporto e com maior ação na região de Lisboa, e *O Jogo* no norte do país.

Para tal, foram consultadas todas as edições da primeira semana de cada mês do ano de 2018, de modo a ser efetuada, através desta amostra, uma análise comparativa ao longo de todo o ano. A decisão de eleger o ano de 2018 para o estudo justifica-se particularmente pelo facto de nos permitir estudar uma realidade atual. Ou seja, propomos recolher um conjunto de dados que permitam investigar de que forma o futebol de formação tem vindo a ser retratado pela imprensa desportiva diária, assim como registar eventuais diferenças no tratamento deste tema ao longo do ano.

Em termos práticos, na análise de conteúdo, de índole quantitativa, foram consultadas 168 edições (corpus da análise) dos jornais diários *A Bola* e *O Jogo*, referentes ao ano proposto para a investigação, sendo que a respetiva consulta teve lugar na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Neste âmbito, recolhemos um total de 259 conteúdos noticiosos sobre o futebol de formação (122 no jornal *A Bola* e 137 no jornal *O Jogo*), de acordo com um conjunto de categorias e respetivos indicadores (cf. Anexo D), definidos após consulta prévia dos citados jornais. Assim, quanto aos dados que foram recolhidos ao longo da análise de



conteúdo, estes foram escalpelados mediante o citado manual de codificação composto por um conjunto de categorias e indicadores fundamentais para o aprofundamento do estudo. Onde destacamos a categoria referente ao sentido do conteúdo noticioso, em que avaliaremos se os géneros jornalísticos assumem um sentido positivo, negativo ou neutro, sobretudo pela forma como são redigidos pelos jornalistas (grau de cobertura mediática atribuído ao tema em estudo por estes órgãos de comunicação social), assim como as categorias: assunto, género jornalístico, secção, ocupação na página e presença na capa dos jornais *A Bola* e *O Jogo*.

#### **4.2.1. Apresentação da Análise de Conteúdo**

No presente subcapítulo apresentaremos os dados recolhidos (259 conteúdos noticiosos) na análise de conteúdo efetuada à primeira semana de cada mês do ano 2018 dos jornais desportivos diários *A Bola* (122) e *O Jogo* (137). Esta mesma recolha foi desenvolvida tendo como base uma tabela (cf. tabela a baixo) composta por categorias e respetivos indicadores, conforme referenciado anteriormente. As categorias foram definidas de acordo com a literatura, mas também com o conhecimento acerca de toda a estrutura que compõe a elaboração de um jornal, ou seja, paginação, secções, autoria das peças jornalísticas, entre outros aspetos.

Para além das categorias temporais, a tabela seguinte apresenta as categorias: Meio: que corresponde aos dois jornais analisados (*A Bola* e *O Jogo*); Género jornalístico: de modo a compreender aquele(s) que mais se destaca(m) aquando da cobertura mediática do futebol de formação. Sendo que a Breve corresponde apenas a informação composta por um parágrafo, a Coluna a uma notícia apresentada neste formato e a Opinião a jornalistas residentes nos jornais analisados; Secção: após análise prévia da estrutura dos dois jornais, defini os indicadores abaixo como os principais para balizar o que pretendia para o estudo.

Ocupação na página do jornal: aferir o espaço destinado pelos jornais aquando da cobertura deste tema. Meia página refere-se a conteúdos noticiosos inseridos neste espaço, mesmo que não o ocupem na íntegra. Localização na página do jornal: procurar definir, com maior detalhe, onde se localizam as peças noticiosas sobre o futebol de formação em ambos os jornais; Presença na capa: compreender se o objeto de estudo surge ou não com frequência na capa dos jornais desportivos diários analisados; Presença de imagem no corpo do conteúdo noticioso: avaliar a regularidade e se a maioria os géneros jornalísticos

fazem-se acompanhar ou não de uma imagem que ilustre o conteúdo da peça; Autor da peça: aferir os autores das peças, se a redação ou jornalista identificado. Nesta categoria, o indicador “Outro” surge em situações em que os conteúdos noticiosos são elaborados em exclusivo pelos departamentos de comunicação das instituições desportivas (clubes) ou quando não há a identificação do(s) autor(es) das peças; Assunto: identificar o tema, de modo mais específico, de cada conteúdo noticioso recolhido sobre o futebol de formação. Todos os indicadores são elucidativos, no entanto “Deteção, seleção e orientação de jovens talentos” corresponde ao processo de prospeção/captação de jovens atletas desenvolvido pelos técnicos dos clubes e a forma como os jogadores seguem regras/padrões formativos das instituições formativas; “Vertente formativo-educativa” diz respeito ao trabalho/processo pedagógico dos clubes e das suas academias para com os seus jovens atletas; e a “Potencialização físico-desportiva do atleta” ocorre em situações em que as capacidades físicas e técnicas de um jovem jogador se destacam e, por esta via, suscita o interesse de outros clubes em contratá-lo para os seus escalões de formação;

Por último, surge o Sentido do conteúdo noticioso, ou seja, com esta categoria procuramos verificar qual o sentido atribuído pelos jornais *A Bola* e *O Jogo* aos conteúdos sobre futebol de formação, nomeadamente perceber se há ou não alguma tipologia de conotação, com sentido positivo ou negativo, por parte dos jornalistas na hora de falarem sobre a temática como, por exemplo, através do sentido das palavras ou se seguem uma linha neutra nesta abordagem.

**Tabela 1 – Grelha da Análise de Conteúdo (Manual de Codificação)**

Categoria		Indicadores
1. Data	1.1. Dia	1 a 15
	1.2. Mês (2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. janeiro</li> <li>2. fevereiro</li> <li>3. março</li> <li>4. abril</li> <li>5. maio</li> <li>6. junho</li> <li>7. julho</li> <li>8. agosto</li> <li>9. setembro</li> <li>10. outubro</li> <li>11. novembro</li> <li>12. dezembro</li> </ol>
2. Órgão de comunicação		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. A Bola</li> <li>2. O Jogo</li> </ol>
3. Género jornalístico		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Notícia</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Entrevista</li> <li>3. Reportagem</li> <li>4. Coluna</li> <li>5. Breve</li> <li>6. Opinião</li> <li>7. Crónica</li> </ol>
4. Secção	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. SL Benfica</li> <li>2. Sporting CP</li> <li>3. FC Porto</li> <li>4. Liga</li> <li>5. 2ª Liga</li> <li>6. Futebol</li> <li>7. Futebol Internacional</li> <li>8. Diversos</li> <li>9. Outra</li> </ol>
5. Ocupação na página do jornal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meia página superior</li> <li>2. Meia página inferior</li> <li>3. Uma página</li> <li>4. Mais de uma e menos de duas páginas</li> <li>5. Duas páginas</li> <li>6. Mais de duas páginas</li> </ol>
6. Localização na página do jornal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Abertura de secção</li> <li>2. Página par</li> <li>3. Página ímpar</li> <li>4. Páginas centrais</li> <li>5. Última página</li> <li>6. Outra</li> </ol>
7. Presença na capa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manchete</li> <li>2. Chamada de capa superior</li> <li>3. Chamada de capa inferior</li> <li>4. Sem presença</li> </ol>
8. Presença de imagem no corpo do conteúdo noticioso	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sim</li> <li>2. Não</li> </ol>
9. Autor da peça	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jornalista d' <i>A Bola</i> (identificado)</li> <li>2. Jornalista de <i>O Jogo</i> (identificado)</li> <li>3. <i>A Bola</i> (redação)</li> <li>4. <i>O Jogo</i> (redação)</li> <li>5. Outro</li> </ol>
10. Assunto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deteção, seleção e orientação de jovens talentos</li> <li>2. Vertente formativo-educativa</li> <li>3. Potencialização físico-desportiva do atleta</li> <li>4. Assinatura de contrato pelo jovem atleta</li> <li>5. Renovação de contrato pelo jovem atleta</li> <li>6. Transferência de jovem atleta</li> <li>7. Processo de treino</li> <li>8. Criação e/ou melhoria de infraestruturas</li> <li>9. Torneios internacionais jovens</li> <li>10. Campeonato Nacional de Sub-13</li> <li>11. Campeonato Nacional de Sub-15</li> <li>12. Campeonato Nacional de Sub-17</li> <li>13. Campeonato Nacional de Sub-19</li> <li>14. Seleção Nacional Sub-15</li> <li>15. Seleção Nacional Sub-16</li> </ol>

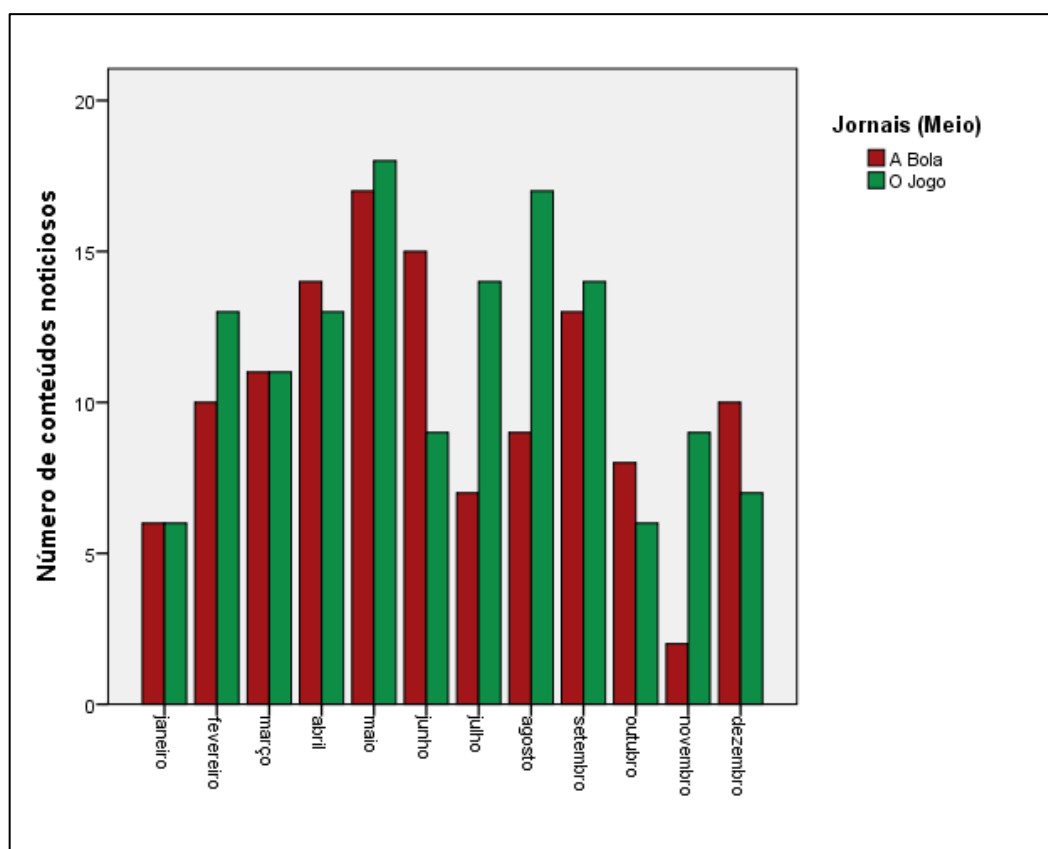
	<ul style="list-style-type: none"> <li>16. Seleção Nacional Sub-17</li> <li>17. Seleção Nacional Sub-18</li> <li>18. Seleção Nacional Sub-19</li> <li>19. Seleção Nacional Sub-20</li> <li>20. Competições da FIFA</li> <li>21. Competições da UEFA</li> <li>22. Sub-7 a Sub-11</li> <li>23. Outro</li> </ul>
11. Sentido do conteúdo noticioso	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Sentido positivo</li> <li>2. Sentido negativo</li> <li>3. Sentido neutro</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria

#### 4.2.1.1. Comparação entre os jornais analisados e o número de conteúdos noticiosos recolhidos em cada mês, em frequências simples

O gráfico seguinte espelha o corpus da análise (168 edições) do estudo, evidenciando, em frequências simples, a comparação entre os jornais, o volume e a distribuição temporal dos 259 conteúdos noticiosos sobre Futebol de Formação em Portugal recolhidos no período analisado (primeira semana de cada mês do ano de 2018).

No jornal *A Bola*, o tema analisado surge em maior destaque nos meses de maio e junho. Por outro lado, maio e agosto são os meses com maior ênfase no jornal *O Jogo*. Em contraste, o mês de janeiro foi aquele em que o futebol de formação foi menos abordado em ambos os jornais, salientando ainda que em novembro é possível verificar uma diferença, em maior evidencia, na cobertura do tema pelos dois jornais.

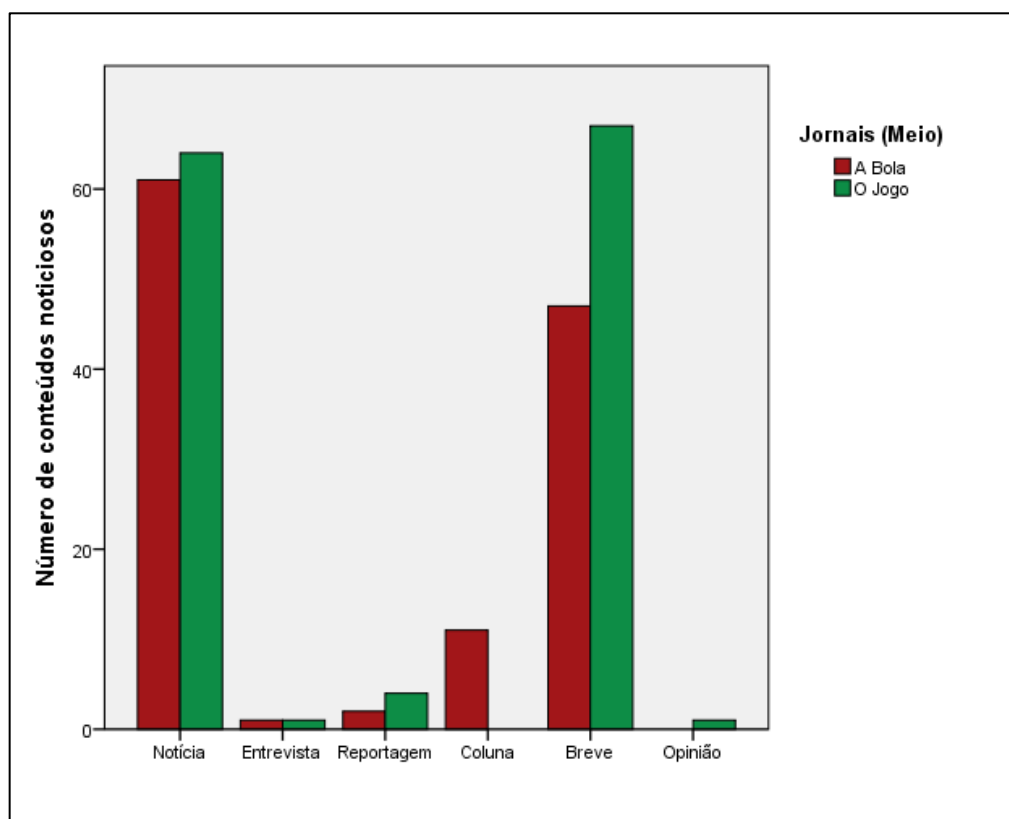


Corpus da análise: 168 edições

#### 4.2.1.2. Comparação entre os jornais analisados e o género jornalístico, em frequências simples

No presente gráfico podemos constatar que a cobertura mediática do futebol em formação em Portugal no ano de 2018 realizada pelos jornais desportivos diários analisados centra-se maioritariamente na publicação de Breves e de Notícias.

Olhando para *A Bola*, os três géneros em destaque são a Notícia (surge em 61 ocasiões), seguindo-se a Breve (47) e a Coluna (11), considerando o total de 259 conteúdos noticiosos recolhidos (122 no jornal *A Bola* e 137 no jornal *O Jogo*). Por outro lado, é possível verificar que a Breve surge com maior frequência n' *O Jogo* (67) e depois a Notícia (64 em 137 conteúdos sobre futebol de formação).

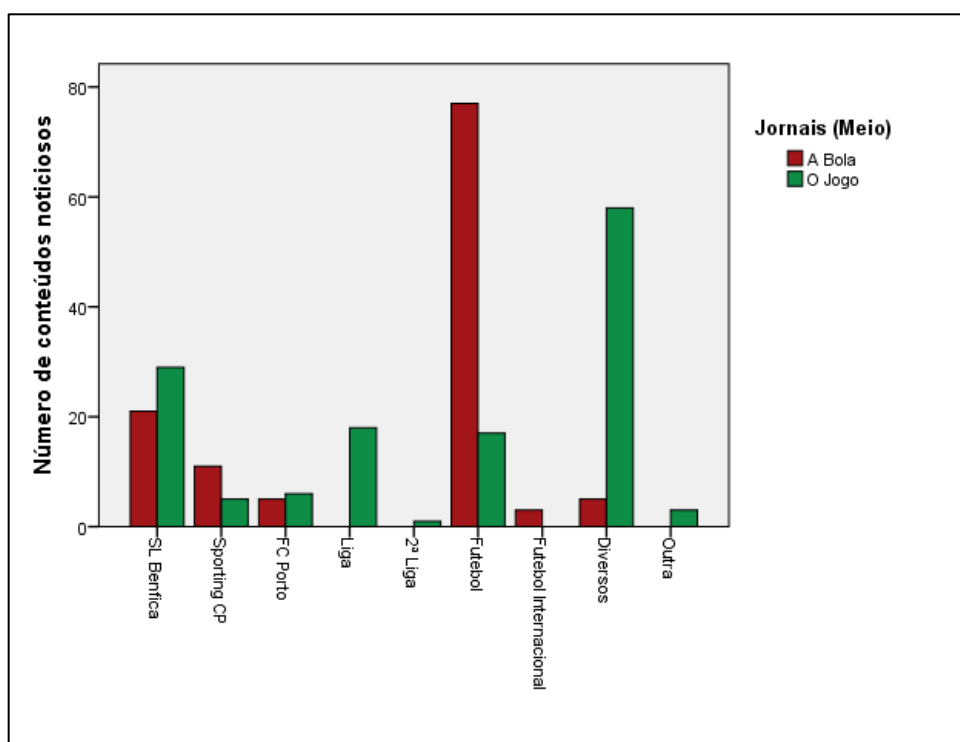


Corpus da análise: 168 edições

#### 4.2.1.3. Comparação entre os jornais analisados e a secção, em frequências simples

As secções dos jornais desportivos diários portugueses são muito semelhantes, variando entre os espaços noticiosos destinados, em exclusivo, aos três clubes com mais adeptos em Portugal (Benfica, Sporting e FC Porto), mas também com áreas dedicadas a tudo o que está relacionado com a Primeira (“Liga”) e Segunda Ligas, com o Futebol em geral, o Futebol Internacional e a secção “Diversos”.

Observando o gráfico seguinte, é-nos possível aferir que a secção “Benfica” é aquela que mais se destaca, ao nível dos três clubes, no jornal *A Bola* como no jornal *O Jogo*, havendo aí um maior número de conteúdos sobre futebol de formação publicado por ambos os jornais (21 n’*A Bola* e 29 n’*O Jogo*). Contudo, olhando para as restantes secções, “Futebol” é a que evidencia um maior destaque no jornal *A Bola* no momento de abordar o futebol de formação (77 em 122 conteúdos recolhidos neste jornal), enquanto que a secção “Diversos”, no jornal *O Jogo*, é aquela em que o objeto do estudo surge com maior frequência (58 em 137 conteúdos noticiosos deste jornal), seguindo-se “Benfica” (29) e “Liga” (18).

