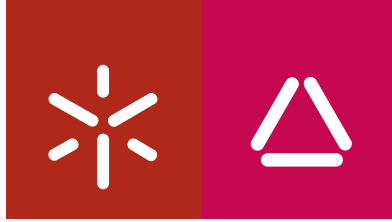




Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

João Tiago Costa Figueiredo

**As particularidades do jornalismo
online ao serviço das preferências dos
leitores: análise dos
elementos multimédia no *site*
Maisfutebol**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

João Tiago Costa Figueiredo

**As particularidades do jornalismo
online ao serviço das preferências dos
leitores: análise dos
elementos multimédia no *site*
Maisfutebol**

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de Especialização em Informação e Jornalismo

Trabalho efectuado sob a orientação do
Professor Doutor Joaquim Fidalgo

Outubro de 2010

DECLARAÇÃO

NOME

João Tiago Costa Figueiredo

EMAIL

Jfigueiredo2@gmail.com

NÚMERO DE BILHETE DE IDENTIDADE

12955886

TÍTULO

“As particularidades do jornalismo *online* ao serviço das preferências dos leitores: análise dos elementos multimédia no *site* Maisfutebol”

ORIENTADOR

Professor Doutor Joaquim Fidalgo

MESTRADO

Mestrado em Ciências da Comunicação – Área de Especialização em Informação e Jornalismo

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA TESE APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE

Universidade do Minho, 25 de Outubro de 2010

João Tiago Costa Figueiredo

Agradecimentos

Por todos os **bons conselhos**: ao meu orientador, professor Doutor *Joaquim Fidalgo*.
Pelas **mil e uma dicas** e pelo **excepcional acolhimento**: à redacção do Porto do Maisfutebol,
nas pessoas dos jornalistas *Pedro Jorge da Cunha*, *Sérgio Pereira* e *Vítor Hugo Alvarenga*.
Pelo **suporte financeiro** essencial e por **todo o apoio**: à minha *mãe*, *madrinha*, *padrinho* e
restante família.

Pelas **oportunas distrações**: aos meus *amigos*.

Por **tudo**: a *ti*.

“As particularidades do jornalismo *online* ao serviço das preferências dos leitores: análise dos elementos multimédia no *site* Maisfutebol”

Resumo

Esta tese de mestrado tem por base uma experiência de estágio no jornal desportivo online Maisfutebol, realizada entre Setembro e Novembro de 2009. A experiência permitiu o contacto directo com a realidade jornalística num meio em constante expansão, como é o caso da internet. Para além da experiência profissional, foi possível retirar um conjunto de reflexões teóricas sobre o caminho traçado pelo jornalismo no meio.

Na primeira parte do trabalho há um relato crítico do período de estágio, enquanto na segunda metade é feito um enquadramento histórico e teórico sobre o jornalismo na internet, que serve de lançamento para uma investigação sobre a importância dos elementos multimédia para chamar a atenção dos leitores do Maisfutebol.

«The online journalism's specificities servicing the preferences of readers: analysis the multimedia elements in the site Maisfutebol»

Abstract

This dissertation is based on the experience as a probationer in Maisfutebol, an online sports newspaper, held between September and November of 2009. The experience allowed a direct contact with the journalistic reality in a medium in frequent expansion, like internet. Beyond the professional experience, it was possible acquire some theoretical reflections about the way that online journalism has traversed.

In the dissertation's first part, there's a critic description of the probationer period, while in the second part was made an historical and theoretical guideline about online journalism, which serves as launch part for an investigation about the multimedia elements importance, to catch the attention of Maisfutebol readers.

Índice

Agradecimentos.....	iii
Resumo.....	v
Abstract	vii
Índice.....	ix
Índice de tabelas	x
Introdução	1
O ESTÁGIO NO MAISFUTEBOL	3
1- O Maisfutebol.....	3
2- O primeiro contacto	5
3- O «pré-estágio»	6
4- O trabalho a sério.....	6
5- A importância da multimedialidade	9
6- O «click» da notícia.....	11
7- Problemas laterais.....	13
8- A reportagem em vídeo	17
9- Grande reportagem.....	19
10- Ainda há finais felizes.....	20
Síntese conclusiva do estágio no Maisfutebol.....	22
A MULTIMEDIALIDADE NO CIBERJORNALISMO	25
1- O jornalismo na internet	25
1.1 A hipertextualidade	27
1.2- A interactividade	28
1.3- A multimedialidade	29
1.4- O jornalismo online em Portugal	30
1.5- A estratégia do Maisfutebol	31
1.6- O perfil do leitor de jornais online	33
2- A importância do multimédia no Maisfutebol	34
2.1- Metodologia utilizada.....	34
2.2- Conceitos importantes.....	36
2.3 - Resultados recolhidos.....	37
2.3.1- Análise do artigo mais lido (amostra de 50 artigos).....	37
A. Presença de elemento multimédia	37

B. Análise por temática	38
C. Análise por Editoria	39
D. Análise por localização no site	40
2.3.2- Análise dos 10 artigos mais lidos (amostra de 500 artigos)	41
E. Presença de elemento multimédia	41
F. Análise por Editoria	42
G. Análise por localização no site	43
2.4- Discussão de resultados	44
Conclusão	47
Bibliografia	50
ANEXOS	53
1- Estatuto editorial do Maisfutebol	53
2- Ranking Netscope (Marktest) de Setembro 2010	54
3- Estratégia da Dinamarca: «Dar algumas pancadas a Ronaldo...»	55
4- Entrevista a João Alves, treinador do Servette (Suíça)	56
5- Artigo sobre as superstições no futebol	58
6- Destaques do Sp. Braga-F.C. Porto, 1-0	60
7- Conferência de imprensa de Simão	62
8- Reportagem sobre futebol em Montserrat	63
9- As secções do Maisfutebol	67

Índice de tabelas

Tabela 1- Presença de elemento multimédia	37
Tabela 2- Distribuição por temáticas	38
Tabela 3- Distribuição por Editorias	39
Tabela 4- Distribuição por localização no site	40
Tabela 5- Presença de elemento multimédia (500 mais lidas)	41
Tabela 6- Distribuição por Editoria das 500 mais lidas	42
Tabela 7- Distribuição por Editoria das 500 mais lidas	43

Introdução

O presente relatório tem como ponto de partida uma experiência de estágio com a duração de três meses, realizada entre Setembro e Novembro de 2009, na redacção do Porto do jornal desportivo online Maisfutebol.

A experiência em questão permitiu realizar um conjunto de reflexões sobre várias questões relacionadas com o desenvolvimento do jornalismo na internet, em especial aquelas que se centram nos três grandes pilares diferenciadores do meio: hipertextualidade, interactividade e multimedialidade, com especial enfoque nesta última.

O trabalho encontra-se dividido em duas partes. Na primeira apresenta-se um relatório não só descritivo, mas também reflexivo sobre o estágio. A experiência surge como complemento às formações ministradas na primeira parte do mestrado em Informação e Jornalismo. Nela foi possível viver o dia-a-dia de uma redacção de um jornal online, lidando com os problemas dos profissionais da área e aprendendo conceitos e técnicas elementares para o desempenho da profissão de jornalista. O estágio permitiu-me testar os conhecimentos adquiridos nas formações teóricas e apurar o sentido crítico em relação ao modo de fazer jornalismo no meio em questão, sublinhando também a evolução que está a sofrer a profissão num meio tão heterogéneo como a internet.

A segunda parte do relatório assenta num dos pontos levantados durante a observação realizada: a importância dos elementos multimédia nas notícias online, para atrair a atenção dos leitores. Para além de uma reflexão histórica e teórica sobre a evolução do jornalismo online no mundo e em Portugal e as suas principais características definidoras, o estágio foi o ponto de partida para uma investigação sobre a importância dos elementos multimédia. Realizei uma análise de conteúdo das notícias mais lidas no Maisfutebol de modo a estudar as tendências dos leitores na hora de escolher o que ler na internet e, mais especificamente, naquele órgão de comunicação.

Essa investigação constitui a base das conclusões que serão retiradas posteriormente, sendo que, mesmo tratando-se de uma análise quantitativa, os dados qualitativos serão, também, tidos em consideração, de modo a reforçar as ilações tiradas, que, na prática, nascerão da junção das duas partes deste relatório.

O ESTÁGIO NO MAISFUTEBOL

1- O Maisfutebol

O Maisfutebol é um jornal desportivo cujo conteúdo apenas está disponível na internet, através do endereço www.maisfutebol.iol.pt.

Foi criado a 5 de Junho de 2000, tendo, portanto, completado neste ano de 2010 o seu décimo aniversário, numa altura em que é o jornal exclusivamente online mais visitado no país. A nível geral e tendo em conta os dados da Marktest para o mês de Setembro (anexo 2), o Maisfutebol é o terceiro jornal online português com mais páginas mostradas (47 640 577), superado por A Bola e Record e à frente do outro diário desportivo com edição em papel, O Jogo, e dos restantes jornais generalistas. A nível de visitantes, segundo o mesmo estudo, o Maisfutebol encontra-se com 5 935 801 milhões, atrás das edições online de A Bola, Record, Público e O Jogo, tendo uma média de páginas mostradas por visitante de 8,03.

Luís Sobral é o director do Maisfutebol, sendo Nuno Madureira o director adjunto. O Maisfutebol é propriedade da Media Capital Multimédia, ramal do grupo Media Capital, empresa com forte implantação nos média, detendo títulos na televisão (TVI e TVI24), rádio (Rádio Comercial, Cidade FM, Best Rock, entre outros) e online (Maisfutebol, Diário IOL, Autoportal, Agência Financeira, entre outros).