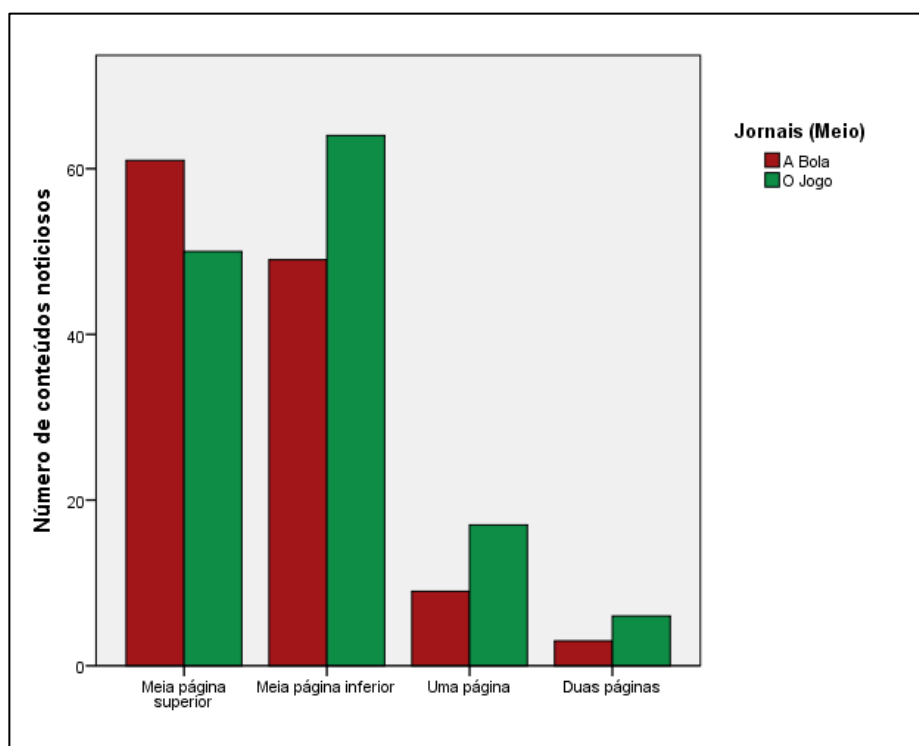


Corpus da análise: 168 edições

#### 4.2.1.4. Comparação entre os jornais analisados e a ocupação dos conteúdos na página do jornal, em frequências simples

Perante o gráfico seguinte podemos observar uma manifesta tendência para a publicação de conteúdos noticiosos sobre futebol de formação pelos jornais *A Bola* e *O Jogo* num espaço que não excede a meia página em ambos.

De acordo com os dados recolhidos, os citados conteúdos sobre o tema em estudo surgem em maior número em meia página superior no jornal *A Bola* (61 em 122 conteúdos recolhidos no jornal), seguindo-se a meia página inferior (49 em 122 conteúdos). No que diz respeito ao jornal *O Jogo*, as publicações relativas a esta temática apresentam-se em maior número em meia página inferior (64 em 137 conteúdos noticiosos recolhidos no presente órgão de comunicação social), surgindo posteriormente a meia página superior (50 em 137 conteúdos).



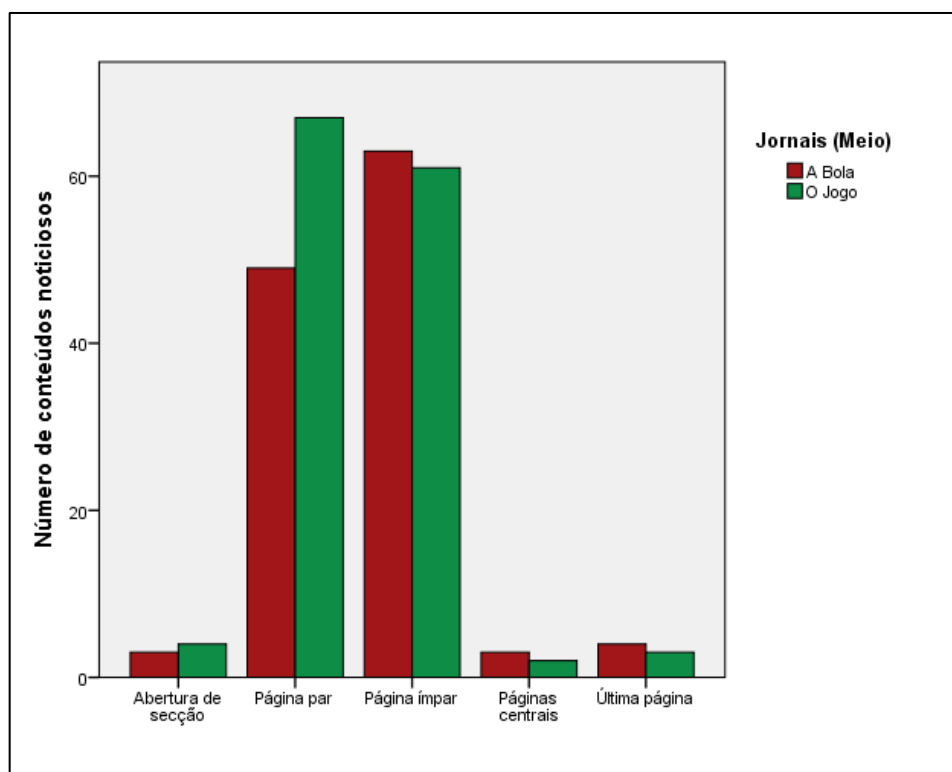
Corpus da análise: 168 edições



#### 4.2.1.5. Comparação entre os jornais analisados e a localização dos conteúdos na página do jornal, em frequências simples

No que toca à localização dos conteúdos noticiosos sobre o futebol de formação na página dos jornais em análise, é-nos possível considerar que a maioria insere-se em página par e página ímpar, em detrimento da respetiva localização na abertura das secções, nas páginas centrais ou no última página.

Olhando para o jornal *A Bola*, a página ímpar é aquela que surge em maior destaque quando falamos da localização do tema da investigação (63 em 122 conteúdos noticiosos neste jornal), contrastando com apenas com 3 que surgem na abertura de secções, o mesmo número também representado nas páginas centrais. Já as páginas pares, ainda que com pouca diferença face às páginas ímpares, são aquelas em que o futebol de formação surge em maior número no jornal *O Jogo* (67 em 137 conteúdos noticiosos recolhidos neste jornal). A localização das páginas centrais é o espaço menos utilizado para este tipo de publicações, surgindo apenas dois casos n' *O Jogo* no período analisado.

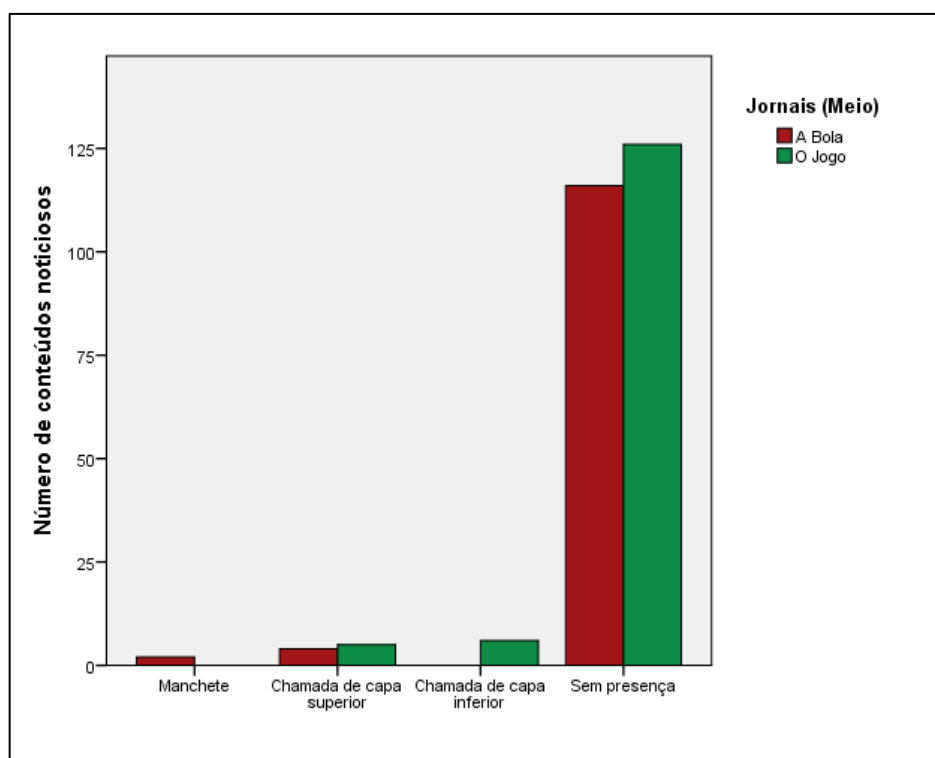


Corpus da análise: 168 edições

#### 4.2.1.6. Comparação entre os jornais analisados e a presença na capa do jornal, em frequências simples

De acordo com o gráfico abaixo, apuramos que a representação mediática do futebol de formação pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo* não figura, de modo maioritário, na capa dos dois jornais. Olhando para *A Bola*, 116 dos 122 conteúdos recolhidos neste jornal não surgem na capa, estando os restantes distribuídos entre a manchete (2) e chamada de capa superior (4), não havendo nenhum caso inserido na chamada de capa inferior.

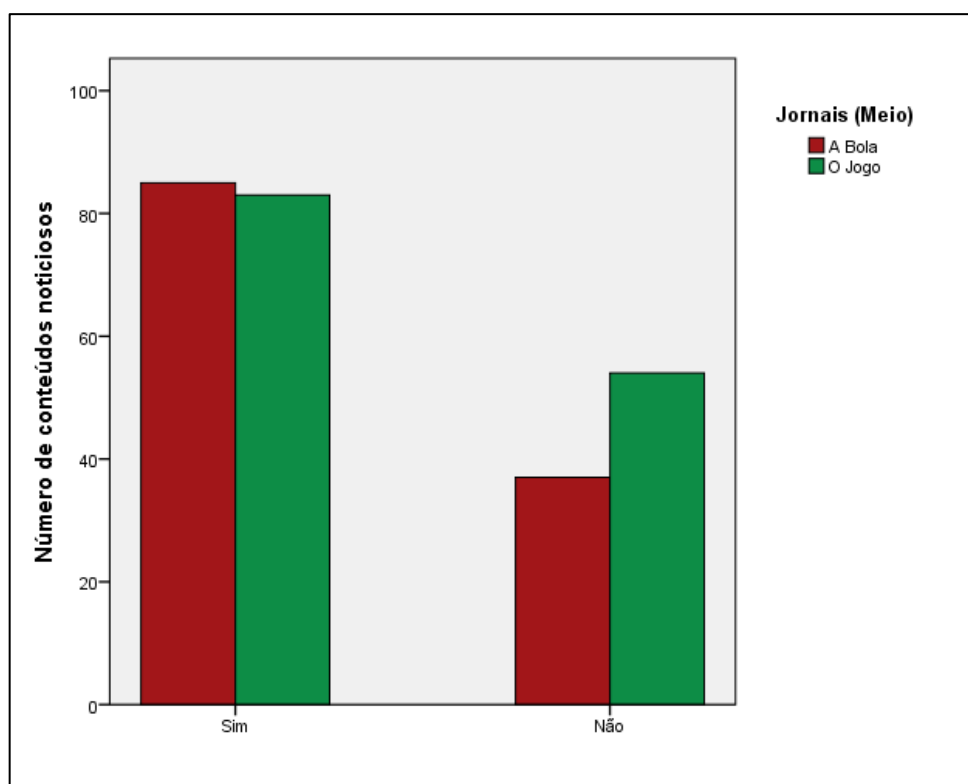
Atentando para a citada lógica, também n' *O Jogo*, 126 dos 137 conteúdos identificados sobre o futebol de formação não constam na capa, sendo que é possível aferir que nenhum caso se insere na manchete. As restantes peças noticiosas dispersam-se entre a chamada de capa inferior (6) e chamada de capa superior (5).



Corpus da análise: 168 edições

#### 4.2.1.7. Comparação entre os jornais analisados e a presença de imagem, em frequências simples

No gráfico seguinte olhamos para o número de casos em que surge uma imagem a acompanhar os conteúdos noticiosos sobre futebol de formação. Neste seguimento, de salientar o equilíbrio entre os dois jornais no que diz respeito ao número de conteúdos recolhidos sobre futebol de formação que são acompanhados de imagem. N´A *Bola* podemos conferir que das 122 peças noticiosas recolhidas neste órgão de comunicação social, 85 delas fazem-se acompanhar de uma imagem e 37 sem imagem. Por outro lado, n´ *O Jogo*, 83 conteúdos sobre o tema apresentam imagem, num total de 137 recolhidos neste jornal desportivo diário.

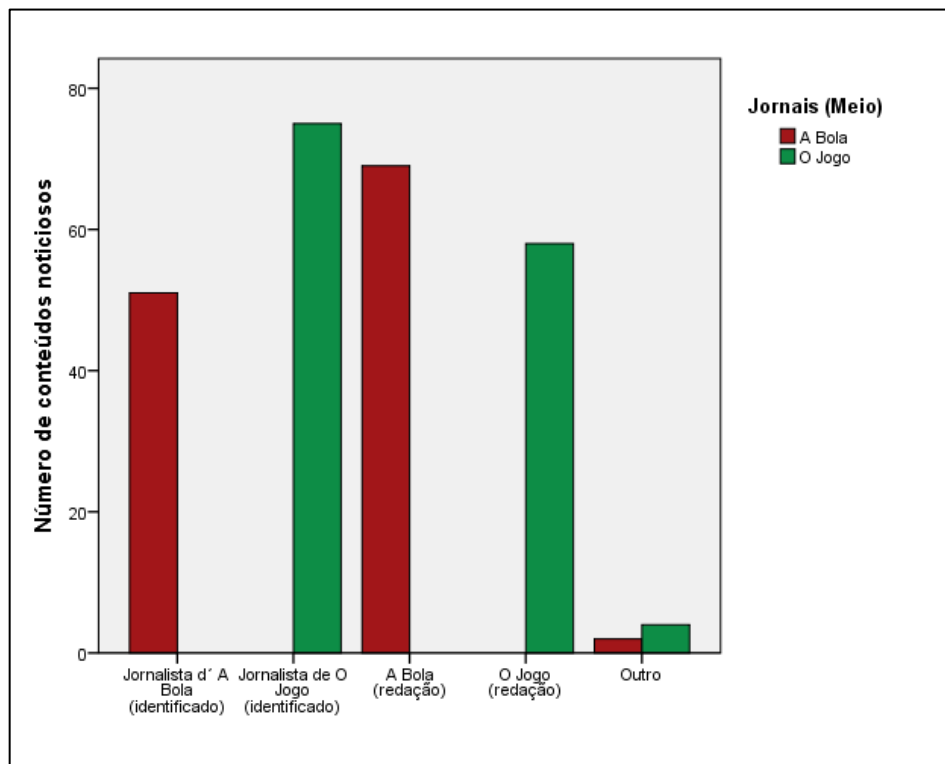


Corpus da análise: 168 edições

#### 4.2.1.8. Comparação entre os jornais analisados e o autor da peça, em frequências simples

Relativamente aos autores das peças jornalísticas sobre futebol de formação presentes nos jornais *A Bola* e *O Jogo* no período analisado, deparamo-nos que a maior parte dos conteúdos publicados no jornal *A Bola* (69 em 122 deste jornal) são elaborados pela redação, ou seja, não estão assinados por nenhum jornalista em específico. N' *O Jogo*, a realidade difere, uma vez que das 137 peças sobre o tema plasmadas neste jornal, 75 têm a assinatura do respetivo jornalista que as elaborou, seguindo-se 58 apenas identificadas por “redação”.

O indicador “Outro” traduz-se em conteúdos noticiosos em que a autoria provém, por exemplo, dos próprios clubes. Isto é, a fonte das notícias e respetiva elaboração das peças tem a sua origem nos departamentos de comunicação das instituições desportivas. Mas este indicador também foi definido para casos em que não estejam assinalados nome do jornalista ou referência à redação enquanto autores dos conteúdos publicados.

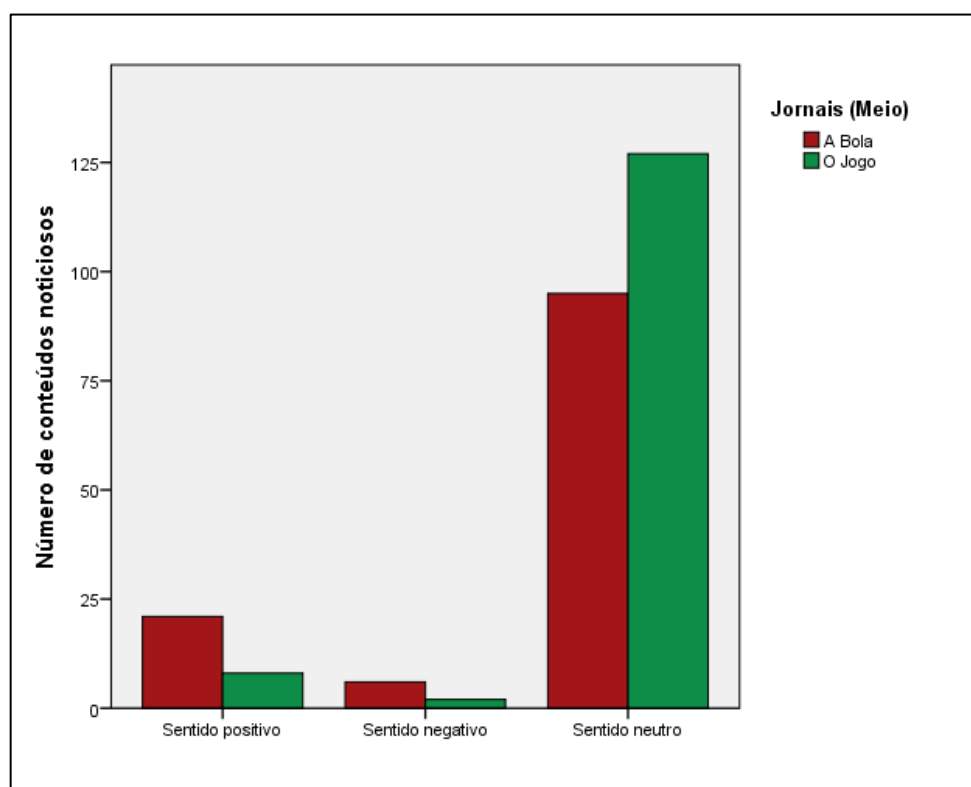


Corpus da análise: 168 edições

#### 4.2.1.9. Comparação entre os jornais analisados e o sentido dos conteúdos noticiosos recolhidos, em frequências simples

O gráfico seguinte demonstra o sentido que é atribuído pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo* no que diz respeito à cobertura do tema futebol de formação. Podemos verificar uma tendência para um sentido neutro, em ambos os casos, na forma de redigir os conteúdos noticiosos sobre a temática em estudo.

Por um lado, no jornal *A Bola* é possível aferir que 95 dos 122 conteúdos publicados por este órgão de comunicação assumem um sentido neutro, face à forma como são redigidos, seguindo-se 21 que espelham um sentido positivo, considerando o vocábulo utilizado pelos jornalistas. *O Jogo*, tal como na referência anterior, também realça essa posição neutra (127 em 137 conteúdos recolhidos neste jornal) aquando da elaboração de peças noticiosas sobre o futebol de formação.