O projecto foi lançado numa altura em que a Mediacapital estava a apostar forte na vertente internet. Claramente um mercado em expansão em Portugal, com os primeiros jornais a mostrar o seu conteúdo na rede. O grupo não possuía nenhum jornal desportivo nem generalista. Em pouco tempo haveria de lançar os dois: Maisfutebol e Portugal Diário. O primeiro, foi fundado por cinco jornalistas que tinham saído de A Bola. Começaram com a ideia de fundar uma revista, acabaram por investir num meio onde, na altura, as promessas eram mais que as certezas. O projecto cresceu com o tempo e, actualmente, tem nos seus quatros 14 jornalistas, em duas redacções: Lisboa e Porto. Isto para além dos correspondentes e colaboradores ocasionais.

Curiosamente, e numa altura em que não existiam ferramentas como o «you tube», a primeira manchete do Maisfutebol foi uma entrevista a Rui Costa, na época jogador da

Fiorentina, em vídeo. Atendendo à largura de banda que os vídeos exigiam na altura, terão sido muito poucos a conseguir ver a entrevista. Imperava o texto. Curto e simples, como se quer no meio. A imagem, o som e o vídeo haveriam de chegar, em força, anos mais tarde.

O Maisfutebol assume a importância dada ao futebol nacional e internacional, mas não põe de lado a cobertura de outros eventos desportivos, facto que está consagrado no artigo 8 do Estatuto Editorial (anexo 1): «8. Maisfutebol dá especial destaque ao futebol nacional e internacional e aos grandes acontecimentos das restantes disciplinas desportivas.» (S/A, 2000)

O jornal não tem uma organização clara por secções. Ainda assim é possível agrupar, de forma genérica, as editorias do Maisfutebol em: «Liga», «F.C. Porto», «Benfica», «Sporting», «Mais Competições», «Internacional», «Made In», «Seleção», «Mais Desportos», «Cristiano Ronaldo», «José Mourinho», «Opinião» e «Jornal do Incrível».

Esta é, de resto, uma divisão que marca claramente a diferença para com os restantes jornais desportivos portugueses. Desde logo pela importância dada àqueles que a direcção do jornal considera os porta-estandartes do futebol português no estrangeiro: José Mourinho e Cristiano Ronaldo. Os dois possuem uma popularidade tal, que a direcção entendeu que se deveria facilitar o acesso às notícias relativas aos mesmos, através da criação de secções próprias. Caso contrário, entrariam na secção «Made In», que integra os artigos relativos aos jogadores e treinadores portugueses no estrangeiro. O motivo vem de encontro àquilo que as leis comerciais ditam nos jornais online: é necessário mostrar muitas páginas, haver muitos «clicks». Assim sendo, torna-se mais fácil ao leitor encontrar as notícias referentes a José Mourinho e Cristiano Ronaldo numa secção à parte do jornal do que entre várias outras, factor que poderia desmotivar. Parte-se, portanto, do princípio que o leitor, na internet, não tem tempo a perder e quer o caminho mais fácil para chegar ao seu objectivo. A infinidade de opções que o meio oferece leva a que jornais como o Maisfutebol tenham de potenciar ao máximo as visitas, facilitando o acesso à informação que pretendem. Nesse sentido foram criadas as duas secções referidas.

Outra das secções menos habituais em jornais que o Maisfutebol abarca é o «Jornal do Incrível». Esta destina-se à publicação de histórias curiosas, diferentes do habitual e que, normalmente, são muito lidas pelos visitantes do jornal.

É possível, ainda, neste jornal, acompanhar relatos escritos dos principais acontecimentos futebolísticos, onde o leitor pode deixar o seu comentário enquanto acompanha

o desenrolar dos eventos. O site possui, também, uma plataforma multimédia que dá destaque a vídeos e galerias de fotos.

2- O primeiro contacto

Provavelmente quem está do lado de lá e repete, ano após ano, a rotina de receber um novo estagiário e lhe dar as indicações sobre um mundo que lhe parece banal e repetitivo, não consegue ter a percepção da confusão mental que se passa na cabeça de quem é novo. Acredito que o processo seja semelhante para todos aqueles que, depois de anos a fio de livros na mão e com um curso acabadinho de tirar, entram no mundo profissionalizante com claras expectativas e, obviamente, desconfianças. Comigo, logicamente, foi assim.

Depois de alguma espera que chegou, admito, a incomodar, entrei no edifício da Media Capital, no Porto, para uma breve conversa a que, por algum motivo, chamam entrevista, com o jornalista Sérgio Pereira, do Maisfutebol.

O meu conhecimento sobre o local que, nos próximos três meses, iria ser o meu posto de trabalho limitava-se a questões editoriais, desconhecendo por completo a parte operacional do mesmo. O Maisfutebol é um jornal ainda com poucos anos de vida, em fase de crescimento e com uma redacção reduzida. No Porto, por exemplo, apenas trabalham três jornalistas, nenhum deles com cargo visível na estrutura do jornal. Por isso, a ideia de encontrar um mundo exclusivamente desportivo caiu aos primeiros passos dados naquele edifício. Afinal de contas vários outros projectos do grupo encontram casa naquele edifício da rua Tenente Valadim.

Mas, primeiro, a conversa. Simples e directa. Música para os meus ouvidos. O jornalista Sérgio Pereira explicou-me de forma rápida o funcionamento e as principais linhas editoriais do Maisfutebol. O que interessa e o que não interessa. Mediu a minha disponibilidade, que era total; perguntou pela minha experiência e expectativas, que era curta e imensa, respectivamente; e disse-me, no fundo, o que eu queria ouvir: «Aqui vais trabalhar.»

O Maisfutebol, devido à diminuta redacção, não está organizado por secções como o grosso dos jornais, daí que um jornalista da casa faça um pouco de tudo. Foi-me dito que era isso que me esperava. O futebol nacional estaria no topo das prioridades, mas o que se passa lá fora neste desporto não pode, «nem deve», ser descurado. A abertura a sugestões era total, pelo que esse campo apenas dependia de mim. «Aos poucos vais perceber o que é aquilo que chamamos a matéria Maisfutebol».

Para o final ficaram questões mais práticas, como o horário de trabalho, que seria rotativo, nunca excedendo as oito horas e podendo incluir fins-de-semana, e a possibilidade de utilizar o meu carro em serviços para o jornal. Tudo acertado e um primeiro olhar pela redacção.

Heterogénea, fiquei logo a perceber. Para além dos jornalistas do Maisfutebol, a sala acolhia as «redacções» do Autoportal e do site da TVI24 (quatro pessoas ao todo). E o primeiro contacto estava terminado. Estávamos a meio de Agosto e despedi-me até ao dia 1 de Setembro. Acabaria por voltar mais cedo.

3- O «pré-estágio»

Embora não tenha integrado directamente o meu estágio no Maisfutebol, considero importante detalhar esta experiência porque me ajudou a uma entrada mais suave no dia-a-dia da redacção.

O telefone tocou nas férias e, depois de poucos minutos de conversa, voltei com a novidade: «Domingo, já vou trabalhar para o Maisfutebol!». O jornalista Pedro Jorge da Cunha, outro dos funcionários da redacção do Porto, averiguou a minha disponibilidade para ajudar no decorrer de um jogo da 2ª jornada da Liga 2009/10, o Rio Ave-V. Setúbal. Para eles seria juntar o útil ao agradável: para além de desenrascar uma falha, poderia ficar a conhecer, desde logo, algumas rotinas base. Para mim, foi, como disse, uma ajuda preciosa para uma mais cómoda adaptação à redacção. Isto porque, na semana seguinte trabalhei num Leixões-Rio Ave com o jornalista Luís Pedro Ferreira. Resumindo, antes de começar já conhecia a redacção toda.

A acrescentar, vi pela primeira vez o meu nome no Maisfutebol, o que é sempre um motivo de orgulho, e ainda me puseram à prova em duas situações diferentes. No primeiro jogo cobri a conferência de imprensa dos treinadores; já no encontro da semana seguinte, fiquei encarregue de ir à chamada «zona mista» apanhar declarações de um jogador de cada equipa. Correu tudo bem e a primeira prova estava superada.

4- O trabalho a sério

Não posso negar que, mesmo já conhecendo ligeiramente os cantos à casa, o primeiro dia a sério dá sempre um friozinho na barriga. Fui pontual, como se impõe, e à minha espera estava

uma redacção vazia. Para além de não estar nenhum dos três jornalistas do Maisfutebol (mais tarde vim a saber que nenhum deles viria trabalhar naquele dia, entre férias e folgas), os restantes departamentos também estavam despidos. Aguardei junto da recepcionista a chegada da editora do IOL, Luísa Melo, que iria ser a minha cicerone. Não foi uma longa espera e, após algumas palavras de circunstância, sentei-me na minha secretária, onde já tinha um computador que me era destinado. A ordem era apenas uma: ligar o Messenger.

Neste ponto reside um dos aspectos que mais me surpreendeu no Maisfutebol. Como disse, a redacção estava vazia, mas o site não estava, longe disso, parado. Depois de me ligar no Messenger, o director adjunto Nuno Madureira, que já tinha adicionado o meu contacto, veio-me cumprimentar e pediu-me o número de telemóvel para uma introdução mais detalhada e precisa daquilo que me esperava.

A conversa ao telefone tirou-me algumas dúvidas. A rotina de redacção passa, essencialmente, pela procura incessante de notícias, não só nas agências, com a Lusa a assumir destaque, mas nos vários sites internacionais. A ordem era clara: «Vê coisas giras, sugere e depois de te dar o meu aval, escreve. E já sabes: nada de copy/paste». Percebi desde logo a importância do Messenger, uma vez que, a partir daí, o programa assumiu capital importância no meu trabalho.

Mas a importância das novas funcionalidades da internet não se fica por aqui no dia-a-dia do Maisfutebol. Com a constante pesquisa de notícias, torna-se fundamental dominar o funcionamento de um agregador de conteúdo e tê-lo, de preferência, bem recheado. Foi algo que me preocupei em fazer logo nos primeiros dias. Para além dos mais variados jornais internacionais, pequenos blogues podem ser pontos de partida para notícias fascinantes. A secção «Jornal do Incrível», por exemplo, foi alimentada por mim durante bastante tempo à custa de notícias encontradas em blogues nacionais e internacionais. Depois de registar a notícia que me interessava, bastava uma pesquisa breve com as palavras-chave da mesma para confirmar a sua validade, num órgão de informação credível. Portanto, o agregador de conteúdo, para além de me poupar imenso tempo de pesquisa, funcionou como óptima ferramenta para descobrir novas e interessantes notícias.