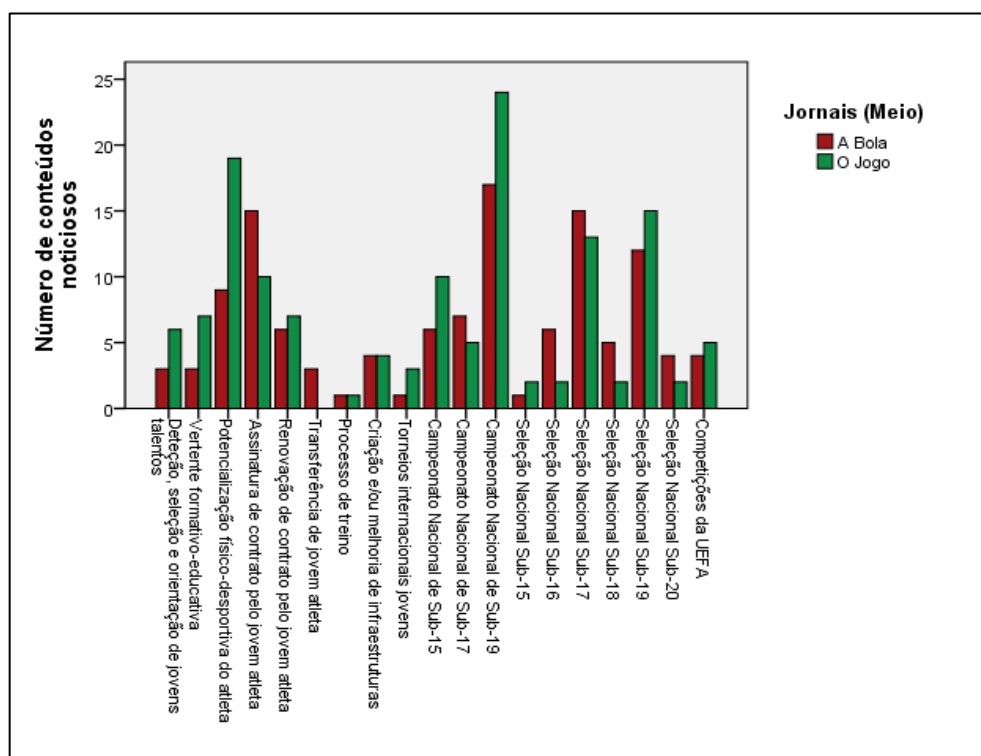
Corpus da análise: 168 edições

#### 4.2.1.10. Comparação entre os jornais analisados e o assunto dos conteúdos, em frequências simples

Observando o período analisado ao longo da presente investigação, primeira semana de cada mês do ano de 2018, é-nos possível identificar um vasto conjunto de assuntos, direta ou indiretamente, relacionados com o tema futebol de formação.

Portanto, o gráfico abaixo demonstra que os quatro assuntos com maior destaque no jornal *A Bola*, aquando da cobertura do futebol de formação, dizem respeito às notícias ou breves dos jogos do Campeonato Nacional de Sub-19 (17 num total de 122 conteúdos recolhidos neste jornal) - cf. Anexo K; assinatura de contrato profissional (15 num total de 122) - cf. Anexo J; notícias ou breves sobre a Seleção Nacional de Sub-17 (15 num total de 122) - cf. Anexo N; e Seleção Nacional de Sub-19 (12 num total de 122) - cf. Anexo M.

Por outro lado, notícias ou breves sobre o Campeonato Nacional de Sub-19 (24 num total de 137 conteúdos sobre o tema); a potencialização físico-desportiva dos atletas (19 num total de 137) – cf. Anexo L; notícias ou breves sobre a Seleção Nacional de Sub-19 (15 num total de 137) e Seleção Nacional de Sub-17 (13 num total de 137) são os quatro assuntos com maior destaque no jornal *O Jogo*.



Corpus da análise: 168 edições

### 4.3. Entrevistas

No que toca ao método qualitativo, recorreremos à entrevista (cf. Anexo C), pois é uma das técnicas de recolha de dados que melhor se articula na resposta a determinados objetivos propostos, criando procedimentos centrados na investigação em profundidade de determinados objetos de estudo, de onde se destaca a «análise consequente de caracterização de determinados sujeitos, grupos ou comunidades» (Santo, 2010: 34). A autora afirma que a entrevista permite que os indivíduos possam falar livremente e oferecer a sua interpretação dos acontecimentos.

A técnica da entrevista semiestruturada caracteriza-se, portanto, por uma lista de perguntas-guia de resposta livre e aberta a testemunhas privilegiadas (Quivy & Campenhoudt, 2005). Para os citados autores, as entrevistas contribuem para descobrir os aspetos a ter em conta e alargam ou retificam o campo de investigação das leituras (2005: 69). Tal como Moreira que considera a entrevista semiestruturada como «a técnica mais utilizada na investigação social» (2007: 203), acrescentando que este tipo de entrevista caracteriza-se pela elaboração de uma lista de perguntas ordenadas (para conseguir um contexto equivalente) e redigidas (para terem o mesmo significado) por igual para todos os entrevistados, mas de resposta livre ou aberta.

Portanto, neste quadro, realizámos entrevistas semiestruturadas ao Diretor Técnico Nacional, José Couceiro (cf. Anexo E), que tem ainda a seu cargo a supervisão das Seleções Nacionais da Formação (até sub-20), de modo a compreender a função do departamento de formação das seleções nacionais jovens e dos clubes no que diz respeito a esta temática e a sua relação com os meios de comunicação social, nomeadamente com os órgãos de comunicação em estudo. Por outro lado, procuraremos junto de Ricardo Vaz Monteiro (cf. Anexo F), autor da obra “A Minha Causa”, compreender as características deste seu projeto e divulgar os conselhos que pretenda transmitir junto dos mais jovens que ambicionam ser profissionais do desporto de alta competição no modo de encararem e prepararem o seu futuro. Atualmente, além de ser jogador profissional de futebol no Rio Ave Futebol Clube, o autor procura despertar consciências, alertando mentalidades de uma nova geração de desportistas, nomeadamente através de palestras, sempre com o claro intuito de sensibilizar os atletas para a necessidade de se investir na formação académica e na criação de projetos paralelos à carreira profissional, ou seja, o futuro depois do desporto.

Rui Santos também foi um dos entrevistados (cf. Anexo G), nomeado pela sua estreita relação com o tema em estudo durante vários anos, em que procurará explicar, conforme referido, qual a sua relação com o futebol de formação e o modo como pensa esta temática, bem como as principais diferenças que encontra entre a Geração de Riade (Seleção Nacional de Sub-20 que se sagrou campeã mundial em 1989), dada a proximidade que teve, à época, com jogadores e treinadores enquanto jornalista e a atual geração de jovens atletas no que diz respeito ao processo formativo que integram e às demais competências que lhe estão subjacentes.

Para a recolha de dados serão utilizadas as referidas técnicas, uma vez que são aquelas que oferecem instrumentos fundamentais na procura de resposta às questões apresentadas no projeto de pesquisa, assim como aos objetivos propostos. Com a investigação pretendemos, assim, após a elaboração da análise de conteúdo das edições dos jornais diários desportivos *A Bola* e *O Jogo*, recolher os devidos resultados que permitam responder às seguintes questões:

- Qual o grau de cobertura mediática que os jornais desportivos *A Bola* e *O Jogo* concedem ao futebol de formação em Portugal?
- A representatividade do futebol de formação nos *media* varia em função da instituição formativa, da área geográfica com maior implementação pelos órgãos de comunicação social em estudo, ou da quantidade de praticantes?

Por outro lado, através das entrevistas, procuraremos extrair as informações necessárias que permitam responder às questões:

- Que influência tem a referida cobertura mediática na criação, na projeção e na consolidação da imagem das instituições formativas?
- O interesse mediático pode influenciar a formação de um jovem jogador?

No que diz respeito ao conjunto de objetivos definidos, testaremos a análise de conteúdo (quantitativa) dos jornais desportivos *A Bola* e *O Jogo*, através das categorias plasmadas no manual de codificação e respetivo tratamento dos dados. Sendo que os resultados provenientes desta ação serão apresentados, possivelmente, sob a forma de gráficos de barras, em frequências simples, e interpretados de modo a responderem aos seguintes objetivos:



- Aferir o nível de cobertura mediática que os jornais desportivos *A Bola* e *O Jogo* atribuem ao futebol de formação em Portugal;
- Identificar o género jornalístico que mais se destaca, o assunto, a secção, a ocupação na página e a presença na capa dos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo* de conteúdos noticiosos sobre o futebol de formação;
- Enumerar as principais diferenças na cobertura mediática do futebol de formação entre os jornais *A Bola* e *O Jogo* no período analisado;

Consequentemente, com a interpretação das entrevistas, realizadas sob a forma de análise de conteúdo qualitativa, pretendemos responder aos seguintes objetivos específicos:

- Analisar o papel da imprensa desportiva na criação e na consolidação de uma imagem das instituições formativas;

Com a devida articulação destas duas técnicas (análise de conteúdo e entrevista), e após a realização da recolha de todos os dados obtidos, ambicionamos que a interpretação dos resultados possibilite uma conclusão que permita compreender de que modo é mediatizado o futebol de formação na imprensa desportiva diária, assim como de todo o processo que integra a formação de jovens atletas e a transmissão dos valores e padrões fundamentais que lhe estão subjacentes, completando com a respetiva explicação à pergunta substancial do estudo: Que representação tem o futebol de formação na imprensa desportiva diária em Portugal?

Em suma, embora não haja uma total certeza no que diz respeito à obtenção de resultados que permitam responder detalhadamente a todas as questões da investigação, este método e técnicas de recolha e tratamento dos dados são aqueles que melhor se ajustam às informações que pretendemos obter, tendo em conta os objetivos traçados para o desenvolvimento do estudo.

#### **4.3.1. Apresentação das Entrevistas**

No presente subcapítulo apresentaremos as respostas resultantes das entrevistas efetuadas a José Couceiro, Ricardo Vaz Monteiro e Rui Santos sobre o tema da investigação. A citada apresentação decorre da alusão a cada pergunta e respetiva resposta de cada um dos três entrevistados à mesma.

#### **4.3.1.1 – O papel dos clubes no processo de formação dos jovens atletas e seus principais intervenientes e respetivas funções**

José Couceiro ressalva a importância do documento desenvolvido pela Federação Portuguesa de Futebol, designado “As etapas de desenvolvimento do jogador de futebol”, onde está plasmado o desenvolvimento do processo de formação dos jovens atletas no futebol. O Diretor Técnico Nacional enfatiza, também, que estas mesmas etapas devem ser respeitadas, sobretudo pela família, clubes e escolas de futebol, salvaguardando o mais importante, o jogador e o ensino do jogo. Consequentemente, destaca que o mais relevante nas idades jovens é o prazer em jogar futebol.

Ricardo Vaz Monteiro, por outro lado, revela a existência de um projeto, a UAARE – Unidade de Apoio ao Alto Rendimento na Escola, que procura promover a conciliação da escola com o futebol de formação, nomeadamente através de aulas virtuais para os atletas que integram algumas das academias dos clubes portugueses. Contudo, no ponto de vista do autor da obra “A Minha Causa”, existe uma falta de estratégia dos clubes portugueses em potenciar a importância dos estudos junto dos seus jovens atletas, bem como dos pais. Ainda assim, mostra-se otimista quanto ao desenvolvimento desta ideia, sobretudo através do exemplo de clubes, como o Vitória de Guimarães que, para além de Benfica, Sporting e FC Porto, já tem vindo a testar este modelo junto dos seus atletas, reiterando, também, a importância do Processo de Certificação da FPF neste contexto.

«Há duas entidades principais no processo de formação de jovens atletas: os Clubes e a FPF, quando eles chegam a um nível suscetível de poderem ser chamados para integrarem as seleções nacionais», descreve Rui Santos. O jornalista sublinha o papel da vertente técnico-desportiva no processo de formação, mas também a função dos dirigentes desportivos na implementação destes princípios formativos. Neste âmbito, acrescenta que «a evolução técnico-tática é crucial, mas há pelo menos 10 anos no processo de formação de jovens atletas (vamos dizer 8-18 anos) que são fundamentais», indo ao encontro da ideia de José Couceiro, ao salientar a importância do documento desenvolvido pela FPF, “As etapas de desenvolvimento do jogador de futebol”. Todavia, defende que o essencial é promover a relação atleta-adolescente, entrando, aqui, a «terceira ‘entidade’, que é a Família», já que os pais assumem um papel de destaque no processo de formação dos jovens futebolistas.

#### **4.3.1.2 – O interesse mediático na criação, projeção e consolidação de uma imagem das instituições formativas**

José Couceiro defende, quanto à ideia anterior, que até ao escalão de Benjamins (Sub-11) não deveria existir a publicação de resultados, uma vez que nestes escalões mais baixos o que mais importa é que os jovens sintam prazer em jogar futebol e que se desenvolvam, mediante as etapas de desenvolvimento do jogador de futebol. Ainda assim, o entrevistado sublinha que «a mediatização precoce é extremamente negativa, não só para os jovens, mas para as suas famílias». Acrescentando que não existe nenhuma vantagem para os clubes em promoverem a mediatização, sobretudo «das competições de jogadores tão jovens».

Neste contexto, Ricardo Vaz Monteiro enfatiza que, em termos sociais, esta mediatização do futebol pode promover um conjunto de vantagens, nomeadamente ao nível da formação, mas também do ponto de vista ético e de valorização da própria modalidade. Por outro lado, deixa o exemplo dos Jogos Olímpicos de 2016, em que 66% dos atletas de todas as modalidades, exceto futebol, que participaram no evento tinham concluído o Ensino Superior. Essa percentagem diminuía significativamente, segundo o próprio, em relação aos jogadores de futebol. Contudo, acredita que se esta preocupação passar a ser uma realidade no futebol, através do desenvolvimento e implementação de uma estratégia, a imagem mediática da modalidade melhorará consideravelmente.

Tal como José Couceiro, também Rui Santos sublinha que a mediatização não é importante, referindo que «o futebol de formação deve ser, dentro do possível, um processo que deve correr à margem da sua eventual mediatização». Consequentemente, frisa que o papel da internet nos dias de hoje permite um maior fluxo de informação, sendo que os jornalistas devem estar atentos a esta realidade, ainda que trabalhem sobre a mesma de forma moderada, aconselha. Dado que o mais relevante neste contexto é «formar bem».

#### **4.3.1.3 – A mediatização do futebol de formação em Portugal pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo***

De acordo com José Couceiro, há uma tendência da imprensa em publicar um maior volume de conteúdos sobre tudo o que tenha que ver com os três clubes «que têm uma percentagem muito elevada de adeptos». Logo, justifica que «os resultados e as classificações dos escalões mais baixos passam a ter uma importância que não deviam», acrescentando que há a necessidade de promover, através dos clubes, um trabalho mais profundo ao nível da educação desportiva, sobretudo junto dos pais. No entanto, confessa que está a ser criado «todo um enredo à volta dessas crianças que é negativo», pois a própria sociedade mediática está a cometer um «grande erro», já que em grande parte dos casos, os jovens jogadores não atingem o futebol profissional. O Diretor Técnico Nacional reconhece que a mediatização do futebol de formação por estes dois jornais é uma realidade, mas alerta que esta questão deve motivar uma reflexão profunda.

Ricardo Vaz Monteiro destaca o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido em termos de alta performance pelos clubes, nomeadamente pela qualidade apresentada «pelos jogadores que têm saído da formação portuguesa». Ainda assim, considera que a mediatização dos casos de violência no desporto pode ter contribuído para o «pouco ênfase ao que é o futebol de formação», logo, não beneficia a imagem mediática do futebol e da sua formação. Também acredita que grande parte dos jogadores jovens que são alvo de cobertura mediática deve-se à chamada dos mesmos à equipa principal dos clubes onde atuam. Logo, admite que «essa mediatização ainda vive muito à custa do futebol profissional, não do futebol de formação».

De acordo com o assunto em análise, Rui Santos salienta que o futebol de formação «ganhou uma maior projeção na imprensa desportiva a partir dos anos 80», justificando o papel da designada ‘geração de ouro’ no processo de formação de jovens jogadores, sobretudo porque permitiu, segundo o próprio, envolver, de um modo organizado e participado, a valência dos clubes, associações distritais e FPF. Na opinião do jornalista, essa dinâmica acabou por ser alvo de cobertura mediática, sendo que o jornal *A Bola* esteve na vanguarda, num âmbito seguido pelos restantes jornais desportivos diários. Por outro lado, refere que a mediatização do futebol de formação em Portugal por *A Bola* e *O Jogo* enquadra-se, na maior parte, na dinâmica dos resultados.

#### **4.3.1.4 – A dificuldade na cobertura mediática do futebol de formação**

José Couceiro volta a salientar que não se deve dar destaque mediático excessivo aos jovens jogadores, mas admite que a partir do escalão de Sub-15 (Iniciados) é normal que haja a cobertura dos *media* dos jogos, resultados e classificações. Algo que ocorre, no seu ponto de vista, «progressivamente até chegarem às competições profissionais», acrescentando que se trata de «uma dimensão completamente diferente, portanto é normal que tenham um maior espaço informativo».

Consequentemente, Ricardo Vaz Monteiro, pelos seus anos de futebol, considera que «se aparecem notícias nos jornais relativamente a alguns jogadores de formação isso, muitas das vezes, não aparece por aparecer», ou seja, esse mesmo motivo deve-se, segundo ele, ao negócio que envolve o mundo do futebol. Frisando, no entanto, que se os jogadores são alvos de cobertura mediática isso também se deve à qualidade técnica que apresentam. Nesta sequência, destaca, ainda, o contributo da comunicação social nesta dinâmica e na forma como pode influenciar a opinião pública.

Contudo, Rui Santos considera que não existe qualquer tipo de dificuldade ao nível de cobertura mediática do futebol de formação, pois, segundo ele, esta mesma questão prende-se apenas com a intenção editorial, ou seja, pode variar em função da liderança que vigora nos diversos órgãos de comunicação social.

#### **4.3.1.5 – A representatividade do futebol de formação pelos órgãos de comunicação social em estudo**

No presente ponto pretendemos aferir se a representatividade do futebol de formação varia em função da instituição formativa e da área geográfica com maior implementação pelos órgãos de comunicação social em estudo. «Nunca fiz nenhuma análise a essa questão», confessa José Couceiro. Contudo, admite que os jornais têm áreas de influência diferentes, ainda que essa mesma questão deva ser independente «de se dar maior cobertura aos clubes das áreas de influência da imprensa», quer a nível regional quer a nível nacional, prevalecendo os conteúdos com o fator mais relevante.

Ricardo Vaz Monteiro também partilha da ideia anterior, enfatizando que as áreas geográficas de Lisboa e do Porto arrogam uma maior centralização de conteúdos noticiosos sobre futebol de formação, sendo que Benfica, Sporting e FC Porto assumem, neste

contexto, um maior destaque. Portanto, na ótica do entrevistado, «os outros clubes acabam por ter um espaço muito mais reduzido». Apesar disso, sublinha o papel do jornal *O Jogo* na região do Porto e a cobertura que faz dos clubes mais próximos deste território, acreditando que o citado jornal «provavelmente consegue uma informação diferente daquela conseguida pelo jornal *A Bola*» na região norte. Revela, por outro lado, que essa mediatização também decorre da influência dos jornalistas e da relação destes com os clubes, afirmando que «quando identificamos um jornal, neste caso *O Jogo* e *A Bola*, identificamos claramente as áreas em que atuam».

Rui Santos lamenta esta realidade, considerando que mesma depende de questões de natureza comercial. Consequentemente, sugere a implementação de um «plano de fomento do futebol jovem nas áreas mais desertificadas/descativadas, por regiões e sob patrocínio da FPF». Para o jornalista, esta dinâmica poderá originar o interesse mediático.

#### **4.3.1.6 – A mediatização das camadas jovens do SL Benfica**

Face ao período analisado, a cobertura mediática das camadas jovens do SL Benfica foi superior se compararmos com a dos restantes clubes. «Preciso de comparar com outros parâmetros, com número de jogadores que fizeram contrato e com os destaques que essas equipas tiveram nas competições», garante José Couceiro. Por outro lado, acredita que quando um clube tem um maior destaque face aos restantes, isso não ocorre apenas ao nível da formação, mas também devido à dimensão da instituição, como número de títulos conquistados, transferências efetuadas, entre outros aspetos.