O Maisfutebol funciona num esquema de editores rotativos. Todos os dias há dois, um responsável pela abertura e outro pelo fecho. Ora, os editores podem ser o director adjunto, os subdirectores, mas também meros jornalistas a quem já era permitido desempenhar essa função. Na redacção do Porto, por exemplo, o Sérgio Pereira e o Pedro Jorge da Cunha eram

editores. Isto faz com que, muitas das vezes, as ordens cheguem de Lisboa, onde está o grosso dos editores, pois a redacção é maior. Daí a importância do Messenger, palco de luxo para a troca de informações. Quando percebi o esquema, o meu pensamento foi inteirinho para a importância da ferramenta que, até ali, apenas utilizava com efeitos de recriação.

A troca constante de editores é que levanta algumas questões que julgo serem interessantes. Em primeiro lugar, torna-se curioso o facto de o director adjunto, por exemplo, acabar por ser «subalterno» de um mero jornalista, se este estiver a editar. Na prática, quem está a editar «manda» no jornal, sendo responsável pelos conteúdos publicados e podendo, inclusive, não acolher ideias dos seus superiores hierárquicos. E a troca constante de editores também tem notória influência no produto final apresentado no jornal. Cada um deles tem o seu estilo e os seus conceitos em relação ao que é importante e ao que não é. Esta questão leva a um choque que, logo nos primeiros dias, me trouxe, porventura, o primeiro dissabor.

Portugal ia jogar com a Dinamarca, em Oslo, um encontro decisivo da fase de apuramento para o Mundial 2010. Os escandinavos lideravam o grupo de apuramento; tinham, inclusive, ganho em Portugal, e a selecção de Carlos Queiroz, dizia-se, não podia perder mais pontos. Daí que, nessa semana, a leitura de muitos jornais dinamarqueses em busca de novidades tenha sido uma constante. Numa dessas procuras, vi, com a preciosa ajuda do tradutor online, umas declarações do defesa central Simon Kjaer, que dizia que a melhor maneira de travar o Cristiano Ronaldo, seria com «umas pancadas» durante o jogo. Percebi que era algo com potencial e apresentei a ideia ao editor de serviço. Contudo, a proposta foi recusada, na altura, disseram-me, por desconfiarem do jornal onde estava publicado. Como não havia as mesmas declarações em mais nenhum local, acatei, logicamente, a decisão, entendendo os riscos. Contudo, findo o meu dia de trabalho, e passadas cerca de 4 horas dessa sugestão, já em casa vi que a notícia tinha entrado, citando o referido jornal dinamarquês. Percebi então o que se tinha passado. Os editores trocaram, o segundo não hesitou em colocar as declarações no Maisfutebol. Acabou por se tornar na peça mais lida do dia, os três diários desportivos em papel fizeram capa com o tema na manhã seguinte e ele levantou, inclusive, alguma poeira, com os jogadores portugueses a responderem às provocações. Portanto, as diferentes visões entre os editores foram o primeiro problema de que me apercebi ser merecedor de destaque na experiência de estágio.

Ainda antes de completar a minha primeira semana de trabalho tive a primeira saída sozinho, em trabalho. Com o campeonato nacional parado, as selecções nacionais disputavam encontros importantes no apuramento para as fases finais das grandes competições. Coube-me

acompanhar o último dia da selecção sub-21 antes do jogo com a Lituânia. Para além de uma rápida passagem pelo treino (onde constatei pela primeira vez que os famosos 15 minutos abertos à comunicação social servem para pouco mais de nada), tomei lugar na conferência de imprensa de Oceano Cruz, o seleccionador. Aconselharam-me de imediato a levar uma placa de internet móvel e escrever as notícias logo após a conversa com o treinador. Estamos, afinal, no mundo da internet e do imediato. Interessa dar a notícia, é verdade, mas é preciso que seja rápido. Quem não quer esperar pela edição de um jornal em papel ou pelo horário de determinado telejornal em televisão ou rádio, é à internet que vai buscar notícias. É o mundo do imediato e, portanto, quanto mais rápido, melhor. Lembrei-me, logo, das aulas de ciberjornalismo, quando falávamos dos factores que distinguem a forma de fazer jornalismo na internet. A procura pela informação instantânea era um deles e, com poucos dias de trabalho, já tinha uma experiência para dar como exemplo. Há coisas que não são por acaso.

5- A importância da multimedialidade

Os tempos que se seguiram foram de trabalho de redacção. Exclusivamente. Com os campeonatos parados e uma vez que os meios humanos do Maisfutebol não permitem o «luxo» que é ver quinze minutos de um treino, só saía da redacção em dias de conferência de imprensa ou quando um jogador do F.C. Porto dava aquilo a que o clube chama de «superflash» e que, em Espanha, é muito conhecido como «rueda de prensa». Isto é, um jogador a falar em ambiente informal perante jornalistas dos vários órgãos de comunicação. Seria uma experiência que iria viver mais para a frente. Antes disso, o trabalho de redacção.

A rotina diária ia tornando-se mais intrínseca com o passar do tempo e, aos poucos, escrever para o Maisfutebol era algo muito natural. Para além de todos os artigos de agências e jornais internacionais que diariamente produzia, comecei a desenvolver os meus. Artigos já assinados com o meu nome e que tinham sido sugeridos por mim, nalguns casos, ou pedidos pelos editores, noutros. Entre vários, conversei com o treinador João Alves, que deixou os escalões de formação do Benfica para assumir o comando do Servette, clube da 2ª Divisão suíça, mas um histórico do país; com um dos jogadores do Monsanto, clube da III Divisão que iria enfrentar o Benfica na Taça de Portugal; e ainda algo totalmente diferente. Um dos temas da moda era um bruxo que, em Espanha, alegava ter sido o responsável pela lesão de Cristiano Ronaldo, ameaçando, ainda, com o final de carreira para o jogador do Real Madrid. Lembrei-me

de vários casos semelhantes, quando o ocultismo e a bruxaria ganham destaque no futebol e sugeri um artigo que os resumisse. Proposta apresentada, proposta aceite. Fiz uma pesquisa, adicionei o que já conhecia e escrevi um artigo sobre a relação do futebol com crendices, superstições, mezinhas e mais matérias do oculto.

O passar do tempo também me ia sublinhando um aspecto: invariavelmente, entre as peças mais lidas do dia encontravam-se aquelas que tinham um vídeo associado. O Maisfutebol aposta forte nesta vertente. Um dos espaços da estrutura do site está especificamente destinado à publicação de vídeos. A fórmula é simples: um pequeno texto de dois parágrafos, um título apelativo, uma imagem tirada do vídeo para chamar o leitor e, logicamente, algo interessante para mostrar. Um grande golo, uma grande jogada, um «frango» monumental...algo diferente, portanto. A atenção a possíveis vídeos, portanto, deveria ter um peso semelhante à procura por notícias, já que muito raros são os vídeos que não se tornam numa das peças mais lidas do dia. Ora, num jornal online, ter os chamados «clicks» é o objectivo. Tudo o que possa chamar a atenção dos leitores era bem-vindo. Os vídeos são um exemplo, mas galerias de fotos, também. A multimedialidade, outro dos factores de individualização do ciberjornalismo, é uma realidade importantíssima nesta vertente.

Uma das primeiras vezes que sugeri um trabalho foi precisamente uma selecção de vídeos, algo que o Maisfutebol faz recorrentemente, sempre com sucesso. Na altura, o avançado do Manchester City, Adebayor, tinha-se destacado por celebrar um golo de forma intensa demais, frente à sua antiga equipa, o Arsenal. O festejo viria, inclusive, a resultar em castigo. Pensei que seria engraçado, e resultaria bem, uma selecção de vários festejos de golo que marcaram o futebol, por serem polémicos. Na altura era a Berta Rodrigues, sub-directora do Maisfutebol, que estava a editar e deu-me luz verde. Pouco depois o Sérgio Pereira chegou na redacção e interessou-se pelo tema. Acabámos por fazer o trabalho a meias. Reunimos vários vídeos, seleccionámos os melhores e os que tinham a melhor história por trás. Ou seja, não bastava que fosse um festejo criativo e engraçado. A ideia era que estivesse envolto em polémica. Completámos com um vídeo do futebol português para não descurar o que já houve por cá e colocámos como título: «Adebayor foi polémico? E então estes?». O resultado? Peça mais lida do dia.

Provavelmente, o ícone vídeo que foi colocado na peça faria o trabalho por si, mas será que, com outro título, a peça teria o mesmo número de «clicks»? A pergunta é pertinente e aparecia ao longo de praticamente todos os dias de trabalho. Aprendi com os jornalistas que comigo

trabalharam que temos de nos colocar sempre na óptica do leitor antes de escrever uma notícia. Perceber o que é a notícia, logicamente, mas, ao contrário de um jornal em papel, por exemplo, onde a escolha é finita, perceber que se, pelo título, o leitor não se interessar de imediato pela notícia, o mais provável é não abri-la. Portanto, habituei-me a imitar um costume da redacção: fazer pelo menos dois títulos e realizar uma mini-sondagem na redacção. «Entre estes dois títulos, em qual «clickavas» mais depressa?». A pergunta repete-se vezes sem conta, para que os resultados sejam mais satisfatórios.

6- O «click» da notícia

Com a chegada do mês de Outubro deu-se uma troca na redacção do Porto. O Luís Pedro Ferreira, que estava há alguns meses a trabalhar «emprestado» a Norte, regressou a Lisboa e conheci mais um jornalista do projecto, o Vítor Hugo Alvarenga, que fez o percurso inverso.

O primeiro trabalho que fiz com ele veio na sequência de uns tempos mais agitados em termos de trabalho de campo, por assim dizer. As saídas começaram a ser constantes e, com um Sp. Braga-F.C. Porto a caminho, coube-me praticamente a cobertura de toda a antevisão do encontro. Desde o «superflash» com o Bruno Alves à conferência de imprensa do Jesualdo Ferreira, passou tudo pelas minhas mãos. A finalizar, o jogo. Na companhia do Vítor Hugo Alvarenga, fiz a cobertura do encontro, que viria a terminar com uma vitória do Sp. Braga por 1-0. No final, fiz os destaques do encontro, que é um artigo típico do Maisfutebol para cada jogo, elegendo os jogadores que estiveram em maior evidência no jogo e descrevendo um pouco a sua actuação.

Um dos problemas na escrita de artigos sobre futebol, principalmente quando são reportagens em conferência de imprensa ou actos similares, é arranjar uma boa história. Tenho a noção que nos primeiros tempos nem sempre consegui contornar o problema de encontrar a informação certa por trás do discurso mecanizado, quase automático, que os protagonistas do futebol nacional usam na sua larga maioria. Houve várias vezes em que me aconselharam a escolher outro título, algo mais apelativo. Com o tempo, foi um problema que se esbateu, sobretudo com a habituação àquilo a que na redacção chamam o «estilo Maisfutebol».

Houve, no entanto, outras vezes em que saía da sala de conferência de imprensa, por exemplo, com a certeza daquilo que me interessava no discurso. O chamado «click» da notícia, quando ficava de imediato com a ideia do que seria um bom título para atrair a atenção dos

leitores. Aconteceu, por exemplo, numa conferência de imprensa no Estádio do Dragão. O F.C. Porto ia jogar com o Atlético de Madrid para a Liga dos Campeões e tive de fazer a conferência de imprensa do Abel Resino, treinador dos espanhóis, e de um dos jogadores que, como sempre acontece nestas lides, eu ainda não sabia quem era até chegar à sala de conferência. Acabou por ser um rosto bem conhecido: Simão Sabrosa, internacional português e antigo jogador do velho rival dos dragões, o Benfica. O discurso do jogador não foi diferente do estereótipo normal nos futebolistas durante grande parte da antevisão que fez do encontro. No entanto, motivado pelo sucesso interno e pela forma que a equipa do Benfica vinha apresentando em jogos recentes, questionaram Simão se achava que, no dia seguinte, ia enfrentar a melhor equipa portuguesa. Dessa vez, Simão respondeu sem rodeios: «Neste momento, acho que o Benfica está melhor que o F.C. Porto». Ouvi e redigi a frase de imediato no meu portátil, mesmo estando a gravar a conferência. Sabia que era aquilo que me interessava. Já tinha um título, já tinha uma boa história, tinha a certeza que só dependia de mim fazer uma boa notícia. No final da conferência, redigi a notícia e puxei a frase do Simão para o título. Deixei o Estádio do Dragão com a certeza que tinha feito um bom trabalho. E melhor fiquei quando cheguei à redacção e o Vítor Hugo Alvarenga e o Pedro Jorge da Cunha estavam a ler a minha notícia. Primeiramente chegaram, inclusive, a duvidar um pouco. «O Simão disse mesmo isto?», atirou o Vítor Hugo Alvarenga entre risos. Respondi com a óbvia verdade e expliquei o encadeamento da conversa. «Tens a noção que acabaste de fazer a peça mais lida do dia?», atirou. Respondi com um sorriso. Não tinha a noção, tinha a certeza. E confirmou-se, claro está.

O problema neste tema é que tenho a convicção de que o exemplo dado não passa de uma excepção à regra. O discurso automático dos protagonistas é a base e tudo o que vem a mais é lucro extra. Sendo que os artigos na internet devem ser, por regra, curtos e sucintos (no Maisfutebol não é possível ultrapassar os 4 mil caracteres), é importante uma correcta selecção daquilo que foi dito, escolhendo o essencial e apagando o acessório. Espremer o sumo de uma conferência, por assim dizer. Se, no final, houver uma boa frase para título, melhor ainda. Até porque é hábito do Maisfutebol usar, sempre que possível, discurso directo no título. O projecto clama querer dar voz aos verdadeiros protagonistas e esconder todos os outros. Títulos em discurso directo são uma das formas possíveis de o fazer, mesmo que em sentido figurado.

7- Problemas laterais

A experiência de estágio oferece resistências dos mais variados tipos. A entrada num mundo novo, com o conhecimento sobre o que vai aparecer a roçar o zero e com a curiosidade e ansiedade natural de quem quer mostrar serviço, traz, muitas vezes, problemas a que chamarei «laterais», por não se enquadrarem especificamente no âmbito das competências do estagiário.

No topo da minha reflexão surge os problemas no acesso às fontes. Apesar de não ter experiência de campo em outros «mundos», por assim dizer, parece-me que, neste aspecto, o «mundo do futebol» se assume, claramente, como um caso à parte. Antes de iniciar a experiência de estágio, já tinha conhecimento sobre diversas acções praticadas pelos clubes de futebol para controlar a informação que passa para a comunicação social. O «blackout» a um órgão de comunicação, algo que é expressamente proibido pelo Estatuto do Jornalista quando refere, nos pontos 1 e 2 do artigo 9, que «o jornalista tem acesso a todos os locais abertos ao público desde que para fins de cobertura informativa» ou a locais que «embora não acessíveis ao público, sejam abertos à generalidade da comunicação social» (S/A 1999), é prática constante. No passado, o F.C. Porto fê-lo com o canal de televisão SIC, ainda recentemente repetiu-o com o jornal A Bola. O Maisfutebol não foi excepção e foi impedido durante vários meses de aceder ao Estádio da Luz, com objectivo de cobertura jornalística. Apanhei, em estágio, a parte terminal desse período, quando os diferendos se começavam a esbater a ponto de deixarem de existir. Ainda assim, e mesmo estando na redacção do Porto, lidei ao de leve com esse problema, sobretudo com as dificuldades que o mesmo colocava na produção de notícias. Sem acesso aos locais onde as notícias nascem, torna-se impossível divulgá-las, obrigando ao desdobramento em contactos, à citação da «concorrência» e à perda inevitável de algumas notícias. Por exemplo, o Maisfutebol tem por hábito não dar notícias dos sites e canais de clubes, a não ser que sejam de importância extraordinária. O Benfica, desde a criação do seu canal de televisão, instalou uma política que acabou com as conferências de imprensa e o treinador da equipa fala directamente ao canal. O Maisfutebol, por norma, não dá espaço a essas declarações por entender que atentam contra a liberdade de imprensa, por não permitirem o contraditório. Portanto, essas são, à partida, notícias que o jornal perde, até porque a concorrência (falando dos três diários desportivos), não entra pelo mesmo caminho. Depois, há os casos em que é preciso citar a concorrência. Sem acesso ao Estádio da Luz, não há «zona mista» nem conferência de imprensa no final dos jogos. A solução, para dar aos leitores a

opinião dos protagonistas, passa por citar as habituais «flash-interviews» levadas a cabo pelos canais que transmitem os desafios. Esta é, aliás, prática comum do jornal, de modo a obedecer ao critério da «instantaneidade». Poucos minutos depois de o jogo terminar já é possível ler no Maisfutebol as opiniões de jogadores e treinadores. Um exercício que tive de efectuar várias vezes ao longo do estágio. No entanto, estes artigos são, por assim dizer, posteriormente «abafados» pelos seguintes, extraídos das conferências de imprensa e declarações na zona mista, recolhida pelos enviados ao estádio. Obviamente, quando não se tem acesso ao estádio é impossível fazer estes artigos.

Como expliquei no início, este é um problema que apenas vivi indirectamente. Estando na redacção do Porto, não vivi o «blackout» do Benfica mas tive de ajudar várias vezes a suprir as lacunas provocadas pelo mesmo. A referência neste espaço vem nesse sentido.

Contudo, não foram estes os únicos problemas no acesso às fontes. As entrevistas por telefone, prática habitual na redacção, acarretam também celeumas. Aconteceu-me com um antigo jogador do F.C. Porto, o Bruno Moraes. Este é um avançado brasileiro que, durante a passagem pelo clube da Invicta, foi castigado com várias lesões que o impediram de dar um contributo sequencial ao grupo. Como consequência acabou por entrar num período de empréstimos sucessivos. Ora, no início da temporada 2009/10, Bruno Moraes estava sem clube, a recuperar de mais um problema físico. Consegui falar com ele por telefone, para saber o que o futuro lhe reservava. Disse-me que o seu desejo era voltar ao F.C. Porto, mas sabia que ia ser complicado e, por isso, apesar de ter propostas de Portugal, ia pedir ao clube para ficar no Brasil, porque em Portugal era Inverno e ele preferia o sol, até porque seria melhor para curar a lesão. Fiz o artigo, ao qual dei o título: «Bruno Moraes: «Preferia o F.C. Porto ou então ficar cá no Brasil»». O editor de serviço colocou a peça em destaque com um antetítulo irónico: «Bruno Moraes ao sol». Achei algo pesado, mas era um problema que me ultrapassava.

Acontece que, passados três dias, é confirmado que o jogador vai ser emprestado ao Rio Ave. Aproveitando o facto de ter falado com ele dias antes, voltei a telefonar-lhe para conhecer as suas impressões deste novo capítulo. A resposta foi azeda. «Depois do tratamento que deram às minhas últimas palavras, decidi que não dou mais entrevistas por telefone», ouvi do outro lado da linha. Insisti nos limites da boa educação e, perante a intransigência, agradei o tempo dispensado. Perdi a notícia. Logicamente depois de explicar o que aconteceu aos superiores e até porque tinha a gravação da última conversa, feita com autorização, não houve qualquer problema. Afinal tinha-me limitado a escrever o que ele tinha dito.

Outro problema «lateral» que me aconteceu tem a ver com a relação das pessoas com os jornalistas. A figura do jornalista é muito mal vinda quando a missão do mesmo é reportar algo negativo para o resto do país. Em Guimarães senti isso na pele.