Ricardo Vaz Monteiro acredita que o Benfica adotou uma estratégia nos últimos anos com o claro objetivo de apostar no crescimento da sua formação, assim como criar «condições para conseguir atrair para ali os melhores jogadores, os potenciais talentos para o futebol português», aliando ao negócio das transferências dos jovens jogadores que se destacam na Academia do Seixal e que, em grande parte, acabam por chegar à equipa principal. A norte, o entrevistado admite que o SC Braga está a tomar um rumo semelhante à estratégia do Benfica no que diz respeito à potencialização do seu futebol de formação.

A opinião de Rui Santos face ao assunto presente vai ao encontro do ponto de vista de José Couceiro. O jornalista afirma que este destaque do futebol de formação do Benfica, em termos de cobertura mediática, em relação aos outros clubes deve-se, sobretudo, à «força da ‘marca Benfica’», como também «aos méritos subjacentes a esse processo». Ótica esta

que se enquadra na dimensão e nos valores da própria instituição Sport Lisboa e Benfica e em todo o palmarés inerente à história do clube, tal como enfatiza José Couceiro.

#### **4.3.1.7 – O impacto das conquistas europeias da Seleção Nacional Sub-19 e da equipa de Sub-19 do FC Porto para o interesse dos *media* pelo futebol de formação**

Neste ponto procuraremos compreender o nível de impacto das conquistas da Seleção Nacional Sub-19, vencedora do Europeu 2018, e da equipa de Sub-19 do FC Porto, que venceu a UEFA *Youth League* 2018/2019, para o interesse dos *media* pelo futebol de formação em Portugal.

José Couceiro destaca a importância das conquistas internacionais nestas idades, numa fase de maior especialização, ao nível da formação, dos jovens futebolistas, uma dimensão que possibilita uma maior visibilidade do trabalho desenvolvido pelos clubes. Por outro lado, o Diretor Técnico Nacional reforça os benefícios da aposta no desenvolvimento dos jovens jogadores portugueses, sobretudo pelas características do nosso futebol. Um aspeto que irá contribuir, segundo o próprio, para o crescimento destes feitos internacionais ao nível da formação.

Ricardo Vaz Monteiro também partilha da opinião de José Couceiro quanto à importância das conquistas de competições internacionais pelas equipas de formação dos clubes portugueses, contudo garante que as mesmas podem trazer benefícios em termos de interesse mediático mas num âmbito de negócio. O jogador e autor da obra “A Minha Causa” dá, inclusive, o exemplo da transferência do SC Braga para a Lazio de dois jovens jogadores da formação clube minhoto, num negócio avaliado em vinte milhões de euros. A nível mediático, apenas a transferência foi destaque, segundo o entrevistado, não sendo abordado, em maior detalhe, todo o percurso formativo e evolutivo destes jovens no clube.

Considerando esta questão, Rui Santos acredita que «será sempre um interesse subordinado às questões relativas ao chamado ‘futebol profissional’», realçando a existência de um «problema de ausência de cultura desportiva» refletida pelos *media*. Contudo, o jornalista elogia o esforço de hoje em dia já se fazerem «mais primeiras páginas com outras modalidades que não o futebol», sublinhado que essa realidade deve-se aos resultados desportivos, que ganharam «maior expressão em diversas modalidades». Por outro lado, confessa que o futebol de formação «será sempre tratado numa perspetiva de relação com o futebol profissional».

#### **4.3.1.8– A mediatização dos jovens atletas Laurindo Júnior (8 anos) e Guilherme Melo (6 anos). Perspetivas de como estes exemplos mediáticos devem ser gerido pelos clubes.**

Sem querer falar em casos específicos, e nos anteriores em concreto, José Couceiro enfatiza que «o futebol não pode ser um elemento desestabilizador, tem de ser um elemento de auxílio, que crie condições para que os jovens possam crescer, quer num bom ambiente familiar quer no rendimento escolar». Confessa que este é um tema delicado e assegura que este tipo de mediatização precoce pode ser negativo, nomeadamente pelo facto de não haver a garantia de que um jovem jogador com potencial alcance o futebol profissional. O Diretor Técnico Nacional dá o exemplo de alguns jogadores «que foram contratados ainda muito novos para os clubes e que não chegaram às suas equipas de topo. Nestas idades é excessivamente cedo».

Face à ideia anterior, Ricardo Vaz Monteiro sublinha que «os contextos podem modificar as capacidades técnicas dos jogadores, ou seja, irem para um clube com melhores condições, com melhores colegas, melhores treinadores». Contudo, realça para o impacto negativo que possa ocorrer nestes casos, concretamente quando os jovens jogadores abandonam, ainda em tenra idade, o seu contexto familiar e de amigos para passar a viver num regime de internato nas academias dos clubes. Para o entrevistado, as instituições formativas assumem um papel fundamental neste processo, devendo encontrar um modelo de gestão equilibrado junto dos pais, nomeadamente ao nível das expectativas.

Também Rui Santos discorda da dinâmica de cobertura mediática precoce de jovens futebolistas, defendendo que a «mediatização de casos de ‘jogadores’ com 6-7 anos deve ser evitada a todo o custo». Consequentemente sugere que os clubes indaguem «a melhor forma de não deixar que o futebol se mediatize a este nível etário».



# **CAPÍTULO 5**

**ANÁLISE E REFLEXÃO:**

**MEDITIZAÇÃO, SOCIEDADE E FUTEBOL**

Esta investigação pretende analisar como o futebol de formação em Portugal foi alvo de representação pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo*, de acordo com o tema em estudo: a mediatização do futebol de formação. Ou seja, aferir o grau de cobertura mediática que os jornais desportivos *A Bola* e *O Jogo* atribuem ao futebol de formação. Para tal, definimos pergunta de partida e um conjunto de objetivos que permitissem compreender e aprofundar o objeto do estudo.

Podemos aferir que os resultados obtidos vão ao encontro da visão de Menezes e González (2013), ou seja, que a relação entre a comunicação e o desporto é, efetivamente, um assunto pouco explorado no âmbito académico. Embora atualmente os estudos nesta área comecem a ser uma realidade, a verdade é que a teoria existente, sobretudo no contexto português, é reduzida no que toca a este fenómeno. Um tema com potencial, sobretudo pela importância que a noção de mediatização tem vindo a conquistar em diversos contextos que caracterizam a influência que os *media* exercem sobre um conjunto de fenómenos (Hjarvard, 2013: 8). Assim, o autor considera que há a necessidade de existirem mais investigações que procurem fundamentar a temática da cobertura mediática do futebol de formação, de um fenómeno à escala global como é o futebol.

Dado que este tipo de estudos na área das Ciências Sociais carece de conceitos e de metodologia capazes de serem exploradas de forma sustentada. Esta ideia acaba por evidenciar o ponto de vista de Lopes e Pereira (2006), concretamente em relação à opinião de que «sendo uma área que suscita tanto interesse do público e que reúne um indiscutível interesse público, como o jornalismo desportivo, seja tão pouco estudada e, até mesmo, tenha alguma dificuldade em entrar na academia». Ponto de vista também partilhado por Serra e Serrado (2014: 11), ao afirmarem que o futebol «evoluiu muito nos últimos anos no nosso país, ganhando cada vez mais adeptos, e enraizando-se na cultura desportiva portuguesa», tornando-se numa das modalidades com maior interesse do público e que tem vindo a desencadear, nas últimas décadas, uma maior atenção pelos *media*.

Ao nível de cobertura mediática que os jornais desportivos *A Bola* e *O Jogo* atribuem ao futebol de formação em Portugal podemos verificar um claro sentido neutro nas peças de ambos os jornais sobre esta temática, ou seja, estamos perante um tratamento jornalístico imparcial que apenas relata os factos, sem entrar no campo do sensacionalismo, sobretudo no que diz respeito aos clubes. Portanto, este é um dado que vai ao encontro da visão de Novais (2010: 16) ao enfatizar que quanto à prática da atividade jornalística neste campo

específico, espera-se que os profissionais dos *media* assumam um papel de «observadores neutros e críticos acutilantes e que com a mesma frequência optem entre celebrar e criticar».

A relevância deste facto complementa o ponto de vista de Cardoso, Xavier e Cardoso (2007), nomeadamente quando referem que o papel dos *media* é essencial na construção identitária em torno do futebol, uma vez que os clubes são instituições de elevada importância nas comunidades em que estão inseridos, por fazerem parte da sua cultura. O sentido que é transmitido pelos *media* sobre o futebol de formação tem influência na construção da identidade e dos valores das próprias instituições formativas (clubes). Desse ponto de vista, havendo uma tendência neutra atribuída pela imprensa desportiva a este tema, seguramente que permite consolidar o trabalho resultante da política formativa dos clubes, o seu sentido formador, aquilo que muitas das vezes é o seu ADN, assim como o fortalecimento da sua imagem pública perante a sociedade mediática.

Considerando o papel da imprensa desportiva na criação, na consolidação e na projeção de uma imagem das instituições formativas, que segundo (Ruão & Salgado, 2008: 328) é um assunto relevante no quadro da gestão das organizações desportivas, em que «os tópicos da comunicação, imagem e reputação têm vindo a ganhar pertinência na arena desportiva» (2008: 28), os entrevistados foram unânimes quanto ao valor negativo da mediatização precoce dos jovens atletas. José Couceiro sublinha mesmo que não existe nenhuma vantagem para os clubes em promoverem a cobertura mediática dos escalões de formação mais jovens. Para o Diretor Técnico Nacional o mais relevante neste processo é que os jovens, sobretudo com menos de 15 anos, dado que a partir desta faixa etária o nível de exigência nos treinos e nos jogos torna-se superior, «sintam prazer em jogador futebol», mediante as etapas de desenvolvimento do jogador de futebol.

Ricardo Vaz Monteiro considera que, em termos sociais, a mediatização do futebol de formação pode promover um conjunto de vantagens, nomeadamente do ponto de vista ético e de valorização da própria modalidade, mas o mesmo não se aplica quando falamos da exposição mediática dos jovens jogadores. O mesmo sublinha Rui Santos, referindo que «o futebol de formação deve ser, dentro do possível, um processo que deve correr à margem da sua eventual mediatização». Portanto, a cobertura do futebol de formação pelos meios de comunicação deve ser moderada, sobretudo no que diz respeito à exposição pública dos jovens jogadores, nomeadamente nos escalões abaixo dos Sub-15.

Por outro lado, vemos como aspeto positivo o trabalho desenvolvido pelos clubes portugueses ao nível das academias, ou seja, a aposta na valorização da formação e da imagem pública das próprias instituições, sobretudo pelos seus valores identitários. Ou seja, se o trabalho realizado pelos clubes, mas também pela FPF, ao nível dos escalões de formação for num sentido positivo e pedagógico, a imagem que irá passar para a opinião pública pode torna-se favorável, sobretudo pelo sucesso destes e das seleções jovens em competições internacionais.

No que diz respeito ao objetivo referente à identificação do género jornalístico que mais se destaca, o assunto, a secção, a ocupação na página e a presença na capa dos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo* de conteúdos noticiosos sobre futebol de formação, constatou-se que este tipo de cobertura mediática centra-se, essencialmente, na publicação de Breves e de Notícias. De acordo com os dados recolhidos, podemos constatar que a cobertura mediática do futebol em formação em Portugal no ano de 2018 realizada pelos jornais desportivos diários analisados centra-se maioritariamente na publicação de Breves e de Notícias. Portanto, torna-se possível aferir que os citados órgãos de comunicação definem, quanto ao nível de publicação de notícias, um conjunto de prioridades, questões de espaço no jornal e de ativos, podendo variar consoante o tema. Por outro lado, o recurso às breves muitas das vezes é utilizado para noticiar algo mais relevante, facilitando a leitura, já que ali encontra-se sistematizada a informação que se pretende transmitir.

No que toca ao assunto, o jornal *A Bola* exerce uma cobertura do futebol de formação centrada, sobretudo, na publicação de notícias e de breves sobre os jogos do Campeonato Nacional de Sub-19, da Seleção Nacional de Sub-17 e da Seleção Nacional de Sub-19, assim como o momento que marca a assinatura de contrato profissional pelos jovens atletas. Considerando estes dados é-nos possível verificar que o Campeonato Nacional de Juniores (sub-19) é uma aposta deste jornal, nomeadamente com a publicação de notícias com as crónicas dos jogos mais relevantes de cada jornada, assim como breves sobre os restantes encontros. Quanto à Seleção Nacional Sub-17, o número de conteúdos sobre esta mesma seleção deve-se ao facto de a mesma estar a disputar, em parte do período analisado, a fase de apuramento para o Campeonato da Europa da categoria.

Relativamente à Seleção Nacional de Sub-19, o destaque que é atribuído à mesma pelo jornal *A Bola* prende-se com a conquista do Campeonato da Europa da categoria pela equipa liderada, pelo então treinador nacional, Hélio Sousa. Um triunfo histórico, ocorrido

no final de junho de 2018, que mereceu a atenção mediática e a oportunidade de integrar a primeira página, nomeadamente na receção da comitiva no Palácio de Belém pelo Presidente da República Portuguesa, Marcelo Rebelo de Sousa. Por outro lado, a assinatura de contrato profissional pelos jovens atletas também é um dos assuntos em evidência n' *A Bola* (cf. Anexo J), sobretudo no que diz respeito a jogadores dos escalões de formação do Benfica. Na maioria dos casos, este tipo de conteúdo apresenta-se sob a forma de breve acompanhada com uma imagem do momento enviada pelo clube à redação.

Questionado sobre o facto anterior, José Couceiro afirma que o maior destaque atribuído à formação do Benfica relativamente aos outros clubes deve-se, em parte, «à dimensão da instituição, número de títulos conquistados, transferências efetuadas, entre outros aspetos». Ricardo Vaz Monteiro acredita que o Benfica adotou uma estratégia nos últimos anos com o claro objetivo de apostar no crescimento da sua formação, assim como criar «condições para conseguir atrair para ali os melhores jogadores, os potenciais talentos para o futebol português». Na ótica de Rui Santos, este destaque do futebol de formação do Benfica, em termos de cobertura mediática, deve-se, sobretudo, à «força da 'marca Benfica', como também «aos méritos subjacentes a esse processo».

No que diz respeito aos assuntos em maior realce no jornal *O Jogo*, de salientar que, tal como n' *A Bola*, o Campeonato Nacional de Sub-19, a Seleção Nacional de Sub-17 (fase de apuramento para o Campeonato da Europa) e a Seleção Nacional de Sub-19 (conquista do Campeonato da Europa na Finlândia) são também os assuntos que geraram uma maior cobertura pelo jornal sedado no norte do país. Contudo, surge a potencialização físico-desportiva dos atletas como um dos temas mais abordados por este jornal, se comparado com *A Bola*.

Esta temática traduz-se no momento em que determinado jovem atleta começa a evidenciar-se na sua equipa, sobretudo pelas características técnico-táticas, despertando a cobiça de outros clubes e o interesse mediático. Realidade partilhada por Constantino (2002), ao enfatizar que o conceito de formação desportiva tem vindo a adquirir, ao longo dos últimos anos, uma nova centralidade, deixando de ser apenas um processo de assegurar a qualidade desportiva dos clubes, para ser considerada um meio de otimizar financeiramente os recursos humanos.

Ainda no que se refere à conquista do Campeonato da Europa de 2018 pela Seleção Nacional de Sub-19, a importância das conquistas internacionais nestas idades, numa fase de maior especialização, ao nível da formação, dos jovens futebolistas, uma dimensão que possibilita uma maior visibilidade do trabalho desenvolvido pelos clubes, segundo José Couceiro. Ricardo Vaz Monteiro partilha da opinião do Diretor Técnico Nacional quanto à relevância dos triunfos nas competições internacionais pelas equipas nacionais e pelas equipas de formação dos clubes portugueses, acreditando que as mesmas podem trazer benefícios em termos de interesse mediático mas num âmbito de negócio. Rui Santos acredita que «será sempre um interesse subordinado às questões relativas ao chamado ‘futebol profissional’», apontando para a existência de um «problema de ausência de cultura desportiva» refletida pelos *media*.

Quanto à secção que surge em maior evidência em ambos os jornais no que diz respeito a conteúdos noticiosos sobre futebol de formação, frisamos a secção ‘Benfica’ como aquela que mais se destaca, ao nível dos três clubes, no jornal *A Bola* e no jornal *O Jogo*, havendo aí um maior número de conteúdos sobre o tema em estudo publicado por estes jornais. Tal situação deve-se à ideia mencionada anteriormente pelos entrevistados, em concreto no que toca à estratégia de comunicação adotada pelo Sport Lisboa e Benfica na divulgação de assinatura ou renovação de contrato pelos seus jogadores das camadas jovens. No que diz respeito às restantes secções, ‘Futebol’ é a que evidencia um maior destaque no jornal *A Bola* na abordagem ao futebol de formação e a secção ‘Diversos’, no jornal *O Jogo*, é aquela em que o tema figura com maior frequência.

Por sua vez, de acordo com os dados recolhidos, podemos salientar a abordagem diminuta destes dois jornais desportivos diários em relação à publicação de conteúdos noticiosos sobre o futebol de formação numa extensão superior a uma ou duas páginas, não se verificando, inclusive, nenhum caso em que exceda mais de duas páginas. Contudo, foi-nos possível recolher 17 conteúdos no jornal *O Jogo* que ocupam uma página completa, contrastando com apenas 9 casos no jornal *A Bola*. Face ao facto mencionado, torna-se possível enfatizar que este tipo de assunto não se assume como prioritário para estes órgãos de comunicação social, ocupando, maioritariamente, um espaço de meia página nas edições impressas.

Relativamente à presença na capa, é-nos possível sublinhar, em termos globais, que a representação mediática do futebol de formação em Portugal em 2018 não é destaque

recorrente nas manchetes e/ou nas chamadas de primeira página destes dois jornais desportivos diários. Facto que vai ao encontro da visão de Figueiras (2017) ao salientar que os meios de comunicação são administrados pelos seus próprios interesses, normas e regras, isto é, regras específicas de seleção, interpretação e construção de mensagens. Ou seja, não é um tema prioritário considerando que a generalidade dos conteúdos noticiosos recolhidos não assume destaque de primeira página. Aspeto que também se pode dever, segundo Rui Santos, ao facto do futebol de formação ser «sempre tratado numa perspetiva de relação com o futebol profissional».

Isto é, à exceção das recentes conquistas da UEFA *Youth League* (Liga dos Campeões jovem) pela equipa de Sub-19 do FC Porto e do Europeu de 2018 pela Seleção Nacional de Sub-19, torna-se evidente que o futebol profissional assume-se como tema prioritário para os *media* comparativamente ao futebol de formação, sobretudo pelos ativos financeiros que gera, nomeadamente de natureza comercial, seguindo também a lógica de José Couceiro quando afirma a existência de uma tendência da imprensa em publicar um maior volume de conteúdos sobre tudo o que tenha que ver com os três clubes «que têm uma percentagem muito elevada de adeptos».

Olhando para as principais diferenças na cobertura mediática do futebol de formação entre os jornais *A Bola* e *O Jogo* no período analisado, de salientar que ambos assumem um equilíbrio no que às categorias analisadas diz respeito, nomeadamente quanto ao volume de conteúdos noticiosos. Contudo, ao analisar o corpus da análise (168 edições), verificamos que dos 259 conteúdos sobre futebol de formação, 122 encontram-se no jornal *A Bola* e 137 no jornal *O Jogo*. N' *A Bola*, o tema surge em maior destaque nos meses de maio e junho de 2018.