O V. Guimarães estava a ter um início de campeonato abaixo das expectativas. Com vários desaires acumulados, a posição do treinador Nelo Vingada estava em risco, dizia-se. Numa das manhãs, quando fazia o percurso de casa para a redacção, recebi uma chamada da editora dessa manhã, a Berta Rodrigues, a dizer-me para ir para Guimarães, que o Nelo Vingada não deveria aguentar mais uma manhã no clube. Dei meia-volta e segui para a «cidade berço». Quando cheguei, informei-me junto de outros jornalistas e de uma fonte do clube. O treino já não estava a ser orientado pelo Nelo Vingada, que tinha sido despedido. Mais tarde, o capitão de equipa, Flávio Meireles, ia falar aos jornalistas. Liguei para a redacção a dar a novidade que era, ainda, desconhecida. E informei que ia ficar mais um tempo para apanhar as declarações do jogador. Antes disso, depois de o treino, que era aberto ao público, ter terminado, fiquei, em conjunto com os restantes jornalistas, à porta da sala de imprensa, junto à rua, aguardando pelo início da conferência. As dezenas de adeptos do V. Guimarães que tinham assistido ao treino e se aperceberam, pelo aparato, da presença dos jornalistas, decidiram fazer-nos companhia. E, diga-se, não vieram para ajudar a passar o tempo. Formaram um bloco e multiplicaram-se em comentários negativos, alguns em tom de ameaçador, questionando a nossa presença no local. Uma situação que durou uns 15 minutos, antes de podermos entrar na sala de imprensa, mas que assumiu contornos muito desagradáveis, sobretudo porque qualquer tentativa de resposta e explicação era, de imediato, abafada.

As pressões nos jornalistas, seja por parte do público, seja por parte da fonte, são realidades usuais. O poder dos «media» é cada vez mais reconhecido por todos. A forma como a comunicação social é capaz de influenciar e orientar a opinião pública através da chamada teoria do «agenda-setting» é um facto que começa, cada vez mais, a ser explorado. Daí o nascimento de profissões ligadas à assessoria e comunicação. Nos clubes de futebol, entidade com a qual mais de perto lidei durante a experiência de estágio, a canalização da informação é a regra. Quanto mais importante for o clube, maior é a sua estrutura de comunicação e mais difícil se torna contactar directamente com as fontes e encontrar notícias. Hoje em dia, em Portugal, apenas dois ou três clubes da I Divisão permitem que os jornalistas abordem por telefone ou pessoalmente, sem a presença de um assessor, um jogador de futebol. A consciência é que esses clubes são a excepção e não a regra e há a certeza que é um cenário que, com a

adaptação dos ditos clubes mais pequenos a regras mais rígidas de comunicação, se vai alterar. Os clubes sabem que os meios de comunicação social são veículos importantíssimos de transmissão de mensagens e de consequente mobilização. Por isso, trabalham para só passar o que interessa. Retive, por exemplo, uma frase dita por um jornalista no final de uma conferência de imprensa do jogador do F.C. Porto Fernando, que todos tinham achado muito pobre. «Do lado de lá também se trabalha. A nossa tarefa é lutar contra isso», afirmou, na altura. Concordo em absoluto. Por muito que os departamentos de comunicação tentem controlar o acesso às fontes, pressionem no sentido de serem noticiados os assuntos mais convenientes, quando é possível chegar junto do protagonista, mesmo que este apareça com o discurso trabalhado, cabe ao jornalista fazer o possível por extrair a informação necessária. Por muito que se «trabalhe do lado de lá», tal facto não pode ser impeditivo de que um jornalista cumpra o seu trabalho e o tente fazer com o máximo rigor que sempre é exigido a quem tem a tal capacidade de «orientar» a opinião pública.

Para o fim, deixo o mais leve dos problemas «laterais»: a adaptação a uma nova realidade. Mesmo ignorando a normal habituação a um mundo novo, espelhada no início deste relatório, trabalhar numa cidade grande - no caso o Porto - é um obstáculo extra para quem não conhece e, como eu, teve de se orientar sozinho. No Maisfutebol muito raramente sai mais que um jornalista para cobrir determinado evento. A regra é um jornalista por evento, havendo apenas excepções para os jogos de futebol envolvendo as chamadas grandes equipas. Por isso, qualquer conferência, treino, acção, evento ou simples cobertura noticiosa, obrigava-se a uma deslocação na cidade do Porto e arredores, feita por minha conta e risco. Regra geral e devido a uma ferramenta bastante útil chamada GPS, não tive problemas. Aconteceu apenas uma vez e acabei por não conseguir fazer a cobertura desse evento. No final de uma tarde no início do mês de Novembro, o último do estágio, coube-me ir ao antigo Campo da Constituição, situado na rua homónima, porque dois jogadores do F.C. Porto iriam participar numa acção de confraternização com os jovens das escolas de formação do clube, falando depois aos jornalistas. Acabei por me perder e depois de algumas voltas sem saber bem onde a minha opção foi estacionar e ligar para a redacção a dar conta do sucedido. Acabei por chegar com mais de meia hora de atraso ao local. A acção já tinha terminado e nada me restou senão dar a má notícia para a redacção. Assumi a minha responsabilidade e todos perceberam que o facto de não conhecer o Porto tinha obstruído o meu trabalho.

8- A reportagem em vídeo

Já aqui debati a importância dos elementos multimédia no Maisfutebol e, obviamente, no jornalismo online. De facto, é ideia assente na redacção que as matérias com vídeos ou fotos associadas «vendem mais», que é como quem diz, conseguem mais «clicks», atraem uma maior atenção da parte dos leitores. Até aqui, em todos os artigos que tinha elaborado e incluíam um vídeo, este anexo nunca era da minha autoria. Eram sempre vídeos de outros, colocados no «Youtube», quase exclusivamente relacionados com momentos de um jogo de futebol.

Mas o Maisfutebol também faz as suas próprias reportagens em vídeo. E, sensivelmente a meio do meu último mês de estágio (Novembro), fui incumbido de fazer um desses trabalhos. Estava a decorrer no Pavilhão Rosa Mota, no Porto, uma exposição relacionada com o tema do futebol. Chama-se «Futebolshow» e, para além de expositores de vários clubes da I e II Divisão em Portugal, incluía diversas iniciativas relacionadas com este desporto, entre as quais um campo de futebol de praia que serviria para vários treinos da selecção nacional que estava a preparar o campeonato do mundo da modalidade, a decorrer, mais tarde, no Dubai.

A minha tarefa era simples. À partida, o tema não era visto como aliciante e interessante para o comum leitor. Um «lençol de texto» não era a melhor forma de o transformar em algo cativante. Por isso, levava comigo o jornalista Luís Viana Romero, responsável pelos aspectos multimédia da redacção do Porto, que me iria ajudar a fazer uma vídeo-reportagem.

Estava tudo nas minhas mãos: o ângulo a utilizar, a decisão sobre o que era importante e acessório na exposição, a escolha dos entrevistados, a definição do tipo de reportagem a fazer, entre todos os outros aspectos. Apenas não tinha de captar as imagens e de montar a peça, embora as minhas orientações fossem as que prevaleciam na hora de trabalhar ambos os campos.

À chegada, confesso, o aspecto era desolador. O relógio indicava pouco mais de 16h30 e o número de visitantes era incredivelmente baixo tendo em conta as expectativas que levava. Dei uma primeira volta pelos «stands» dos clubes, verificando que, dos clubes grandes, apenas o Benfica estava representado. Havia também uma banca do Sp. Braga que seria, provavelmente, a segunda mais procurada. Ao fundo, algumas brincadeiras como matraquilhos, jogos com bola e afins para os mais novos. Alguns miúdos ocupavam o espaço. No outro pavilhão, o tal campo artificial de futebol de praia, onde decorria uma aula com jovens. Mais tarde iria haver treino da selecção nacional da modalidade. Portanto foi aí que me sentei e dei conta do cenário desolador

que tinha à minha disposição. Troquei meia dúzia de palavras com o Luís Romero e comecei a traçar o projecto da peça, ainda que mentalmente. Primeiro conversei com um dos responsáveis da organização, que me informou que a pouca afluência se devia ao horário da visita: «Por volta das 18, 19 horas vem mais gente.» Recolhi algumas informações mais técnicas e aproximei-me da comitiva da selecção. Pedi para falar com o Madjer que é, provavelmente, a maior figura nacional da modalidade. Conversámos um pouco sobre o Mundial que aí vinha e, claro, sobre o «Futebolshow». A conversa repetiu-se com o Bilro, capitão de equipa. Tudo gravado e regressámos ao pavilhão principal, que permanecia quase deserto. O Luís Romero tentou disfarçar o aspecto desolador com alguns planos sobre os «stands» mais interessantes e outros incidindo nos poucos locais onde se notava alguma afluência.

Principalmente no público mais jovem, a presença de uma câmara e um jornalista de microfone na mão desperta a curiosidade natural. Esse facto molda-lhes o comportamento. Todos querem aparecer e é preciso ter cuidado para que, na peça, não transpareça a falta de naturalidade nalguns planos. Aproveitámos uma sessão de autógrafos de um jogador do Paços de Ferreira, o Jorginho, para apanhar mais uns segundos de imagem. Não havia muito mais por onde inventar, uma vez que não interessava fazer uma espécie de «vox-pop», algo que me recomendaram à partida para evitar.

A participação no «Futebolshow» acabou com a chegada de dois jogadores do Sp. Braga: o guarda-redes Eduardo e o médio Hugo Viana. Os dois estiveram, também, a dar autógrafos e, mais tarde, o Hugo Viana aceitou a uma ligeira conversa com os vários jornalistas que, alertados pela presença dos bracarenses, tinham chegado, entretanto, ao local.

Assim, quando cheguei à redacção sabia que a primeira missão era muito simples: fazer uma peça com as declarações do Hugo Viana e o vídeo a acompanhar. Missão elementar e cumprida rapidamente. Para depois ficaria a montagem da peça sobre a exposição.