Por outro lado, maio e agosto são os meses com maior ênfase no jornal *O Jogo*. Em contraste, o mês de janeiro foi aquele em que o futebol de formação foi menos abordado em ambos os jornais, salientando ainda que em novembro é possível verificar uma diferença, em maior evidência, na cobertura da temática, com um maior volume de publicações a pertencer ao jornal *O Jogo*. No que toca aos jogos dos escalões de formação acima dos Sub-15 (Iniciados), *A Bola* procura dar uma maior ênfase aos mesmos, nomeadamente com a publicação de notícias, em contraste com *O Jogo* que centra-se, em relação à citada matéria, numa maior redação de breves e de tabelas com os resultados.

Atentando para os pontos contextualizados nesta análise importa perceber qual o contributo dos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo* para a mediatização do futebol de formação em Portugal. Para José Couceiro «os resultados e as classificações dos escalões mais baixos passam a ter uma importância que não deviam», sublinhando a necessidade de promover, através dos clubes, um trabalho mais profundo ao nível da educação desportiva, sobretudo junto dos pais. Por outro lado, admite que a mediatização do futebol de formação por estes dois jornais é uma realidade, mas alerta que esta questão deve motivar uma reflexão profunda.

Ricardo Vaz Monteiro defende que parte dos jogadores jovens que são alvo de cobertura mediática deve-se à chamada dos mesmos à equipa principal dos clubes onde atuam, admitindo que «essa mediatização ainda vive muito à custa do futebol profissional, não do futebol de formação». Já Rui Santos frisa que a mediatização do futebol de formação em Portugal por *A Bola* e *O Jogo* enquadra-se, na maior parte, na dinâmica dos resultados, salientando que o futebol jovem «ganhou uma maior projeção na imprensa desportiva a partir dos anos 80», onde, segundo o próprio, *A Bola* esteve na vanguarda, sobretudo pelo contributo da designada ‘geração de ouro’ no processo de formação de jovens jogadores, sobretudo porque permitiu, segundo o próprio, envolver, de um modo organizado e participado, a valência dos clubes, associações distritais e FPF.

De acordo com os dados recolhidos podemos afirmar que a representatividade do futebol de formação nos media varia em função da instituição formativa, da área geográfica com maior implementação pelos órgãos de comunicação social em estudo. Ou seja, efetivamente o jornal *A Bola* centra a maior parte dos seus conteúdos nos clubes da região de Lisboa, enquanto *O Jogo* nos clubes inseridos na zona Norte, nomeadamente ao nível de notícias sobre os jogos dos escalões jovens. José Couceiro reitera que os jornais têm áreas de influência diferentes, mas aponta o conteúdo como o fator mais relevante, independentemente dos clubes subjacentes a esses mesmos territórios geográficos.

Já Ricardo Vaz Monteiro revela que as áreas geográficas de Lisboa e do Porto assumem uma maior centralização de conteúdos noticiosos sobre futebol de formação, sendo que Benfica, Sporting e FC Porto alcançam, neste contexto, um maior destaque. Na visão do entrevistado, «os outros clubes acabam por ter um espaço muito mais reduzido». Por outro lado, destaca o papel do jornal *O Jogo* na região do Porto e a cobertura que faz dos clubes mais próximos deste território, acreditando que o citado jornal «provavelmente consegue



uma informação diferente daquela conseguida pelo jornal *A Bola*» na região norte. Essa mediatização decorre da influência dos jornalistas e da relação destes com os clubes, afirmando que «quando identificamos um jornal, neste caso *O Jogo* e *A Bola*, identificamos claramente as áreas em que atuam».

Rui Santos defende que a citada realidade depende de questões de natureza comercial, sugerindo a implementação de um «plano de fomento do futebol jovem nas áreas mais desertificadas/descativadas, por regiões e sob patrocínio da FPF». Para o jornalista, esta dinâmica poderá incrementar o interesse mediático. Por outro lado, no que diz respeito à influência que a referida cobertura mediática possa ter na criação, na projeção e na consolidação da imagem das instituições formativas, o jornalista refere que a mediatização nos escalões mais jovens não é importante, dado que «o futebol de formação deve ser, dentro do possível, um processo que deve correr à margem da sua eventual mediatização». No entanto, explica que o papel da internet nos dias de hoje permite um maior fluxo de informação, sendo que os jornalistas devem estar atentos a esta realidade, ainda que trabalhem sobre a mesma de forma moderada, aconselha. Dado que o mais relevante neste contexto é «formar bem».

José Couceiro defende que até ao escalão de Benjamins (Sub-11) não deveria existir a publicação de resultados nos jornais e nas plataformas digitais dos clubes, uma vez que nestes escalões mais baixos o que mais importa é que os jovens sintam prazer em jogar e que se desenvolvam, mediante as etapas de desenvolvimento do jogador de futebol. Acrescentando que «a mediatização precoce é extremamente negativa, não só para os jovens, mas para as suas famílias». Perante esta ideia, Ricardo Vaz Monteiro revela que, em termos sociais, esta mediatização do futebol pode promover um conjunto de vantagens, nomeadamente ao nível da formação, mas também do ponto de vista ético e de valorização da própria modalidade.

Quanto à possibilidade do interesse mediático poder influenciar a formação de um jovem jogador, Rui Santos não tem dúvidas que sim, considerando que se o jornalista for exigente, no sentido construtivo, poderá ser um aspeto ainda mais relevante para os crescimento dos jogadores, tanto como pessoa, assim como atleta, nomeadamente no que diz respeito às crónicas dos jogos publicadas pelos jornais desportivos diários. Contudo, este ponto deve ser considerado, sobretudo, a partir do escalão de Iniciados (Sub-15),

mesmo sabendo que nos dias de hoje temos casos em que essa mediatização surge de forma muito precoce.

Vejamos os casos recentes de Laurindo Júnior (cf. Anexo H) e Guilherme Melo (cf. Anexo D), dois jovens jogadores de 8 e 6 anos, respetivamente, surgiram nos meios de comunicação social por terem integrado a formação de Sporting e Benfica. Guilherme Melo foi destaque de primeira página no jornal *Record* depois da mudança da Associação Académica de Santarém para o clube da Luz. Já Laurindo Júnior, natural da Ilha Terceira (Açores), também tem sido alvo de uma precoce cobertura mediática, sendo considerado, inclusive pelos *media*, como “O pequeno prodígio do futebol”. O jovem açoriano treina diariamente nos escalões de formação do Praiense, na Praia da Vitória, e durante 10 dias, todos os meses, desloca-se a Lisboa para treinar no Sporting.

Confrontados com estes dois exemplos mais recentes, os entrevistados são unânimes quanto ao impacto negativo deste tipo de mediatização. «O futebol não pode ser um elemento desestabilizador, tem de ser um elemento de auxílio, que crie condições para que os jovens possam crescer, quer num bom ambiente familiar quer no rendimento escolar», sublinha José Couceiro. O Diretor Técnico Nacional alerta para a sensibilidade deste tipo de casos e assegura que esta mediatização precoce pode tornar-se negativa, nomeadamente pelo facto de não haver a garantia de que um jovem jogador com potencial alcance o futebol profissional.

Ricardo Vaz Monteiro também realça o impacto negativo que possa ocorrer nestes casos, concretamente quando os jovens jogadores abandonam, ainda em tenra idade, o seu contexto familiar e de amigos para passar a viver num regime de internato nas academias dos clubes. Acrescentado que as instituições formativas assumem um papel fundamental neste tipo de processos, devendo encontrar um modelo de gestão equilibrado junto dos pais, nomeadamente ao nível das expectativas. Rui Santos também discorda da dinâmica de cobertura mediática precoce de jovens futebolistas, dado que «a mediatização de casos de ‘jogadores’ com 6-7 anos deve ser evitada a todo o custo», sugerindo que os clubes indaguem «a melhor forma de não deixar que o futebol se mediatize a este nível etário».

Por fim, importa salientar quais os principais intervenientes e respetivas funções no processo de formação de um jovem atleta. José Couceiro salienta a importância do documento desenvolvido pela FPF, designado “As etapas de desenvolvimento do jogador

de futebol”, onde figura o processo de formação dos jovens atletas. Por outro lado, destaca o papel da família, dos clubes e das escolas de futebol neste processo de crescimento do jogador e do ensino do jogo.

Ricardo Vaz Monteiro lamenta a não existência de uma estratégia dos clubes portugueses em potenciar a importância dos estudos junto dos seus jovens atletas, bem como dos pais, reiterando, também, a importância do Processo de Certificação da FPF neste contexto. O jornalista Rui Santos acredita que «há duas entidades principais no processo de formação de jovens atletas: os Clubes e a FPF, quando eles chegam a um nível suscetível de poderem ser chamados para integrarem as seleções nacionais», justificando que «a evolução técnico-tática é crucial, mas há pelo menos 10 anos no processo de formação de jovens atletas (vamos dizer 8-18 anos) que são fundamentais». Embora defenda que o essencial é promover a relação atleta-adolescente, entrando, aqui, a «terceira ‘entidade’, que é a Família», já que os pais assumem um papel de destaque no processo de formação dos jovens futebolistas.

Um contexto essencial para o crescimento e equilíbrio, nomeadamente nas vertentes sociais, educativa e desportiva das crianças/adolescentes. Por outro lado, importa compreender a visão de Gómez, Kase e Urrutia (2010) face a este campo da gestão desportiva, ao sublinharem que o principal objetivo para as organizações desportivas, seja ao nível de equipas, seja a nível de indivíduos que as integram, prende-se com o propósito de envolver os adeptos e conquistar títulos no panorama das mais diversas competições. Um aspeto substancial que explica toda a dinâmica que envolve a gestão dos clubes ao nível do futebol de formação e respetiva otimização humano-financeira, a grande prioridade das instituições formativas.

Através da investigação desenvolvida foi possível verificar uma escassez significativa de estudos sobre a mediatização do futebol e, em concreto, da cobertura mediática do futebol de formação em Portugal. Facto também sublinhado por Daniel (2016: 29) ao salientar que «a relevância do fenómeno futebol na sociedade, mesmo a sua centralidade social, não tem tido tradução no reconhecimento cultural e científico (de estudo) do mesmo». Contudo, de acordo com Meneses e González, (2013: 51), sendo o futebol um espetáculo mediatizado, por excelência, acaba por incrementar paulatinamente a exploração de um conjunto de dimensões enquanto objeto de estudo.

No entanto, e procurando responder à pergunta de partida: *Que representação tem o futebol de formação na imprensa desportiva diária em Portugal?*, podemos concluir que o futebol transformou-se num meio de expressão social, num fenómeno transversal na sociedade, com uma importância crescente, inclusivamente, para os meios de comunicação social. Desse modo é possível perceber, em particular, a importância do futebol de formação em Portugal, reconhecido em todo o mundo, sobretudo pelas conquistas internacionais dos clubes e das seleções nacionais jovens, mas também pelos atletas que tem formado nos últimos anos para os melhores campeonatos europeus. Ideia esta que não assenta apenas na vertente desportiva, mas também humana, social e escolar, sempre subjacentes aos mais rigorosos e exigentes valores das instituições formativas.

Em termos académicos, este trabalho assume, na opinião do autor, um contributo importante para a comunidade científica que pretenda desenvolver esta matéria, tendo em conta que procurou aprofundar o tema do futebol de formação, não na sua vertente técnica e tática (ao nível desportivo), mas sim na transmissão dos valores humanos, sociais e de imagem que lhe estão subjacentes e que tão bem caracterizam o trabalho desenvolvido pelos clubes portugueses a nível formativo. Por outro lado, o intuito principal do estudo centrou-se na abordagem à mediatização deste fenómeno pelos jornais diários desportivos *A Bola* e *O Jogo*, de modo a aferir o nível contributivo destes dois órgãos de comunicação social na cobertura do futebol de formação em Portugal.

Este estudo assume-se como inovador na medida em que procurámos aprofundar a relação entre os meios de comunicação social e as instituições formativas. Havendo, porém, um conjunto de fatores que não permitem, sobretudo em termos prioritários, que este nível de cobertura mediática seja maior e mais consolidado. Ou seja, constatou-se que o futebol de formação não se assume como um tema prioritário em termos de cobertura por estes órgãos de comunicação social, dado que o futebol profissional é aquele que tem uma maior visibilidade, sobretudo pelo facto de, segundo José Couceiro, três clubes (Benfica, Sporting e FC Porto) em Portugal terem uma percentagem muito elevada de adeptos face aos restantes, logo «há uma tendência da imprensa de publicar tudo o que tenha a ver com esses clubes, e os resultados e as classificações dos escalões mais baixos passam a ter uma importância que não deviam ter».

Quanto ao trabalho desenvolvido pelos clubes portugueses nos últimos anos ao nível de futebol de formação, podemos aferir uma evolução nos mais diversos domínios,

nomeadamente em relação a infraestruturas, formação superior dos técnicos, assim como o desenvolvimento das ideias de jogo. Questionado sobre as principais diferenças entre a Geração de Riade (Campeões do Mundo de Sub-20 em 1989) – a primeira geração de jovens futebolistas portugueses a conquistar um título internacional ao nível de seleções – e a atual geração de jovens atletas no que diz respeito ao processo formativo que integram e às demais competências que lhe estão subjacentes, Rui Santos, que acompanha o trabalho desenvolvido nos escalões de formação desde essa época, não tem dúvidas: «as infraestruturas melhoraram muito. Foi uma grande conquista. No final da década de 80 tínhamos 30 anos de atraso em relação à realidade europeia. Hoje, os atrasos estão muito encurtados e temos até alguns casos de manifesta superioridade sobre clubes e federações».

Hoje em dia, é possível destacar a aposta e o contributo dos clubes portugueses a este nível. Instituições desportivas como Sporting, Benfica, Vitória de Guimarães e mais recentemente Sporting de Braga e Futebol Clube de Famalicão, sem esquecer a Cidade do Futebol, a designada ‘Casa das Seleções’, são alguns dos exemplos no que diz respeito ao desenvolvimento de projetos estruturantes que visam o crescimento do futebol de formação. A construção das respetivas academias (centros de treino e estágio) transformou-se num passo determinante para a criação de todas as comodidades necessárias para os atletas e treinadores. Por esta via, Portugal assegura uma importante posição, sobretudo no panorama internacional, pelo reconhecimento do trabalho desenvolvido pelos clubes e pela FPF ao nível do futebol de formação. Trabalho esse também evidenciado pela chamada dos jovens da formação às equipas principais, assim como pelas conquistas dos clubes e das seleções jovens de competições internacionais.

O autor considera que a mediatização do futebol de formação deve passar precisamente pela divulgação do trabalho e dos projetos desenvolvidos pelos clubes ao nível deste tema, ou seja, compreender a missão, visão e valores das instituições desportivas quanto à formação, aprofundando o que está a ser realizado e o que ambicionam para o futuro. Assim, ficaríamos elucidados da intenção dos clubes quanto à educação cívica e desportiva a promover juntos dos seus atletas, assim como das dinâmicas subjacentes à difusão das práticas desportiva, cultural e recreativa junto da comunidade. Um conjunto de ações determinante no contexto da sociedade atual, pois, de acordo com Ilharco (2014: 15), o mundo global em que vivemos «não tem centro, é pós-ocidental, pós-nacional, pós-democrático e pós-literário», sendo necessária essa proximidade e contacto permanente dos

clubes, através das tecnologias de informação e comunicação, com uma sociedade que comunica cada vez mais em rede. Para Luhmann (2006), o recetor deve adotar o conteúdo seletivo da comunicação (a informação) como premissa do seu próprio comportamento, devendo ter presente a ideia de que sem comunicação não há sistema social.

A cobertura mediática do futebol de formação não deve seguir, na visão do autor da presente investigação, o caminho da exposição pública individual dos atletas nomeadamente quanto à assinatura ou renovação de contrato, sobretudo até aos 15 anos. Mas também de salientar a reduzida importância que tem vindo a ser atribuída pelos clubes quanto à divulgação nas redes sociais dos resultados dos escalões mais jovens. Uma política que só beneficia o mais relevante nestas idades que é a prática desportiva. Sabemos o impacto que o futebol de formação assume nos dias de hoje no panorama da indústria do futebol, todavia devemos alertar para que esta temática não seja vista apenas com um fator de negócio para os clubes e de interesse somente a esse nível para os *media*.

O futebol de formação deve ser encarado particularmente pela sociedade mediática como um fator relevante para a divulgação de uma modalidade em que os escalões jovens assumem-se como um dos pilares inequívocos para o desenvolvimento e projeção do futebol profissional. Um canal de comunicação eficaz entre os clubes e a sociedade torna-se fundamental, uma vez que, segundo Luhmann (2006: 46), «o meio que eleva a compreensão das comunicações muito acima da perceção prévia é a linguagem», ou seja, as comunicações são o centro da sociedade e, como tal, o que comunico deve ser mais vez mais perceptível e interativo para o ambiente, por exemplo o digital, em que estou inserido, aquele onde pretendo veicular a minha mensagem.

No entanto, os próprios clubes devem criar mecanismos de sensibilização juntos dos pais das crianças que integram os seus escalões de formação, nomeadamente ao nível da gestão de expectativas. Hoje em dia, este é problema recorrente no futebol português, como tal, cabe, em parte, às instituições formativas alertar os pais para o papel que devem assumir no crescimento desportivo dos filhos, longe das ambições de uma carreira profissional no futebol e dos holofotes mediáticos, valorizando, sobretudo, a prática desportiva e a estabilidade emocional, familiar e educativa dos jovens. Aquilo que José Couceiro refere como sendo um importante trabalho ao nível da educação desportiva junto dos pais, uma vez que para o Diretor Técnico Nacional nos escalões mais jovens «há três parâmetros fundamentais: a família, a escola e só depois o futebol».

## Conclusão

Considerando a noção de mediatização como um importante fenómeno na cobertura de determinados acontecimentos, tornou-se pertinente desenvolver a presente investigação, sobretudo na exploração das potencialidades do conceito de futebol de formação e de todas as dinâmicas que lhe estão subjacentes, dado que é um tema de escassa investigação pela comunidade científica, nomeadamente na área das Ciências Sociais. Portanto, o interesse do autor por esta temática procurou contribuir para o fortalecimento e enriquecimento da relação entre os *media* e a área da formação de jovens futebolistas.

Este estudo analisou como o futebol de formação em Portugal é alvo de representação pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo*, de acordo com o tema: a mediatização do futebol de formação, que procurasse responder à pergunta de partida: Que representação tem o futebol de formação na imprensa desportiva diária em Portugal? Portanto, foi proposto um conjunto de objetivos que permitissem desenvolver e aprofundar o objeto da investigação, sendo o principal objetivo compreender a mediatização do futebol de formação na imprensa desportiva diária em Portugal. Olhando para os objetivos específicos, quanto ao nível de cobertura mediática que os jornais desportivos *A Bola* e *O Jogo* atribuem ao futebol de formação em Portugal podemos aferir a existência de sentido neutro presente nas peças de ambos os jornais sobre esta temática, concluindo que estamos perante um tratamento jornalístico imparcial, que apenas descreve os factos, sem entrar no campo do sensacionalismo, sobretudo no que diz respeito aos clubes.

No que toca ao papel da imprensa desportiva na criação, na consolidação e na projeção de uma imagem das instituições formativas, podemos considerar a existência, de acordo com os especialistas entrevistados, de um valor negativo na cobertura mediática precoce dos escalões de formação mais jovens, ou seja, a exposição dos jovens praticantes de futebol pelos *media*, sobretudo quando nos referimos a faixas etárias inferiores a quinze anos, deve ser moderada ou inexistente, de forma a salvaguardar a estabilidade emocional, escolar e familiar dos jovens.

Relativamente ao género jornalístico que mais se destaca, o assunto, a secção, a ocupação na página e a presença na capa dos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo* de conteúdos noticiosos sobre futebol de formação, concluímos que Breves e Notícias são efetivamente os géneros que mais se destacam aquando da abordagem a este tema. Porém,

o futebol de formação não é um assunto que motive o interesse mediático, nomeadamente no que se refere à presença na capa de ambos os jornais. Quanto ao assunto, potencialização físico-desportiva e assinatura de contrato de formação pelos atletas são alguns dos temas em maior destaque no que toca à abordagem ao futebol de formação.

Olhando para as principais diferenças na cobertura mediática do futebol de formação entre os jornais *A Bola* e *O Jogo* no período analisado (primeira semana de cada mês do ano de 2018), ambos assumem um equilíbrio no que às categorias analisadas diz respeito, nomeadamente quanto ao volume de conteúdos noticiosos. Ao analisar o corpus da análise (168 edições), verificamos que dos 259 conteúdos recolhidos sobre futebol de formação, 122 encontram-se no jornal *A Bola* e 137 no jornal *O Jogo*. N' *A Bola*, o tema surge em maior destaque nos meses de maio e junho de 2018.

Na primeira fase do trabalho pretendeu-se fundamentar o tema da investigação com uma sustentação teórica, composta por autores de referência nacional e internacional nos respetivos campos de análise, de forma a compreender os mecanismos que envolvem a mediatização, a sociedade mediática e o ambiente digital, assim como o contexto do futebol de formação, nomeadamente em Portugal. A juntar à importância de contextualizar teoricamente o jornalismo desportivo, enquanto vertente do jornalismo especializado, já que analisámos dois jornais desportivos. Portanto, no que diz respeito aos resultados obtidos, podemos afirmar que os mesmos responderam, na sua essência, aos objetivos propostos. Para além do trabalho de campo efetuado aos jornais *A Bola* e *O Jogo*, recorreremos à entrevista para perceber qual o ponto de vista de especialistas da área do futebol e do jornalismo desportivo em relação ao objeto de estudo e respetivos objetivos da investigação.

Deste modo, torna-se importante encontrar um conjunto oportunidades que permitam aos meios de comunicação social, nomeadamente os jornais desportivos, de aprofundar a cobertura deste tipo de fenómenos, como o futebol de formação. Esse é um dos grandes desafios futuros, uma vez que sendo o futebol um espetáculo mediatizado por excelência, é fundamental que procure incrementar a exploração de um conjunto de dimensões enquanto objeto de estudo. Embora atualmente os estudos nesta área comecem a ser uma realidade, a verdade é que a teoria existente, sobretudo no contexto português, é reduzida no que toca a este fenómeno. Assim, o autor considera que há a necessidade de mais investigações que procurem fundamentar a temática da cobertura mediática do futebol de formação,



sobretudo em Portugal, de um fenómeno à escala global como é o futebol. Por outro lado, recordando a ideia de Boyle (2013: 69), ao afirmar que os jornalistas «sempre foram intermediários culturais importantes entre desporto e sociedade», e olhando o futebol como um fenómeno de massas, também se torna revelante sensibilizar os próprios jornalistas para a importância de divulgar com maior regularidade e ênfase o trabalho e a aposta dos clubes na promoção e desenvolvimento do futebol de formação em Portugal. Numa relação que se pretende mais estreita entre os *media* e as instituições formativas, perante uma base essencial para a projeção e consolidação do fenómeno futebol.

## **Bibliografia**

ANDROUTSOPOULOS, Jannis (2014). *Mediatization and Sociolinguistic Change*. Berlin. *Linguae & Litterae*, Vol. 36.

ANTÃO, Nelson Verde (2006). *A visão dos treinadores na formação de futebol*. Porto: Papiro Editora, 11-21.

BAUDRILLARD, Jean ([1981] 2004). *Simulacra and Simulation*. Chicago: University of Chicago Press.

BENTO, António (2012). Investigação quantitativa e qualitativa: Dicotomia ou complementaridade. *Revista JA (Associação Académica da Universidade da Madeira)*, 64 (7), 40-43.

BOYLE, Raymond (2013). Reflexões Sobre Comunicação e Desporto: Sobre Jornalismo e Cultura Digital. In *Mediapolis*. Imprensa da Universidade de Coimbra. 64-77.

CAMPBELL, Joseph (1988). O poder do mito. *Associação Palas Athena*, São Paulo.

CASTELLS, Manuel (2002). *A Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Gulbenkian.

CARDOSO, Gustavo, XAVIER, David & CARDOSO, Tânia (2007). Futebol, identidade e media na sociedade em rede. *Observatório (OBS\*) Journal*, 1, 119-143.

CARDOSO, Gustavo (2010). Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação. *Mutações do visível: da comunicação em massa à comunicação em rede*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 23-52.

COELHO, Paulo Vinícius (2006). *Jornalismo Esportivo*. 3ª edição. São Paulo: Editora Contexto.

COELHO, Júlio (2012). *Formar jovens futebolistas: um projeto formativo dos 6 aos 18 anos*. Lisboa: Chiado Editora, 19-29.

CONSTANTINO, José Manuel (2002). *Um novo rumo para o desporto: Ainda a Formação*. Lisboa: Livros Horizonte, 152-153.

CORREIA, João Carlos (2000). O poder do jornalismo e a mediatização do espaço público. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 27, 193-212.

DANIEL, Carlos (2016). *Futebol a sério*. Lisboa: A Esfera dos Livros, 29-33.

DARDE, Vicente William & LEME, Fernando Albino. (2018). O papel de coesão social no jornalismo especializado: Um estudo da relação entre jornalistas segmentados em agronegócio com as fontes de informação. *Pauta Geral*, 5(1), 48-66.

DEUZE, Mark (2012). O jornalismo e os novos meios de comunicação social. *Comunicação e Sociedade*, 9(10), 15-37.

ELÍADE, Mircea (2000). Função dos mitos. *ELIADE, Mircea et al. O poder do mito*. São Paulo: Martin Claret, 9-31.

FERREIRA, Ricardo Alexino (2007), *Jornalismo Segmentado (Especializado-Científico): análise crítica, estudo de casos e a construção de novos paradigmas e de um novo currículo disciplinar*, Bauru: FAAC-Unesp, Pesquisa Trineal, Mimeo.

FIGUEIRAS, Rita (2017). *A Mediatização da política na era das redes sociais*. Lisboa: Alêtheia Editores, 37-55.

FLUSSER, Vilém ([1985] 2012). *O Universo das Imagens Técnicas*. Coimbra: Annablume e Universidade de Coimbra.

GÓMEZ, Sandalio, KASE, Kimio, & URRUTIA, Ignacio (2010). *Value creation and sport management*. Cambridge University Press.

HEPP, Andreas, HJARVARD, Stig & LUNDBY, Knut (2015). Mediatization: Theorizing the Interplay Between Media, Culture, and Society. *Media, Culture & Society*, 37(2), 314-324.

HJARVARD, Stig (2008). The mediatization of society. *Nordicom review*, 29 (2), 105-134.

HJARVARD, Stig (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. New York: Routledge.

HUDEC, Vladimir (1980). *O que é o jornalismo?* Lisboa: Editorial Caminho.

ILHARCO, Fernando (2014). *Pós-sociedade: a sociedade pós-literária, pós-nacional, pós-democrática e pós-ocidental*. Lisboa: INCM.

JÚNIOR, Hilário Franco (2007). *A dança dos deuses: futebol, sociedade, cultura*. São Paulo: Companhia das Letras, 195-311.

- LOPES, Felisbela & PEREIRA, Sara (2006). *Quando a bola pára e pensa o futebol... A TV do futebol*. Editora Campo das Letras, 7-10.
- LOPES, Jorge (2006). *Fazer Do Trabalho Científico Em Ciências Sociais Aplicadas*. Recife: Editora Universitária UFPE.
- LUHMANN, Niklas (2006). *A Improbabilidade da Comunicação*. Lisboa: Veja.
- MCLUHAN, Marshall (1969). “The Playboy Interview Marshall McLuhan”. *Playboy Magazine*, NY.
- MENESES, Guillermo Alonso, & GONZÁLEZ, Juan Manuel Avalos (2013). La investigación del futbol y sus nexos con los estudios de comunicación: Aproximaciones y ejemplos. *Comunicación y sociedad*, (20), 33-64.
- MESQUITA, Isabel ([1997] 2005). *Pedagogia do treino: a formação em jogos desportivos colectivos*. 3ª edição. Lisboa: Livros Horizonte, 11-17.
- MOREIRA, Carlos Diogo (2007). *Teorias e práticas de investigação*. Lisboa: ISCSP.
- NOVAIS, Rui Alexandre (2010). *A Representação do Futebol na Imprensa*. Porto: Media XXI/ Formalpress.
- PAIS, Henrique (2015). *Indústria Futebol*. Lisboa: Prime Books.
- PINHEIRO, Francisco (2011). *História da Imprensa Desportiva em Portugal*. Porto: Edições Afrontamento, 268-278.
- PINHEIRO, Valter, BELCHIOR, Duarte, SOUSA, Paulo Malico & SANTOS, Fernando (2018). *Manual para Treinadores de Futebol de Excelência*. Lisboa: Prime Books.
- QUIVY, Raymond & CAMPENHOUDT, Luc Van (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 4.ª edição. Lisboa: Gradiva.
- REIS, Carlos. The Special One: fenomenologia do herói desportivo. *Mediapolis—Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 2015, 1: 31-53.
- RUÃO, Teresa & SALGADO, Paulo (2008). Comunicação, imagem e reputação em organizações desportivas: Um estudo exploratório. In *Comunicação e Cidadania*. Actas do 5º Congresso da SOPCOM, 328-340.

SANTO, Paulo Espírito (2010). *Introdução à Metodologia das Ciências Sociais – Gênese, Fundamentos e Problemas*. Lisboa: Edições Sílabo.

SARAVIA, Enrique J.; MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna. *Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa*. FGV Editora, 2008.

SEBASTIÃO, Sónia Pedro (2009). *Comunicação Estratégica – as Relações Públicas*. Lisboa: ISCSP.

SERRADO, Ricardo & SERRA, Pedro (2014). *História do Futebol Português. Uma análise Social e Cultural: Vol. II – Industrialização e Globalização*. Lisboa: Prime Books, 11-82.

SOBRAL, Luís & MAGALHÃES, Pedro (1999). *Introdução ao Jornalismo Desportivo*. Lisboa: Cenjor e CNID.

## **Webgrafia**

<https://www.fpf.pt/DownloadDocument.ashx?id=11583> (consultado a 2 de janeiro de 2019)

[https://www.fpf.pt/Portals/0/Certificacao%20FPF%20%20Enquadramento%20e%20Etapa\\_s\\_1.pdf](https://www.fpf.pt/Portals/0/Certificacao%20FPF%20%20Enquadramento%20e%20Etapa_s_1.pdf) (consultado a 21 de março de 2019)

<https://www.fpf.pt/DownloadDocument.ashx?id=11582> (consultado a 25 de março de 2019)

<https://sicnoticias.pt/especiais/historias-de-28mm/2019-03-18-O-pequeno-prodigio-do-futebol> (consultado a 19 de abril de 2019)

# **ANEXOS**

## **Anexo A - A Bola: história do jornal**

O jornal diário desportivo *A Bola*, fundado a 29 de janeiro de 1945, em Lisboa, constitui-se como um dos mais antigos em Portugal a dedicar-se, em exclusivo, a temas de desporto. Fundado por Cândido de Oliveira, António Ribeiro dos Reis e Vicente de Melo, o jornal *A Bola* saiu, numa primeira fase, duas vezes por semana, às segundas e sextas-feiras. O primeiro número foi elaborado por um grupo de amigos do jornalismo desportivo, dirigido por Álvaro Andrade. Devido à aceitação positiva do público, essa mesma edição esgotou, num período que caminhava para o fim da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) e o interesse social pelo desporto renascia.

Para Pinheiro (2011: 268), *A Bola* surgiu como um jornal «livre, sério e honesto: nas intenções e nos processos, a dizer do bem e a dizer do mal, na crítica, na doutrina, na propaganda desportiva», conforme constava na edição inaugural, com um custo total de um escudo. No ano de 1950, a 10 de junho, passou a ser trissemanário e a partir de março de 1989 a ser publicado numa periodicidade de quatro vezes por semana, tendo em conta a crescente popularidade das suas publicações. Em 1995 tornou-se num jornal diário.

Voltando ao contexto histórico e cronológico deste órgão de comunicação social, acrescentar que pouco mais de um ano após o lançamento, o jornal *A Bola* teve a sua edição suspensa por um período de um mês, entre 25 de março e 19 de abril de 1946, pelo facto da Comissão de Censura da época não ter concordado com a forma como foi abordada a seleção de futebol inglesa numa das peças noticiosas. Como referido, em junho de 1950, o jornal passou a ser publicado três vezes por semana, com a novidade de sábado se tornar no terceiro dia, devido ao crescente interesse dos leitores, nomeadamente pela influência da conquista da Taça Latina pela equipa de futebol do Sport Lisboa e Benfica frente ao Bordéus, a 18 de junho de 1950, no Estádio Nacional do Jamor.

A partir de 1989, *A Bola* surge nas bancas quatro vezes por semana, domingo inclusive, com a necessidade de dar mais enfoque, para além do futebol, às modalidades de alta competição, sobretudo, pelas vitórias olímpicas dos atletas portugueses Carlos Lopes (Medalha de Ouro em Maratona nos Jogos Olímpicos de Los Angeles 1984) e Rosa Mota (Medalha de Ouro em Maratona nos Jogos Olímpicos de Seul 1988). Em 1992, mais uma novidade no jornal, com a introdução de cor na primeira e última páginas. Passando a diário em 1995, *A Bola* sofreu, também, uma modificação ao nível da dimensão dos seus

jornais, trocando o grande formato pelo tabloide (28x40), de modo a poder ser lido com uma maior comodidade pelos seus leitores. Posteriormente, em janeiro de 2000, as edições diárias de *A Bola* passaram a estar disponíveis também na *Internet*. Atualmente, este diário desportivo português é dirigido pelo jornalista Vítor Serpa e é vendido em todo o território nacional, assim como junto dos núcleos de emigrantes distribuídos pelo mundo.

### **Anexo B – *O Jogo*: história do jornal**

O jornal diário desportivo *O Jogo*, fundado a 22 de fevereiro de 1985, no Porto, constituiu-se como pioneiro em Portugal, na medida em que iniciou a sua publicação como diário, contrariamente ao que se sucedeu com os jornais *A Bola* e *Record*, ambos fundados em Lisboa. Sob direção, à época, de Serafim Ferreira, este órgão de comunicação social veio quebrar com a centralidade jornalística da capital portuguesa, numa implantação maior a norte, sendo que a sua primeira edição continha 16 páginas, com claro destaque para os principais acontecimentos desportivos e o futebol em particular.

Alguns fatores contribuíram para que o jornal fosse sediado a norte, nomeadamente o maior clube da região, o FC Porto, assumia nesse período a sua ascensão no futebol português, assim como a conquista de alguns dos maiores sucessos desportivos da sua história, o que incrementava o interesse e o apoio em torno do clube das Antas. Por outro lado, o desaparecimento do *Norte Desportivo* deixou a região sem um dos jornais desportivos de referência.

Após diversos momentos conturbados desde a sua fundação, entre alguns reajustes editoriais, passagem por formato tabloide, dias da publicação, mudança de proprietários e dificuldades financeiras, o jornal *O Jogo* continua a desenvolver constantes redimensões a nível nacional, de modo a dissipar a ideia de que se trata de um órgão regionalista, conotação que lhe continua a ser atribuída. Contudo, de salientar que a maior percentagem dos seus leitores ainda se encontra concentrada na região norte de Portugal.

Atualmente, o jornal possui duas redações, uma no Porto (sede) e outra em Lisboa, integrando a *Global Media Group*, atual proprietário dos direitos deste jornal desportivo que é dirigido pelo jornalista José Manuel Ribeiro.



### Anexo C – Momentos da Investigação (Cronograma)

<i>Atividades</i>	<i>Datas de aplicação</i>
<b>Escolha do Tema</b>	setembro de 2018
<b>Revisão da Literatura</b>	setembro de 2018 a julho de 2019
<b>Análise de Conteúdo – A Bola e O Jogo (2018)</b>	6 de abril a 11 de maio de 2019
<b>Entrevistas</b>	maio e junho de 2019
<b>José Couceiro - Diretor Técnico Nacional</b>	29 de maio de 2019
<b>Ricardo Vaz Monteiro – Autor da obra “A Minha Causa”</b>	28 de maio de 2019
<b>Rui Santos - Jornalista</b>	30 de junho de 2019
<b>Análise dos dados</b>	junho a agosto de 2019
<b>Reflexões Finais</b>	dezembro de 2019
<b>Revisão da Tese</b>	dezembro de 2019

Fonte: Elaboração própria

## Anexo D – Grelha da Análise de Conteúdo (Manual de Codificação)

Categoria		Indicadores
1. Data	1.1. Dia	1 a 15
	1.2. Mês (2018)	13. janeiro 14. fevereiro 15. março 16. abril 17. maio 18. junho 19. julho 20. agosto 21. setembro 22. outubro 23. novembro 24. dezembro
2. Órgão de comunicação		3. A Bola 4. O Jogo
4. Género jornalístico		8. Notícia 9. Entrevista 10. Reportagem 11. Coluna 12. Breve 13. Opinião 14. Crónica
4. Secção		1. SL Benfica 2. Sporting CP 3. FC Porto 4. Liga 5. 2ª Liga 6. Futebol 7. Futebol Internacional 8. Diversos 9. Outra
5. Ocupação na página do jornal		7. Meia página superior 8. Meia página inferior 9. Uma página 10. Mais de uma e menos de duas páginas 11. Duas páginas 12. Mais de duas páginas
6. Localização na página do jornal		8. Abertura de secção 9. Página par 10. Página ímpar 11. Páginas centrais 12. Última página 13. Outra
14. Presença na capa		1. Manchete 2. Chamada de capa superior 3. Chamada de capa inferior 4. Sem presença
8. Presença de imagem no corpo do conteúdo noticioso		1.Sim 2.Não

9. Autor da peça	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jornalista d' <i>A Bola</i> (identificado)</li> <li>2. Jornalista de <i>O Jogo</i> (identificado)</li> <li>3. <i>A Bola</i> (redação)</li> <li>4. <i>O Jogo</i> (redação)</li> <li>5. Outro</li> </ol>
10. Assunto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Detecção, seleção e orientação de jovens talentos</li> <li>2. Vertente formativo-educativa</li> <li>3. Potencialização físico-desportiva do atleta</li> <li>4. Assinatura de contrato pelo jovem atleta</li> <li>5. Renovação de contrato pelo jovem atleta</li> <li>6. Transferência de jovem atleta</li> <li>7. Processo de treino</li> <li>8. Criação e/ou melhoria de infraestruturas</li> <li>9. Torneios internacionais jovens</li> <li>10. Campeonato Nacional de Sub-13</li> <li>11. Campeonato Nacional de Sub-15</li> <li>12. Campeonato Nacional de Sub-17</li> <li>13. Campeonato Nacional de Sub-19</li> <li>14. Seleção Nacional Sub-15</li> <li>15. Seleção Nacional Sub-16</li> <li>16. Seleção Nacional Sub-17</li> <li>17. Seleção Nacional Sub-18</li> <li>18. Seleção Nacional Sub-19</li> <li>19. Seleção Nacional Sub-20</li> <li>20. Competições da FIFA</li> <li>21. Competições da UEFA</li> <li>22. Sub-7 a Sub-11</li> <li>23. Outro</li> </ol>
11. Sentido do conteúdo noticioso	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sentido positivo</li> <li>2. Sentido negativo</li> <li>3. Sentido neutro</li> </ol>

Fonte: Elaboração própria

## **Anexo E - Entrevista a José Couceiro, diretor técnico da Federação Portuguesa de Futebol**

### **1 – Qual o papel dos clubes e da FPF no processo de formação de um jovem atleta e quem são, na sua opinião, os seus principais intervenientes e respetivas funções?**

**JC:** A FPF tem um documento designado “As etapas de desenvolvimento do jogador de futebol”. Portanto, está aí, de forma muito clara, o que nós pretendemos. O mais importante é, claramente, o jogador e o desenvolvimento dos jogadores. O processo é de complexidade crescente, ou seja, o ensino e o conhecimento do jogo fazem-se de uma forma progressiva, não temos de ter a mesma exigência nas crianças como temos nos adolescentes/jovens adultos em processo final de formação. Portanto, temos de ter cuidado em respeitar as etapas e perceber que o jogo não deve ser o mesmo dos adultos para o contexto das crianças.