Com o Luís Romero, escolhi os planos mais interessantes e fizemos um primeiro encadeamento. Esbocei depois um texto para o «off» e, com ajustes aqui e ali, a peça saiu ainda nesse dia, embora já passasse bastante tempo do meu horário de saída. Agora, certamente faria as coisas de forma diferente e, provavelmente, com melhores resultados. De facto, apesar de ter recebido elogios quanto à peça, foi um dos trabalhos de cujo resultado final menos gostei. Sabia que conseguia fazer melhor e penso que o desânimo provocado pelo aspecto desolador da exposição conseguiu abater-me em demasia. O Pedro Jorge da Cunha, quando conversei com ele já depois de a peça estar no ar e lhe disse que tinha ficado desapontado com o cenário que

encontrei, partilhou comigo uma frase que o director Luís Sobral lhe disse em tempos e que serve para caracterizar esta situação: «Um jornalista tem de ser o mesmo profissional se estiver a cobrir um jogo do Real Madrid ou do último classificado do campeonato». No fundo, as condições adversas ou a falta de motivação nunca podem ser desculpa para um mau trabalho de um jornalista. Nesse dia, aprendi essa lição. Mesmo tendo a consciência que o meu trabalho estava positivo. Só não estava tão positivo quanto eu gostaria...

9- Grande reportagem

Com o estágio a caminhar rapidamente para o final surgiu, provavelmente, o maior desafio que tive de enfrentar ao longo daqueles três meses. O Pedro Jorge da Cunha tinha lançado a ideia: fazer um trabalho, dividido por dias, sobre as piores selecções do mundo. Isto é, depois de observar o ranking da FIFA, notou que existiam cinco selecções que ocupavam «ex-aequo» o último lugar, com zero pontos. Ora, a ideia dele era apresentar ao mundo, diariamente, uma delas. Eram cinco; ficou, portanto, uma para o Pedro Jorge da Cunha, outras para o Sérgio Pereira, Vítor Hugo Alvarenga e Luís Pedro Ferreira. Faltava uma que me foi entregue a mim. Sabia que tinha ali uma oportunidade de mostrar que estava à altura, pois tudo naquela reportagem teria de ser coordenado e pensado por mim, desde os contactos às entrevistas, ao número e à própria temática das peças. Porque a ideia era apresentar não só o futebol como o próprio país, por serem lugares longínquos, desconhecidos do grande público.

A atribuição do país em questão foi feita com um sorteio simbólico na redacção. Tocou-me em sorte Montserrat, uma ilha das Caraíbas, famosa por uma erupção vulcânica que destruiu a capital há poucos anos. Com as pesquisas, percebi que se tratava de um paraíso em reconstrução. A erupção destruiu grande parte da ilha e o futebol era, naquele momento, algo pouco importante para um povo que procurava, sobretudo, reencontrar a alegria de viver. Tinha ali tema para uma peça: a história do vulcão que destruiu um país, agora, pouco preocupado com futebol. Acrescentei, em jeito de curiosidade, um pequeno manual de instruções para quem desejar chegar a Montserrat. Confesso que não foi fácil esta parte, sobretudo os preços das viagens, mas pareceu-me resultar em algo engraçado.

O contacto com os protagonistas foi o mais difícil. Via os restantes jornalistas encontrarem futebolistas dos países que procuravam até no «Facebook» e encetarem contactos por aí. Para mim foi tudo muito complicado. Os (poucos) jogadores que tinham tentado algum campeonato

européu estavam «perdidos». Nos clubes onde encontrava informações sobre eles, diziam-me que já lá não jogavam. Umhas vezes davam possíveis informações do paradeiro. Outras vezes nem isso. Meios de comunicação em Montserrat também não abundavam e, quando existiam, ou não tinham contacto telefónico ou não o atendiam. Acabei por, admito, ser feliz. Encontrei uma rádio local que possuía um endereço de e-mail para dúvidas. Contactei a pedir o número de alguém ligado ao futebol no país. Tive resposta. Deram-me o número de telefone do seleccionador, Cecil Lake, que era, também, nesta altura, o principal responsável pela recuperação da prática futebolística no país. Acabei por conseguir uma entrevista com ele, que me deu para duas peças. Faltava-me uma, para concluir a base de quatro artigos que tínhamos decidido serem os indicados para um trabalho deste tipo. Acabei por descobrir a interessante história de o país ter disputado, e perdido, um jogo que se destinava a encontrar a pior selecção do Mundo, realizado em 2002, no Reino do Butão, frente à equipa local. O jogo deu origem a um documentário e desdobrei-me em contactos para tentar chegar ao realizador da obra, um holandês. Acabei por não o conseguir fazer em tempo útil, até porque nunca tive tempo especificamente destinado a este projecto. Nem eu, nem ninguém. No Maisfutebol é assim, um pouco. Muitos projectos pessoais têm de ser realizados enquanto se faz a cobertura da actualidade. Aprendi a trabalhar também assim. A peça, essa, fez-se, não com a ajuda do tal realizador holandês mas, ainda, do seleccionador Cecil Lake, que me deu um discurso detalhado da experiência, que me ajudou a colorir a peça.

Acabei por concluir a reportagem com quatro peças, com vídeos e fotos enviadas e aconselhadas pelo Cecil Lake. Durante os três meses de estágio foi, sem dúvida, pelo tempo que necessitou para ser elaborada e pelo que exigiu de mim, o maior desafio, «jornalisticamente» falando, da experiência de estágio.

10- Ainda há finais felizes

Pessoalmente, este é o capítulo que me dá mais gozo escrever, até porque, pelo conhecimento empírico que tenho, entendo que não se repete em muitos relatórios. A duas semanas do final do estágio, recebi um telefonema do director adjunto Nuno Madureira a convidar-me a permanecer no projecto. A ideia, soube depois, já tinha sido discutida na redacção há mais de um mês, mas nunca me disseram nada, com o intuito de não prejudicar o meu

estágio e, ao mesmo tempo, de me avaliarem em condições normais, sem pressão extra. Felizmente as coisas correram bem.

Aceitei o convite e permaneci na redacção. Apenas caiu o epíteto de «estagiário», para passar a ser tratado por «jornalista». Em tudo o resto, nada mudou. A vontade de aprender, que entendo ser uma característica essencial num jornalista, mantém-se. Até pelo meio em que trabalho. A internet está em constante evolução, não há certezas absolutas e é muito difícil perceber para onde caminha o jornalismo num espaço tão amplo e heterogéneo. Daí que o que se seguiu ao estágio seja, apenas e só, uma mudança de nome. O período de aprendizagem, esse, acaba no momento em que se entrega a carteira de jornalista e se trata da papelada da reforma.

Síntese conclusiva do estágio no Maisfutebol

Depois da descrição específica e detalhada dos aspectos mais marcantes da experiência de estágio que vivi, de Setembro a Novembro de 2009, no Maisfutebol, considero importante sublinhar algumas das principais ideias e conclusões retiradas desta experiência rica e, quanto a mim, determinante da construção de uma carreira como jornalista.

Durante o tempo que durou o estágio, convivi de perto com a rotina de uma redacção de um jornal online como o Maisfutebol. Foi uma experiência enriquecedora e um óptimo ponto de partida para uma reflexão mais aprofundada sobre o jornalismo online, sobretudo sobre as questões que considero mais relevantes da vivência referida. A saber:

-A importância de uma ferramenta como o «Messenger» extravasou qualquer expectativa minha. No Maisfutebol é possível trabalhar sem a presença física de outros jornalistas na mesma sala. O trabalho de equipa, característica que considerava importante numa redacção, perde fôlego com a «redacção online», o que não quer dizer que não exista. Até porque, a ferramenta de conversação permite uma rápida e eficaz troca de ideias Porto-Lisboa. Portanto, se a comunicação se torna impessoal e o trabalho de equipa perde fulgor, também é verdade que o uso do «Messenger» permite esbater distâncias e ganhar tempo, num meio em que a «instantaneidade» da informação é regra.

-Relacionado com as redacções ligadas por «Messenger», surge a questão da rotatividade dos editores. Este assunto acarreta problemas do ponto de vista editorial. Tudo porque, logicamente, a edição de um jornal ainda é um acto humano. E, com a constante troca de edições, algumas entregues de sub-directores a meros jornalistas, há a inevitável diferenciação de opiniões. O que para uns é importante, para outros não. Isso também se reflectiu na minha experiência de estágio, como ficou vincado. Os últimos três aspectos importantes a reter da experiência são:

-A importância dos títulos no jornalismo online. Mais do que em qualquer jornal em papel, na internet é obrigatório conseguir, numa frase, atrair a atenção do leitor e levá-lo a ler a notícia. Neste campo, assumiu importância, durante o estágio, o trabalho de equipa, para que, entre todos, se possa encontrar o título mais apelativo.

-A relação ímpar do Maisfutebol com as declarações canalizadas pelos veículos oficiais dos clubes, como os sites e o canal. Cada vez é mais fácil aos clubes disponibilizarem os seus próprios veículos de comunicação e, como tal, optam por estes em detrimento do

confronto com os jornalistas, que se pode tornar incómodo. Nesse sentido, por regra, o Maisfutebol não dá espaço a essas declarações, a não ser que revistam extraordinária importância. Perdem-se inúmeras notícias, que a «concorrência» invariavelmente dá, mas reforça-se a luta contra os ataques à liberdade de imprensa. No entanto, atendendo ao isolamento do projecto, cada vez mais se antevê uma luta desigual com um final antecipado e nada favorável ao jornalismo.

-A figura do jornalista junto do público. Se, por um lado, pode provar os dissabores da ira popular quando é necessário reportar algo que afecte, também é certo que, noutras alturas, a figura do jornalista é encarada de um modo totalmente diferente. Uma câmara e um microfone captam a atenção do público de uma forma impressionante, como pode comprovar.

-Os elementos multimédia são um factor acrescido de captação da atenção dos leitores. Artigos que incluam vídeos ou fotos, normalmente, encontram-se entre as peças mais lidas do Maisfutebol, pelo que, entre os jornalistas do jornal, há a intenção de reforçar este vertente sempre que assim seja necessário.

Partindo destas reflexões retiradas da experiência de estágio e da observação realizada, será realizada uma investigação, assente em pressupostos teóricos, sobre a forma como o Maisfutebol potencia o factor multimédia nos seus artigos e sobre a importância dessas notícias no quadro de projecção do jornal junto dos leitores.

A MULTIMEDIALIDADE NO CIBERJORNALISMO

O aspecto da importância da multimedialidade no desenvolvimento do jornalismo online constituiu a base da investigação que decidi levar a cabo, no seguimento da experiência de estágio realizado no Maisfutebol. As noções empíricas de que os artigos do jornal com destaques multimédia se sobrepunham aos demais e a vontade de reflectir sobre o tema estiveram na base da investigação teórica e prática que se segue.

A mesma fará uma ligeira incursão histórica pela introdução do jornalismo num meio em constante desenvolvimento, como a internet, antes de se centrar nas características específicas do jornalismo na rede, que servirão de enquadramento teórico à investigação efectuada.

1- O jornalismo na internet

O surgimento da internet provocou uma autêntica bola de neve que foi crescendo à medida que o novo meio de comunicação se desenvolvia. Muito para além da ARPANET (que apareceu em 1969), desenvolvida no período da guerra-fria para ligar quatro universidades dos Estados Unidos, a internet actual permite um sem número de opções, às quais o jornalismo, aos poucos, se foi adaptando e potencializando em proveito próprio.

Tal como a própria internet, também o jornalismo na rede foi evoluindo até chegar ao que conhecemos hoje. Vários autores defendem, aliás, que as potencialidades utilizadas nos dias que correm são uma ínfima parte das reais possibilidades que um meio como a internet pode trazer para o jornalismo. Ainda assim, pode-se apontar o início da era do jornalismo online nos finais da década de 1970, através do banco de dados do «New York Times», o chamado «New York Times Information Bank». Este disponibilizava aos assinantes que já possuíam computador alguns artigos completos, mas, principalmente, resumos dos textos. Porém, o grande passo foi dado em 1981, no «Columbus Dispatch», que permitia aos leitores pagarem um determinado valor para aceder ao conteúdo do jornal da internet (Mattoso, 2003:19) Porém, a primeira edição integral de um jornal online data de 1992, pelo «The Chicago Tribune» (Armañanzas *et al*, 1996:97).

A partir deste ponto, pode-se dizer, começou a era da evolução do jornalismo online a um ritmo alucinante. No ano seguinte, o jornal «Mercury Center» oferecia na internet complementos ao papel e apostava, pela primeira vez, na reacção dos leitores àquilo que lhes era apresentado, a chamada interactividade. Ainda sem utilização das modernas caixas de comentários, o diálogo, por assim dizer, era feito através do e-mail.

Foi o princípio daquilo que hoje se conhece como jornalismo online, um processo que, pelo caminho, alterou processos e formas de trabalhar, mudou redacções e apresentou novos conteúdos e géneros jornalísticos. A ciber-reportagem nasce aqui, da mistura dos vários géneros que só a internet possibilita (texto, imagem, vídeo). Nasce também o hipertexto, a forma de escrever e ler na internet, possibilitando a «viagem» de link para link que se quer terminável apenas quando o leitor assim o desejar. O leitor conduz a própria leitura. Guilherme de Queirós Mattoso explica bem a questão da união de vários meios num só, algo que só a internet possibilita: «Somando as características da rádio, do jornal impresso e da televisão e transformando-os em recursos multimédia, o webjornalismo pode alcançar horizontes nunca antes vislumbrados pelos outros veículos de comunicação» (Mattoso, 2003:18).

Convém salientar, nesta altura, que as alterações que a internet introduziu no jornalismo não dizem apenas respeito ao género em si. A internet tornou-se ferramenta essencial no trabalho de um jornalista do século XXI. Uma fonte de informação célere e muito importante. A informação pode ser acedida de forma rápida e fácil, mas também, algo que raramente é utilizado pelos jornais online, mas que J. Paulo Serra (2003) recorda. Através dos “hiperlinks” é possível «permitir ao próprio receptor, o cidadão em geral, o acesso às (...) fontes em que se baseia, podendo o jornalismo ganhar, assim, uma credibilidade acrescida». Um aspecto que as leis do mercado inviabilizam. Teme-se que a introdução de um link para fora da página do jornal possa inviabilizar o regresso do leitor, diminuindo, assim, a audiência do mesmo.

A hipertextualidade é, apenas, uma das características da internet a serem exploradas mais pormenorizadamente de seguida. Também a interactividade e a multimedialidade, outros aspectos já aqui referenciados, serão estudados. Uma ligeira resenha sobre as particularidades do jornalismo online.

1.1 A hipertextualidade

Neste ponto, e já esclarecidos sobre o conceito de hipertexto, é necessário aprofundar a questão, começando por uma definição clara e globalmente aceite. Pierre Levy (1993:33) define hipertexto como:

«um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. (...) Navegar num hipertexto significa desenhar um percurso numa rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira.»

O hipertexto, de resto, pode ser classificado em três formatos diferentes, de acordo com a ideia levantada por Alexandre Primo e posteriormente citada por Maria Clara Aquino (Primo, *ci. in* Aquino, 2006: 7). Assim sendo:

a) Hipertexto potencial: aquele em que os links estão pré-determinados pelo programador da página. O leitor limita-se a seguir ou não as indicações dadas, mas não pode incluir novas associações. Este formato abarca a esmagadora maioria das páginas da internet, jornais incluídos.

b) Hipertexto colagem: permite mais actividade ao leitor, na medida em que oferece a possibilidade de o internauta criar associações que não estavam previstas pelo programador da página, sem que exista diálogo entre as duas partes. Um projecto como a «wikipedia» é um bom exemplo. No jornalismo, o mais próximo que existe deste tipo de hipertexto é a ferramenta «twingly», que permite a um leitor possuidor de um blogue registar-se e, se colocar um link para a página de um jornal, ver o gesto retribuído automaticamente na dita página.

c) Hipertexto cooperativo: é construído colectivamente, mediante o debate de ideias entre autor e usuário da página. As caixas de comentários podem ser espaços de excelência para a construção de hipertexto cooperativo, na medida em que permitem a todos indicar links aos demais visitantes. Aliás, ferramentas como o «Youtube» já permitem que se responda a uma publicação através de um espaço próprio.

O hipertexto trouxe uma nova forma de ler as notícias na internet. O leitor deixa de ser obrigado a ser submisso ao texto oferecido pelo jornalista. Pode encetar, por necessidade ou simples opção, uma reconstituição da investigação online levada a cabo pelo jornalista. Isto

obriga a que o profissional tenha redobrada atenção pois, a qualquer momento, pode ser desmentido, através de outra das particularidades da internet: a interactividade.

O hipertexto veio trazer, também, novas teorias relativamente à escrita jornalística. A pirâmide invertida, teoria que indica que as notícias devem ser dadas respondendo primeiramente às perguntas do «lead» (quem? O quê? Quando? Onde?) e de seguida às do corpo da notícia (como? Porquê), começa a ser questionada. Fará sentido segui-la na internet, onde, através dos links, se pode montar toda uma teia de respostas conforme o interesse do leitor? «Usar a técnica da pirâmide invertida na Web é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adopção de uma arquitectura aberta e de livre navegação» (Canavilhas, 2006: 7). A grande diferença está no espaço à disposição. Um jornal em papel tem espaço finito e obriga o jornalista a seleccionar com mais rigor a informação, privando o público do acessório em detrimento do essencial. Na internet isso não acontece. A infinidade permite ao autor oferecer muito mais e, como tal, desvirtuar a arquitectura da notícia:

«No webjornalismo, a quantidade (e variedade) de informação disponibilizada é a variável de referência, com a notícia a desenvolver-se de um nível com menos informação para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise» (Canavilhas, 2006, 13).

O autor propõe, assim, que as notícias na internet tenham como base uma pirâmide deitada, com quatro camadas. A primeira substitui o «Lead» e chama-se «unidade base», continuando a responder às perguntas básicas. A segunda câmara, o «nível de explicação», responde às perguntas que no papel cabem ao corpo da notícia. Se o utilizador se encontrar satisfeito com a informação obtida, pode parar por aqui. Se desejar continuar, deverá entrar no «nível de contextualização», caracterizado por um maior detalhe na apresentação da informação e preferencialmente com recurso a elementos multimédia (fotos, vídeo, infografia, som, etc.). Por fim, a última camada, o «nível de exploração», no qual o utilizador deve ser capaz de seguir links que levem directamente à fonte da notícia, caso seja possível, ou a arquivos mais detalhados sobre o tema (Canavilhas, 2006: 15).

1.2- A interactividade

«A máxima “nós escrevemos, vocês lêem” pertence ao passado» (Canavilhas, 2001). A afirmação deixa bem clara uma das grandes alterações introduzidas pela internet. O leitor vai

abandonando, pouco a pouco, o sujeito passivo que sempre representou. A característica da interactividade provém do hipertexto mas ultrapassa-o claramente. Afinal de contas, poderemos falar de interactividade num processo com um limitado número de ligações ou terá de existir algo para além disso?

As múltiplas opções facilitadas pela interactividade entre jornalista e leitor trazem uma faca de dois gumes para o tema. Vários autores e jornalistas defendem a exploração máxima desta vertente. Afinal de contas, permite saber a opinião do público e, a partir daí, moldar a forma de trabalhar. No entanto, o receio também existe, sobretudo pela crescente facilidade de acesso às fontes e divulgação de notícias. Através de ferramentas como os blogues, o «Twitter», o «Youtube», ou o «Facebook», o mero cidadão pode dar a conhecer ao mundo uma notícia primeiro que qualquer órgão de comunicação, e ainda complementar o texto com imagem e vídeo. A ideia de que o jornalismo do cidadão pode ultrapassar o jornalismo participativo e substituir o jornalismo tradicional, vai crescendo com o desenvolvimento de novas ferramentas cada vez mais abrangentes e eficazes no tratamento e divulgação de informação.