Devemos ter cuidado como procedemos a esse ensino do jogo. Por isso mesmo, começamos no futebol de 5, no futebol de 7, no futebol de 9, onde introduzimos a regra do fora de jogo, depois passamos para o futebol de 11, quando estamos a falar de Iniciados, miúdos com 12/13 anos, e depois começa aí um processo de maior especialização, nos Sub-15, Sub-17, Sub-19... Respeitar essas etapas é extremamente importante para todos os agentes. Sejam eles clubes ou escolas de futebol. Porque é muito importante que nas idades mais jovens haja o prazer pelo jogo, o prazer em jogar futebol.

### **2 – Que influência pode ter o interesse mediático na criação, projeção e consolidação de uma imagem das instituições formativas?**

**JC:** Acho que nos escalões mais baixos, até ao escalão de Benjamins, nem sequer devia ser dada essa importância, nem sequer a publicação de resultados. Aliás, há uma grande confusão entre o que é competitividade e o que é a classificação. As pessoas acham que só há competitividade se houver classificação. Não é verdade. Digamos que as regras básicas neste início de processo são as regras do chamado “futebol de rua”, que é 5 contra 5, muda aos cinco e acaba aos dez. Aquelas regras muito simples. Se aquelas equipas estiverem desequilibradas, equilibra-se as equipas. Portanto, acho que a mediatização precoce é extremamente negativa, não só para os jovens, mas para as suas famílias. No geral, não vejo que haja nenhuma vantagem, nem para os próprios clubes, em mediatizar competições de jogadores tão jovens. O mais importante é que eles joguem e que se desenvolvam.

### **3 – Que leitura faz à mediatização do futebol de formação em Portugal nos últimos anos? E pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo*?**

**JC:** Portugal tem um quadro um pouco distorcido. Um quadro que tem três clubes que têm uma percentagem muito elevada de adeptos. Portanto, há uma tendência da imprensa de publicar tudo o que tenha a ver com esses clubes, e os resultados e as classificações dos escalões mais baixos passam a ter uma importância que não deviam ter, mas têm claramente por isso. Por outro lado, acho que há um trabalho a fazer a nível da educação desportiva, mesmo junto dos pais. Nestas idades, há três parâmetros fundamentais: a família, a escola e só depois o futebol.

Portanto, quando começamos a inverter isto muito cedo cometemos um grande erro, na maior parte dos casos, eles [jovens] não vão ser jogadores de topo, de grande nível. Estamos a criar toda uma situação e todo um enredo à volta dessas crianças que é negativo. Em termos de darem destaque ao futebol de formação eu sei que dão. A questão aqui não se trata de *A Bola*, *O Jogo* ou *Record*. Esta é uma questão cultural, do país, e que não deve ser exclusiva da imprensa, e, portanto, é também uma questão estrutural que nós temos de tentar alterar.

### **4 – Partilha da opinião relativamente à dificuldade na cobertura mediática deste tema? Se sim, qual o motivo?**

**JC:** Não acho que tenha de se dar um grande destaque a jogadores com treze, catorze ou quinze anos. Claro que com estas idades já há classificações e um Campeonato Nacional de Sub-15. Dar o destaque que têm de dar, mas não acho que tenham de dar um destaque excessivo. Estamos numa fase muito precoce do seu crescimento, evidentemente que o destaque vai sendo dado progressivamente até chegarem às competições profissionais. Agora, as competições profissionais têm uma dimensão completamente diferente, portanto é normal que tenham um maior espaço informativo.

Por outro lado, o que normalmente se destaca é exclusivamente o resultado e, portanto, não acho que seja a melhor forma nas idades mais jovens, mas a partir de uma determinada altura, evidentemente que um jogador em idade de Júnior tem de já ter uma capacidade de compreender estas questões de uma forma diferente. Um jogador de 19 anos não é mesma coisa de um jogador com 10 anos. Agora, devemos proteger os mais novos, isso claramente.

**5 – Na sua ótica, a representatividade do futebol de formação nos media varia em função da instituição formativa e da área geográfica com maior implementação pelos órgãos de comunicação social em estudo (*A Bola e O Jogo*)? Se sim, porquê?**

**JC:** Nunca fiz nenhuma análise a essa questão. É natural que os jornais tenham áreas de influência diferentes, mas independentemente de se dar maior cobertura aos clubes das áreas de influência da imprensa, seja Regional seja Nacional. Para mim é perfeitamente normal. Acho que os conteúdos são muito mais importantes. Em muitos países isso acontece, ou seja, jornais que são nacionais e que têm uma defesa muito mais “aguerrida” dos clubes da sua região de implantação.

**6 – Face ao período analisado neste estudo (jornais *A Bola e O Jogo* do ano de 2018), a mediatização das camadas jovens do SL Benfica destacou-se face às dos restantes clubes. Que motivo(s) encontra para tal?**

**JC:** Preciso de comparar com outros parâmetros, com número de jogadores que fizeram contrato e com os destaques que essas equipas tiveram nas competições. Não tenho esses dados para poder comparar. Por outro lado, não é só no futebol de formação que há um clube tem um maior destaque do que os outros, porque muitas das vezes o destaque pode ter que ver com a dimensão do clube, o número de operações que o clube faz, com o número de títulos. Portanto, não tenho fundamentação para responder a isso. O meu trabalho centra-se mais na questão técnica do jogo.

**7 – As recentes conquistas da Seleção Nacional Sub-19, vencedora do Europeu 2018, e da equipa de Sub-19 do FC Porto, que venceu a UEFA *Youth League* 2018/2019, poderão contribuir para um maior interesse dos media pelo futebol de formação em Portugal?**

**JC:** Claro que sim. Ter grandes conquistas internacionais nestas idades, em fase de especialização, numa fase mais adiantada, obviamente que sim, que tem dimensão e que criam toda uma onda positiva à volta disso. Mas pessoalmente, sempre achei que o nosso caminho passa por apostar nas pessoas e, portanto, no caso do futebol apostar claramente na valorização dos jogadores, no seu desenvolvimento, pelas características que Portugal tem. Falo da dimensão, do número de habitantes, pelas condições que temos, etc. Portanto, temos de seguir esse caminho, forte e de uma aposta clara na formação. Estas vitórias ajudam, de facto, em todo o processo.

**8 – Como avalia a recente mediatização dos jovens atletas Laurindo Júnior (7 anos, Sporting CP) e Guilherme Melo (6 anos, SL Benfica), recrutados pelas respetivas academias dos citados clubes? Na sua ótica, como este assunto mediático deve ser gerido pelas instituições (clubes)? E em casos futuros?**

**JC:** Primeiro, o parâmetro que temos de considerar nessas idades é a família, um ambiente familiar estruturado. Em segundo lugar, a escola, e só depois vem o futebol. Portanto, se o futebol for um elemento desestabilizador dos outros dois, eu acho extremamente negativo. O futebol não pode ser um elemento desestabilizador, tem de ser um elemento de auxílio, que crie condições para que os jovens possam crescer, quer num bom ambiente familiar quer no rendimento escolar. Portanto, desenraizar os miúdos dos pais. Mas não quero falar de casos concretos.

Todos temos de ter cuidado, porque a especialização precoce não é positiva. Não vai fazer com que esses jovens que possam ter muito potencial sejam jogadores, ninguém tem essa garantia. Falta muito tempo até isso poder acontecer, porque nestas idades apenas conseguimos ver que eles têm, de facto, *skills* acima da média. Há muitos jovens que tem capacidades técnicas fantásticas, mas não são jogadores de futebol, com todo o respeito. Temos muitos casos de jogadores que foram contratados ainda muito novos para os clubes e que não chegaram às suas equipas de topo. Nestas idades é excessivamente cedo.

**9 – Qual a importância do Processo de Certificação que possibilita aos clubes alcançarem o estatuto de Entidades Formadoras, devidamente certificadas pela FPF?**

**JC:** O Processo de Certificação tem claramente a intenção de melhorar a qualidade de processo dos clubes. E ao conseguir distingui-los, vai criar condições para que as próprias famílias consigam perceber que os seus filhos estão inseridos numa escola de formação, são inscritos num clube certificado, com qualidade nos processos de ensino e de treino. Penso que vai ser positivo para que essas condições se possam estabilizar e para que haja um conjunto de regras que ajudem o processo a ser melhor, apostando naquilo que é mais importante, o jogador.

## **Anexo F - Entrevista a Ricardo Vaz Monteiro, autor do projeto “A Minha Causa”**

### **1 – Qual a essência do projeto “A Minha Causa” e os seus principais alertas?**

**RVM:** O projeto “A Minha Causa” nasceu em 2016 e tinha como lema principal despertar uma geração de desportivas para o problema da transição para final de carreira. Aqui eu tinha dois públicos-alvo que eram os jogadores jovens, que ainda não tinham chegado às equipas seniores, e depois todos aqueles jogadores seniores que estivessem a passar por essa fase, independentemente da idade. Mas é claro que sabemos que quem está em final de carreira, teoricamente, está mais familiarizado com este problema.

Portanto, o grande objetivo era, de certa forma, alertar que há uma vida depois do futebol, em que era necessário adquirir um conjunto de competências, formação/qualificação profissional para que no dia que transitassem para o final de carreira os jogadores conseguissem fazer uma transição voluntária, que é um fator de qualidade. Mas também desmistificar alguns fatores como o *status* financeiro, elucidando que esse aspeto deve ser um alerta para esta comunidade, já que os jogadores têm de ter a consciência de que estão a construir uma carreira desportiva mas que um dia vai acabar.

### **2 – Conciliação academia (estudos) com o futebol. Que conselhos gostaria de transmitir aos mais jovens?**

**RVM:** Além de, atualmente, o 12º ano ser um grau de escolaridade mínimo obrigatório, eu acho que cada um de nós tem de perceber que estudar tem importância, é um fator de qualidade. Depois a passagem de júnior para sénior, pode ser mais complicado, pois é naquela altura em que passamos do secundário para a faculdade, e aí é uma transição difícil. Logo, temos que entender que das duas uma, ou nós entendemos que isso pode ser importante e que continuamos a estudar ou acabamos por desistir e não voltamos a estudar. Eu acho que todas as pessoas devem ter a noção que a qualificação profissional ajuda a encontrarmos coisas que gostamos de fazer que nos possibilite depois estarmos qualificados quando deixarmos de jogar. No meu caso pessoal, fiz todo um trajeto académico que, se calhar é um dos poucos casos em todo o mundo, em que as pessoas estão a acabar o doutoramento enquanto jogam. Portanto, aconselho todos os jovens jogadores a prosseguirem os estudos e no caso dos seniores, quando terminarem a carreira, podem não seguir a via académica mas invistam numa via de formação profissional.



### **3 – E como concilia os estudos com a carreira de jogador profissional?**

**RVM:** Essas três áreas, quer licenciatura, mestrado ou doutoramento aconteceram em alturas diferentes da minha carreira. Na licenciatura eu jogava no Sporting da Covilhã e estudava na Universidade da Beira Interior (UBI) e a minha gestão variava entre faltar aos treinos para ir às aulas e vice-versa, sempre numa tentativa de gerir com os professores e com o treinador. No mestrado, e sendo a construção da tese um trabalho à distância, foi um processo mais fácil de gerir. Agora, no doutoramento tive um ano de unidades curriculares e tive de ir 10/12 vezes à Covilhã na época transata, mas batia sempre certo com as minhas folgas semanais. Saía às 4h da manhã de Vila do Conde, passava o dia todo na Covilhã nas aulas, chegava a casa à meia-noite e no dia seguinte de manhã tinha treino. Mas a realização desta tese trata-se de um trabalho mais autónomo, onde tento gerir entre os treinos e os tempos livres. O mais importante é conseguir fazer uma boa gestão do tempo.

### **4 – Qual o papel dos clubes no processo de formação de um jovem atleta e quem são, na sua opinião, os seus principais intervenientes e respetivas funções?**

**RVM:** Em Portugal, ainda há poucos anos, não existia qualquer organização no que diz respeito à conciliação da escola com o futebol ao nível da formação. Hoje em dia, já temos um projeto, a UAARE - Unidade de Apoio ao Alto Rendimento na Escola, que ajuda a fazer esse processo, nomeadamente o estudo à distância, as aulas virtuais, em articulação também com os clubes. No meu mundo, porque eu não conheço a realidade das grandes academias em Portugal, há uma preocupação reduzida dos clubes, em termos gerais, com a formação e com a educação de jogadores de futebol.

Não acredito que haja alguma estratégia de forma a potenciar a importância dos estudos, não basta dizer “Vocês têm de estudar”. Tem de haver estratégias para que isso aconteça, para que os pais entendam essa importância. Acredito que podemos caminhar para lá, mas atualmente em Portugal tenho muitas dúvidas que isto esteja a acontecer na grande parte dos clubes. Todavia, sei de algumas academias que o fazem, como a do Vitória de Guimarães, porque estive lá e assisti a aulas virtuais para os jogadores do Vitória ao nível do secundário. Já o Processo de Certificação dos clubes, promovido pela FPF, também poderá contribuir para esse desenvolvimento ao nível da educação.

## **5 – Que influência pode ter o interesse mediático na criação, projeção e consolidação de uma imagem das instituições formativas?**

**RVM:** Tem uma imagem incrível! Em termos sociais, nós trazemos este ponto para o futebol vai trazer uma enorme visibilidade em termos éticos, em termos de formação, em termos de valorização do futebol. Eu acredito que vai trazer uma imagem muito melhor. Se olharmos para os dados, os atletas que foram aos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro em 2016, podemos dizer que, tirando os jogadores de futebol, penso que 66% dos atletas tinham concluído uma formação acadêmica no Ensino Superior. Portanto, se pegar num jogador de futebol, essa percentagem vai diminuir drasticamente, ou seja, nas outras modalidades esta preocupação é uma realidade e por que é que no futebol não acontece? E se direcionarmos “essas agulhas” para o futebol vai ajudar a uma melhor imagem para a modalidade.

## **6 – Que leitura faz à cobertura mediática do futebol de formação em Portugal nos últimos anos? E pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo*?**

**RVM:** Assim, de repente, olho para a qualidade dos jogadores que têm saído da formação portuguesa e parece-me que está a ser feito um excelente trabalho em termos de alta performance. Por outro lado, em termos de fatores negativos, estamos a presenciar inúmeros casos de violência no desporto, não sei se por influência das redes sociais, mas os pais também associados a esse problema. Portanto, estamos aqui a ter alguns problemas e para a imagem do futebol e do futebol de formação isso não é bom.

Se falarmos desses casos de violência, isso vai aparecendo, mas muito pouco ênfase ao que é o futebol de formação. E, se calhar, é que por isso que esses fatores ressaltam, ou seja, os jovens jogadores que estão em destaque, mas por outro lado a violência nos campos de futebol. E é interessante perceber que assim que os comentadores analisam os jogadores que estão a aparecer e que são chamados à equipa principal, os focos estão todos neles. Queremos saber logo as histórias deles, as origens, a família, etc.. Ainda recentemente no Mundial de Sub-20, os jornais dão-nos alguns indicadores sobre determinados jogadores, mas se calhar eles já não são desconhecidos, porque atuam nas equipas principais. Portanto, acho que essa mediatização ainda vive muito à custa do futebol profissional, não do futebol de formação.

**7 – Partilha da opinião relativamente à dificuldade na cobertura mediática deste tema? Se sim, qual o motivo?**

**RVM:** Eu costumo dizer é que é mais fácil vender o sonho do que vender outras coisas. Às vezes conseguirmos perceber, porque como andamos há muitos anos no futebol, como é que aparecem determinadas notícias nos jornais. E se aparecem notícias nos jornais relativamente a alguns jogadores de formação isso, muitas das vezes, não aparece por aparecer. Estamos a falar de negócio. Hoje em dia, em Portugal e no resto do mundo o futebol está muito associado ao negócio e Portugal tem vendido muitos jogadores. E a comunicação social ajuda imenso a vender jogadores e a influenciar a opinião pública. Atenção, que isto não quer dizer que os jogadores não têm qualidade e que não merecem essa visibilidade.

**8 – Na sua ótica, a representatividade do futebol de formação nos media varia em função da instituição formativa e da área geográfica com maior implementação pelos órgãos de comunicação social em estudo (*A Bola* e *O Jogo*)? Se sim, porquê?**

**RVM:** Isso, temos de ver o que ocupa mais letras nos jornais desportivos em Portugal, neste caso Benfica, Sporting e FC Porto. E depois é claro que as áreas geográficas Lisboa e Porto estão mais centradas aí, não há dúvidas que são aqueles que ocupam mais notícias. Os outros clubes acabam por ter um espaço muito mais reduzido. Apesar de, por vezes, o jornal *O Jogo* costuma fazer reportagens sobre jogadores que atuam em clubes de escalões inferiores. Aí, se calhar, dizia que *O Jogo* no Porto, relativamente aos clubes mais próximos dessa área, provavelmente consegue uma informação diferente daquela conseguida pelo jornal *A Bola*. Consigo diferenciar isso, sem dúvida. Agora, não sei se isso tem a ver com a proximidade geográfica, se tem a ver também com as ligações dos jornalistas aos próprios clubes, às vezes também pode ser. Mas claramente que quando identificamos um jornal, neste caso *O Jogo* e *A Bola* identificamos com as áreas em que atuam.

**9 – Face ao período analisado neste estudo (jornais *A Bola* e *O Jogo* do ano de 2018), a mediatização das camadas jovens do SL Benfica destacou-se face às dos restantes clubes. Que motivo(s) encontra para tal?**

**RVM:** Sem conhecer esta realidade, e olhando do lado de fora obviamente, parece-me claramente que nos últimos anos o Benfica teve outra estratégia. A chegada da Academia do Seixal veio trazer uma estratégia para fazer crescer a formação, mas talvez ter condições para conseguir atrair para ali os melhores jogadores, os potenciais talentos para o futebol português. E se olharmos para isso, e para depois aquilo que são os resultados do negócio das vendas, claramente que podemos dizer que o Benfica teve sucesso nessa estratégia, caso seja esse o objetivo. Não só isso, mas também potenciar jogadores para a equipa principal. O Sporting também já teve essa estratégia, mas foi perdendo-a, e o FC Porto ainda não tem academia, o que acaba por limitar o processo a esse nível. A norte, parece-me que o SC Braga quer adotar uma estratégia idêntica à do Benfica. O Vitória de Guimarães também já tem a sua academia.

**10 – As recentes conquistas da Seleção Nacional Sub-19, vencedora do Europeu 2018, e da equipa de Sub-19 do FC Porto, que venceu a UEFA Youth League 2018/2019, poderão contribuir para um maior interesse dos media pelo futebol de formação em Portugal?**

**RVM:** Eu acho que sim, mas na perspetiva de negócio. Sempre na perspetiva de negócio e, se calhar, na perspetiva de que jogadores acabam por chegar ao plantel sénior. Em lembro-me perfeitamente, por exemplo, da questão dos media e daqueles dois jogadores [Pedro Neto e Jordão] que foram vendidos à Lazio pelo Braga. Dois jogadores falados só pelo negócio, ninguém sabia quem eram aqueles dois jogadores até ali. Eu não conhecia. E apareceu porquê? Pelo menos no que salta à vista. Pelo valor e depois porque nem se quer passam pela equipa principal do SC Braga. Jovens com um talento incrível e que ninguém conhecia *à priori*.

**11 – Como avalia a recente mediatização dos jovens atletas Laurindo Júnior (7 anos, Sporting CP) e Guilherme Melo (6 anos, SL Benfica), recrutados pelas respetivas academias dos citados clubes? Na sua ótica, como este assunto mediático deve ser gerido pelas instituições (clubes)? E em casos futuros?**

**RVM:** Nós temos de perceber e, se calhar, de uma forma mais holística como é que se processa este trajeto de desenvolvimento dos jogadores. Numa perspetiva mais global, há coisas a acontecer na vida desses jogadores que podem ter implicações. Aí tenho algumas ressalvas. Por um lado, os contextos podem modificar as capacidades técnicas dos jogadores, ou seja, irem para um clube com melhores condições, com melhores colegas, melhores treinadores. Mas, por outro, podemos estar a retirar outras coisas, como os pais, os amigos, provavelmente o ambiente escolar. E que impacto é que isto pode ter na vida destes jovens? Não podemos simplesmente dizer “detetámos um talento, vamos retirá-lo do contexto onde vive e vamos colocá-lo neste ou naquele clube”. Aqui, os clubes têm um papel fundamental, pois devem falar com os pais e com os miúdos, de forma a gerirem estas expectativas.

## **Anexo G - Entrevista a Rui Santos, comentador e jornalista**

### **1 – Qual o papel dos clubes no processo de formação de um jovem atleta e quem são, na sua opinião, os seus principais intervenientes e respetivas funções?**

**RS:** Há duas entidades principais no processo de formação de jovens atletas: os Clubes e a FPF, quando eles chegam a um nível suscetível de poderem ser chamados para integrarem as seleções nacionais. Nessas entidades, o processo de formação tem uma componente essencialmente técnico-desportiva mas o papel dos dirigentes é também muito importante na definição dos princípios essenciais a uma boa formação. A evolução técnico-tática é crucial, mas há pelo menos 10 anos no processo de formação de jovens atletas (vamos dizer 8-18 anos) que são fundamentais. Não basta saber jogar bem a bola; não basta mostrar compreensão pelas nuances técnico-táticas introduzidas no treino e no jogo. É importante cuidar da relação entre o/a atleta e o/a adolescente. E, neste particular, entra uma terceira ‘entidade’, que é a Família. Os pais podem ser muito importantes no processo de formação.

### **2 – Que influência pode ter o interesse mediático na criação, projeção e consolidação de uma imagem das instituições formativas?**

**RS:** A mediatização não é importante, na dimensão que se dá ao futebol profissional. O futebol de formação deve ser, dentro do possível, um processo que deve correr à margem da sua eventual mediatização. Hoje, há que contar com o fenómeno da internet e da circulação imediata da informação, mas quem trabalha no sector deve estar atento a essa realidade mas não excessivamente preocupado com ela. Importante é trabalhar (na inviabilidade) com o objetivo de formar bem.

### **3 – Que leitura faz à cobertura mediática do futebol de formação em Portugal nos últimos anos? E pelos jornais desportivos diários *A Bola* e *O Jogo*?**

**RS:** O futebol jovem ganhou uma maior projeção na imprensa desportiva a partir dos anos 80. A chamada ‘geração de ouro’ correspondeu a um processo de formação que aliou, pela primeira vez, de uma forma organizada e participada, a valência dos clubes, associações distritais e Federação. E foi divulgada pela imprensa. *A Bola*, nesse aspeto, esteve na vanguarda. Os outros jornais acompanharam essa dinâmica.

**4 – O papel do jornalista pode contribuir para a formação de um jovem jogador?**

**RS:** Sem dúvida. E, se for exigente (com sentido construtivo), tanto melhor.

**5 – Como avalia o sentido do conteúdo noticioso atribuído ao futebol de formação pelos jornais *A Bola* e *O Jogo*?**

**RS:** Hoje, normal. Acompanhando a dinâmica de resultados.

**6 – Partilha da opinião relativamente à dificuldade na cobertura mediática deste tema? Se sim, qual o motivo?**

**RS:** Não há dificuldade nenhuma. Ou há vontade editorial ou não. Depende das lideranças.

**7 – Na sua ótica, a representatividade do futebol de formação nos media varia em função da instituição formativa e da área geográfica com maior implementação pelos órgãos de comunicação social em estudo (*A Bola* e *O Jogo*)? Se sim, porquê?**

**RS:** Depende, infelizmente, e hoje ainda mais, de questões de natureza comercial. Defendo um plano de fomento do futebol jovem nas áreas mais desertificadas/descativadas, por regiões e sob patrocínio da FPF. E esse plano, a ser implementado, deveria suscitar o interesse dos media.

**8 – Face ao período analisado neste estudo (jornais *A Bola* e *O Jogo* do ano de 2018), a mediatização das camadas jovens do SL Benfica destacou-se face às dos restantes clubes. Que motivo(s) encontra para tal?**

**RS:** Em primeiro lugar, a força da ‘marca Benfica’. Em segundo lugar, os méritos subjacentes a esse processo.

**9 – As recentes conquistas da Seleção Nacional Sub-19, vencedora do Europeu 2018, e da equipa de Sub-19 do FC Porto, que venceu a UEFA Youth League 2018/2019, poderão contribuir para um maior interesse dos media pelo futebol de formação em Portugal?**

**RS:** Será sempre um interesse subordinado às questões relativas ao chamado ‘futebol profissional’. Temos um problema de ausência de cultura desportiva que os media

refletem. Hoje, felizmente, já se fazem mais primeiras páginas com outras modalidades que não o futebol, mas isso deve-se aos resultados desportivos, que ganharam maior expressão em diversas modalidades. O futebol jovem será sempre tratado numa perspetiva de relação com o futebol profissional.

**10 – Como avalia a recente mediatização dos jovens atletas Laurindo Júnior (7 anos, Sporting CP) e Guilherme Melo (6 anos, SL Benfica), recrutados pelas respetivas academias dos citados clubes? Na sua ótica, como este assunto mediático deve ser gerido pelas instituições (clubes)? E em casos futuros?**

**RS:** Mediatização de casos de ‘jogadores’ com 6-7 anos devem ser evitados a todo o custo. Os clubes precisam de encontrar a melhor forma de não deixar que o futebol se mediatize a este nível etário.

**11- Que principais diferenças encontra entre a Geração de Riade (1989) e a atual geração de jovens atletas no que diz respeito ao processo formativo que integram e às demais competências que lhe estão subjacentes?**

**RS:** As infraestruturas melhoraram muito. Foi uma grande conquista. No final da década de 80 tínhamos 30 anos de atraso em relação à realidade europeia. Hoje, os atrasos estão muito encurtados e temos até alguns casos de manifesta superioridade sobre clubes e federações. A crítica foi muito importante na denúncia dos desníveis. E não creio que se repita, a um nível de necessidades tão primárias.



**Anexo H – Laurindo Júnior, atualmente com oito anos de idade, trocou os Açores pela Academia do Sporting com apenas seis**

---

## **O pequeno prodígio do futebol**

Neste espaço dedicado à fotografia o fotógrafo Rui Caria irá mostrar como vê o dia-a-dia das pessoas e dos lugares onde se cruzam as histórias e os repórteres.

POR RUI CARIA  
18 DE MARÇO DE 2019



RUI CARIA

**Tem 7 anos e já é considerado um fenómeno do futebol.** Na Ilha Terceira, nos Açores, o pequeno Laurindo faz fintas

**Fonte:** SIC Notícias

Anexo I – Guilherme Melo, seis anos, foi destaque na manchete de *Record* após ter sido contratado pelo SL Benfica

**Record**  
www.record.pt

**MARAFONA PERTO DO OLYMPIACOS**  
SP BRAGA P. 7

**BENFICA P. 2 A 6**

**APERTA-SE O CERCO A JOÃO FÉLIX E BENFICA MUITO DIFICILMENTE CONSEGUIRÁ SEGURÁ-LO**

**MISSÃO IMPOSSÍVEL**

**HA NEGOCIAÇÕES MAS JUVENTUS, MAN. UNITED E CITY ESTÃO CADA VEZ MAIS DISPOSTOS A PAGAR OS 120 MILHÕES DA CLÁUSULA**

**LUÍS FILIPE VIEIRA ASSUME**  
**JOVENS CRAQUES** "Faremos tudo para não deixar sair ninguém"  
**JONAS** "Tem mais um ano e está feliz"  
**BRUNO LAGE** "Independentemente do que acontecer, será o treinador na próxima temporada"  
**SAMARIS** "Oferecemos o que podemos"

**CONHEÇA GUILHERME MELO A CRIANÇA DE 6 ANOS CONTRATADA PELAS ÁGUIAS**

**REVELAÇÕES DO PROSPETO DO NOVO EMPRESTIMO OBRIGACIONISTA**

**8 JOGADORES TÊM PASSES PENHORADOS**

**VASCO DA GAMA QUER JORGE JESUS**  
BRASIL P. 34

**PLANTEL JÁ EM RECONSTRUÇÃO**  
**PRIORIDADE A DOIS LATERAIS**  
**PONTA-DE-LANÇA DE TOPO CHEGA SE BAS DOST FOR TRANSFERIDO**  
**ENTRE COATES E MATHIEU SÓ SAI UM**  
**GUARDA-REDES FORMADO NO CLUBE DE KEYLOR NAVAS**  
**WALKER ASSINA POR 4 ÉPOCAS**  
**ROGÉRIO ALVES E O PEDIDO DOS APOIANTES DE BRUNO DE CARVALHO**  
"Amnistia implicará sempre uma revisão dos estatutos"

**PC PORTO P. 14**  
**PINTO DA COSTA E O 37º ANIVERSÁRIO DA PRESIDÊNCIA**

**"Espero que os adeptos me apoiem como até aqui"**

**AVISO PARA VILA DO CONDE**  
DESDE 2010/11 QUE OS DRAGÕES NÃO VENCEM CINCO VEZES SEGUIDAS FORA

Fonte: Jornal *Record* - Edição online de 24 de abril de 2019

## Anexo J – Exemplos de conteúdos noticiosos sobre assinatura de contratos profissionais por jovens atletas

para dia 17, também às 18.15 horas.



Diogo Cardoso, 16 anos, avançado

### Diogo Cardoso assina contrato

O avançado Diogo Cardoso, 16 anos, dos juvenis B, assinou ontem contrato profissional com o Benfica até 2021. Internacional sub-16, há cinco anos nas camadas jovens dos encarnados, é o melhor marcador da equipa com 19 golos em 17 jogos.



**FORMAÇÃO CONTRATO PARA DIOGO PRIOSTE E IURI MOREIRA**

O Benfica anunciou ontem ter assinado contratos de formação com os jovens Diogo Prioste e Iuri Moreira, ambos com 14 anos. No caso do primeiro, trata-se de um médio que começou a jogar pelo Damaia Ginásio mas que está nos encarnados já há oito temporadas. Quanto a Iuri Moreira é avançado e apontou 14 golos em 16 jogos pelos iniciados B das águias no campeonato distrital.

D.R.



### Patrick Leal chega dos EUA

→ **Médio norte-americano de apenas 15 anos foi contratado ao New England Revolution**

O departamento de prospecção do Sporting assegurou a contratação de uma jovem promessa. Patrick Leal, médio de apenas 15 anos, estava no New England Revolution, dos Estados Unidos, onde contava com sete golos em 25 jogos.

«Poder jogar neste clube, sabendo que Figo e Cristiano Ronaldo fizeram este caminho, é fantástico», afirmou o jovem norte-americano ao ProSoccerUSA, que ambiciona seguir os passos de Pulisic: «Ele também era novo como eu quando deixou os Estados Unidos para ir para a Alemanha e teve enorme sucesso.»

Patrick Leal explicou ainda que assinou contrato «por um ano» mas que já saltou uma etapa: «Os treinadores disseram que tenho muito potencial e autorizaram-me a treinar num escalão acima.»

O médio veio acompanhado da mãe, Lisa, e do irmão gémeo, Matthew, que vai jogar na formação do Sacavenense.

Patrick Leal na assinatura do contrato







Anexo N – Exemplos de conteúdos noticiosos sobre a Seleção Nacional de Sub-17 (participação no Campeonato da Europa da categoria)

Sábado 10 de Junho de 2016 **A BOLA** www.abola.pt **SUB-17** CAMPEONATO DA EUROPA 33

# Saiu empate na estreia

Primeira parte de luxo não teve reflexo no marcador • Noruegueses foram quase sempre passivos • Portugal mostrou que pode ir longe nesta fase final



**Figura**  
**FELIX CORREIA**  
(PORTUGAL)

→ O avançado do Sporting foi quebra-cabeças para os defesas noruegueses. Sempre disponível, esteve perto do gol das vezes na 1.ª parte (22 e 32). Na segunda, agitou mas não esteve tão ativo...

**CALENDÁRIO E CLASSIFICAÇÃO**

**GRUPO A**

1.ª Jornada	2-0
Itália-Suécia	2-0
Inglaterra-Suécia	2-1
2.ª Jornada → segunda-feira	
Suécia-Itália	12:30 h
Inglaterra-Itália	15 h
3.ª Jornada → quinta-feira	
Suécia-Inglaterra	15 h
Israel-Itália	18 h

**J V E D M S P**

1. Itália	1	1	0	0	2	1
2. Inglaterra	1	1	0	0	2	3
3. Israel	1	0	1	1	1	0
4. Suécia	1	0	1	0	2	0

**GRUPO B**

1.ª Jornada	0-0
Portugal-Noruega	0-0
Estónia-Suécia	0-2
2.ª Jornada → segunda-feira	
Noruega-Suécia	12:30 h
Espanha-Portugal	15 h
3.ª Jornada → quinta-feira	
Suécia-Portugal	15 h
Noruega-Estónia	18 h

**J V E D M S P**

1. Suécia	1	1	0	0	2	3
2. Noruega	1	1	0	0	0	1
3. Portugal	1	0	1	0	0	1
4. Estónia	1	0	0	1	0	0

**GRUPO C**

1.ª Jornada → hoje	
Dinamarca-Bélgica e Herzegovina	12:30 h
Índia-Bélgica	17:45 h
2.ª Jornada → terça-feira	
Índia-Dinamarca	13 h
Bélgica e Herzegovina-Bélgica	15 h
3.ª Jornada → sexta-feira	
Bélgica e Herzegovina-Índia	13 h
Bélgica-Dinamarca	15 h

**GRUPO D**

1.ª Jornada → hoje	
Alemanha-Holanda	15 h
Sérvia-Espanha	17:45 h
2.ª Jornada → terça-feira	
Sérvia-Alemanha	13 h
Holanda-Espanha	15 h
3.ª Jornada → sexta-feira	
Holanda-Sérvia	15 h
Espanha-Alemanha	18 h

**J V E D M S P**

Suécia	1	1	0	0	2	3
Noruega	1	0	1	0	0	1
PORTUGAL	1	0	1	0	0	1
Estónia	1	0	0	1	0	0

**Quartos de final** **13/05**

1.º Grupo A-2.º Grupo B, 14h00 (1)  
1.º Grupo B-2.º Grupo A, 18h00 (2)

**Quartos de final** **14/05**

1.º Grupo C-2.º Grupo D, 13h00 (3)  
1.º Grupo D-2.º Grupo C, 19h00 (4)

**Melas-finais** **17/05**

Vencedor 1-Vencedor 3, 13h00, Rotherham  
Vencedor 2-Vencedor 4, 19h00, Chesterfield

**Finais** **20/05**

18h15, Rotherham

**BREVES**

**V. GUMARÃES**  
**Estuápio está ap...**  
Estuápio, que pensava inicialmente de se namorar com um colega de equipa, acabou por não fazer nada de mais. Foi dado como para o jogo com o...

**AVES**  
**Em junho há l...**  
Medico Desp...  
O Aves organiza e 30 de junho as Médica Desport...  
Aves, destina...  
Hótel...  
preparador...

**VILAVI**  
**José Pe...**  
trabou...  
O avanço...  
partiu a...  
para o...  
Campe...  
estive...  
do Mi...  
Syaar...  
John...

**TÁTICA**

**ABANDONOU DENNIS HIGER (Holanda)**  
**ABANDONOU SUÍCIA** Cartão amarelo a Leo Cor-  
reia (16), Fábio Silva (17) e Noah Holm (60)

**JORGE SANTOS CARVALHO**

**Seleção Nacional sub-17 estreou-se ontem com nulo no Campeonato da Europa. Em Walsall, Portugal foi, a largos espaços, superior à Noruega, quase sempre muito passiva, porém, não conseguiu traduzir em golos essa supremacia bem espelhada nos números: 12 remates contra quatro, 7-0 em cantos.**

A primeira parte, essa, pertenceu à Seleção Nacional, sobretudo depois dos 15 minutos. Forte nas transições ofensivas, Portugal reteve os noruegueses ao último terço do terreno. Félix Correia podia ter adiantado a equipa de Rui Bento num par de vezes, mas não foi feliz.

No segundo tempo, a Seleção continuou igual a si própria: procurou o golo insistentemente, sem, todavia, nunca perder o equilíbrio, fundamental para, então, travar um adversário que revelou maturidade para recuperar emocionalmente e arquetar alguns lances de perigo – Rusten (66'), de cabeça, assinou a mais flagrante oportunidade dos escandinavos.

O empate nada coloca em causa porque, recorde-se,

**rem a palavra**

**INICIATIVA FOI NOSSA**

“Tivemos iniciativa e várias oportunidades de golo contra uma da Noruega... A nossa equipa teve a iniciativa, as despesas do jogo e a outra esteve à espera. Isso funcionou, mas cada um joga como acha que deve jogar...”

**RUI BENTO**  
treinador nacional de sub-17

SUB-17

# À procura da primeira

Depois do 0-0 com a Noruega, Portugal defronta hoje, às 15h00, a Eslovénia no Europeu



**Rui Bento afasta pressão**

●●● A Seleção Nacional sub-17 defronta hoje às 15h00, em Chesterfield, a Eslovénia, na segunda jornada do Grupo B do Europeu, procurando a primeira vitória na prova, depois do 0-0 com a Noruega na ron-

da inaugural. Rui Bento, selecionador nacional, garante que o nulo da estreia já está superado. “Claro que a equipa estava desiludida, mas isso está ultrapassado”, referiu, revelando que a equipa técnica tem “falado muito” com os jogadores para lhes aliviar a pressão. “Não queremos que condicionem o seu rendimento. Eles já têm muitos jogos internacionais e estão cada vez mais preparados para gerir as emoções”, acrescentou Rui Bento.

Hoje, o selecionador espera um jogo muito diferente do da estreia, frente à Noruega: “A Eslovénia é uma equipa que gosta de jogar, que tem bons executantes no meio-campo e no ataque. Podem jogar mais na expectativa ou procurar dividir o jogo. Pelo menos uma equipa vai querer a bola: a nossa. Vamos querer assumir o jogo.”

**EUROPEU SUB-17**

**GRUPO B**

**1.ª Jornada** **04/05**  
PORTUGAL-Noruega 0-0  
Eslovénia-Suécia 0-0

**2.ª Jornada** **Hoje**  
12h30  
Noruega-Suécia  
Eslovénia-PORTUGAL 15h00

**3.ª Jornada** **10/05**  
Suécia-PORTUGAL 13h00  
Noruega-Eslovénia 13h00

**CLASSIFICAÇÃO**

**J V E D M S P**

Suécia	1	1	0	0	2	3
Noruega	1	0	1	0	0	1
PORTUGAL	1	0	1	0	0	1
Eslovénia	1	0	0	1	0	0

**Quartos de final** **13/05**

1.º Grupo A-2.º Grupo B, 14h00 (1)  
1.º Grupo B-2.º Grupo A, 18h00 (2)

**Quartos de final** **14/05**

1.º Grupo C-2.º Grupo D, 13h00 (3)  
1.º Grupo D-2.º Grupo C, 19h00 (4)

**Melas-finais** **17/05**

Vencedor 1-Vencedor 3, 13h00, Rotherham  
Vencedor 2-Vencedor 4, 19h00, Chesterfield

**Finais** **20/05**

18h15, Rotherham