O tratamento dado pelos jornais a este aspecto tem vindo a sofrer alterações ao longo dos tempos. E nem sempre no sentido da evolução. As caixas de comentários permitem a todos, sem excepção, dar a sua opinião sobre uma notícia assim que esta seja publicada. No entanto, o que deveria ser a norma, vai sendo modificado conforme as opções editoriais dos jornais. A internet permite aos leitores o total anonimato. Mas muitos jornais bloqueiam os comentários anónimos, controlando e exigindo a identificação, ainda que possivelmente falsa, do leitor. Começa a surgir a figura do «leitor/autor/editor» que Alonso e Martinez (2003) resumem numa palavra: utilizador (Alonso e Martinez, cit em Amaral, 2005:139). Este é um ser pró-activo do qual depende a recepção da mensagem, pois a informação que busca destina-se, exclusivamente, a satisfazer os seus interesses, ao contrário dos meios tradicionais, onde era um sujeito passivo, dependendo do trabalho dos jornalistas. Na prática, deixa de existir uma relação simples e directa entre emissor e receptor. O utilizador não recebe apenas mensagens, também é capaz de as produzir (Amaral, 2005:139).

1.3- A multimedialidade

O terceiro elemento definidor do jornalismo na internet relaciona-se com a multiplicidade de suportes que o meio oferece. A tecnologia desenvolve-se a um ritmo alucinante e permite um sem número de novas opções. Actualmente, a internet consegue abranger todos os outros

suportes jornalísticos (imprensa, rádio e televisão). Uma única notícia pode acolher as três modalidades (escrita, auditivo e visual), de modo a satisfazer plenamente as necessidades dos leitores.

Salaverría define a multimedialidade como «a capacidade, outorgada pelo suporte digital, de combinar numa só mensagem pelo menos dois dos três seguintes elementos: texto, imagem e som» (Salaverría, cit. em Zamith, 2008:29). O ciberjornalismo exige ao jornalista dominar as mais variadas ferramentas, num conceito que Anabela Gradim apelida de «uma espécie de MacGyver». «Homem dos mil e um recursos, trabalha sozinho, equipado com uma câmara de vídeo digital, telefone satélite, laptop com software de edição de vídeo e HTML, e ligação sem fios à internet» (Gradim, 2002:1).

A narrativa multimédia, própria do jornalismo online, constituiu uma importante aliada do hipertexto, na medida em que possibilita a variedade de análises que este propicia. Aliás, a inclusão de elementos como a imagem, o vídeo ou o som, não deve apenas funcionar como explicação detalhada da mensagem escrita. Deve ser uma extensão, um complemento ao que foi escrito. A ideia geral sobre os elementos multimédia é de que valem quando acrescentam algo que o leitor desconhecia. A célebre frase «uma imagem vale mais do que mil palavras», renasce quando aplicada à linguagem jornalística na internet. O jornalista deve ser capaz de transmitir o essencial da notícia através do texto e deixar o resto para o leitor ver se, assim, o entender. Na prática, trata-se de uma junção de vários suportes em prol do mesmo: satisfazer as necessidades do leitor. E a referência à multimedialidade como auxílio do hipertexto, vem neste sentido. Na prática, trata-se de mais uma ferramenta que permite a construção da escrita jornalística na internet.

Na prática, os elementos multimédia não devem ser, apenas, atraentes à vista. Têm como missão facilitar o entendimento do leitor. Acrescentar detalhe ao que o texto não consegue dizer, numa lógica não linear e não sequencial.

1.4- O jornalismo online em Portugal

Em Portugal, o crescimento do jornalismo feito na internet dá-se, sobretudo, a partir do desenvolvimento da World Wide Web, de Tim Berners-Lee, no início da década de 90. Numa altura em que, no estrangeiro, a aposta na rede crescia a olhos vistos, os jornais portugueses foram obrigados a olhar para a internet sob o prisma do negócio. Seria impossível aos jornais não passarem a disponibilizar conteúdos na rede. Assim, em 1995 foram dados os primeiros

passos de um processo que se dividiu em três fases: implementação (1995-1998), expansão (1999-2000) e estagnação (2001/2007) (Bastos, 2009:2513).

O primeiro jornal a ter uma edição online actualizada diariamente foi o Jornal de Notícias, a 26 de Julho de 1995. Seguiu-se o Público, no mesmo ano, em Setembro, dando continuidade a uma posta que já vinha de trás, pois o jornal já ia disponibilizando no seu site alguns artigos que saíam no jornal impresso.

O processo foi-se alastrando um pouco por todas as áreas. A RTP, a primeira a registar o domínio do site, chega à internet, seguida da TVI. A TSF faz o mesmo pouco depois e o caminho parecia ser só um: a chegada do primeiro jornal exclusivamente online. Aconteceu em 1998, com o jornal Setúbal na Rede (Bastos, 2009:2516).

Em 1999, arranca a fase da expansão, ou do «boom» dos jornais online. O Público lança uma redacção renovada com um novo director, José Vítor Milheirós, e a aposta em conteúdos próprios, diferentes da edição em papel. Nasce títulos como o Euronotícias (semanário em papel e online) e jornais exclusivamente online como o Diário Digital e o Portugal Diário. Surge também o Maisfutebol, jornal online desportivo.

O início de 2001 trouxe os primeiros sinais de depressão. Vários despedimentos em alguns dos títulos que apostavam forte na internet. O Diário Digital, por exemplo, que se apresentou ao mundo com uma pujança impressionante, encabeçava a lista de projectos mal sucedidos. O processo de depressão arrastou-se durante um par de anos, com vários cortes em muitos títulos e o cancelamento de outros. Com a crescente implementação da internet em Portugal, conseguiu-se passar de depressão à estagnação. O número de leitores de notícias na internet não era suficiente para projectos avultados mas não deixava cair os que havia. Estudos realizados em 2006 davam conta de uma crescente perda dos jornais em papel, mas o número da queda não era proporcional à subida do número de leitores na internet.

1.5- A estratégia do Maisfutebol

O Maisfutebol surgiu em Junho de 2000, portanto, no período de expansão dos jornais na internet em Portugal. Passou pelo período de depressão e sobreviveu, afirmando-se, actualmente, como o terceiro jornal online desportivo mais lido, atrás das edições de A Bola e Record. Para perceber o ponto de vista da direcção do jornal no aproveitamento dos recursos da internet e a estratégia em relação à preferência dos leitores, levei a cabo uma entrevista com o

director Luís Sobral, que confirmou a importância da análise dos números alcançados na própria edição do Maisfutebol.

«Fazemos análise ao minuto, ao dia e de tendência (vários meses). Isto significa que muitas vezes partimos dos resultados ao minuto para afinar a edição, mas algumas vezes durante o ano paramos para perceber como estão as grandes tendências. Que temas são mais procurados, que secções têm menos visitas, etc, etc. Damos sempre muita atenção ao top das notícias mais vistas, que está sempre actualizado no site. É evidente que o critério editorial prevalece, mas temos sempre presente a ambição de fazer mais. Ter mais *page views*, ter mais visitas, ter mais visitantes únicos. Isso faz-se com uma combinação entre o que achamos que o leitor deve saber (ou, dito de outra forma, aquilo que um jornal tem de dar ao seu leitor) e aquilo que o leitor deseja, mesmo que não seja assim tão relevante do ponto de vista editorial. Um site como o Maisfutebol é um ponto de encontro. Os leitores chegam aqui para ser informados, mas também para trocar ideias e encontrar ângulos diferentes dos existentes em outros órgãos de informação», defende Luís Sobral.

O equilíbrio entre temas de que fala, admite poder levar a que a edição do Maisfutebol acabe por dar preferência a uma notícia menos relevante do ponto de vista editorial mas mais interessante e procurada pelos leitores. «No limite, se é mais *clickável* é porque interessa ao leitor», acrescenta.

A preocupação com as normas pelas quais se deve orientar o hipertexto também existe. A propagação de «links» para conteúdos com um maior aprofundamento do tema em questão é tentada e Luís Sobral sublinha que até já há no Maisfutebol «links» para fora do mesmo: «A ferramenta «*twingly*» é isso mesmo». Luís Sobral refere-se a uma ferramenta destinada a «bloggers» que desejem publicitar o seu espaço. Uma troca de «links», na prática, entre o blogue e um jornal online. O Maisfutebol adoptou-a.

A relação com os leitores é, também, cuidada, embora o jornal não autorize comentários anónimos, como lembra Luís Sobral: «Todos os comentários são vistos. Só aceitamos os comentários de leitores que se identificam (sim, o nome pode ser falso, mas é melhor que anónimo) e com email verosímil. Nesta frente estamos a pensar em evoluir para o comentador/leitor/autor. Ou seja, quem desejar passará a registar-se e a ter um espaço próprio». O Maisfutebol dá, ainda, destaque aos melhores comentários publicados no site. O espaço «VOX» destina-se a publicar, esporadicamente, bons comentários no espaço das notícias,

sempre identificados como tais e destacando o autor do mesmo e a notícia que deu origem àquele comentário.

O jornal está, ainda, ciente da importância dos elementos multimédia e parte das apostas futuras vão englobar esta vertente. Ainda assim, para o director do projecto, isso não significa que não haja espaço para a vertente mais tradicional. «Há espaço para tudo. Temos excelentes reacções a textos longos, mas também a fotos e vídeos. Há tempos um estudioso da internet concluía, com algum espanto, que as pessoas liam mesmo os textos! Eu sei que sim, sempre o soube, até pelo número de comentários irados que recebo de leitores», frisou.

1.6- O perfil do leitor de jornais online

A internet é um mundo com, cada vez mais, infinitas possibilidades. As fronteiras, ainda ténues, vão-se esbatendo a cada novo utensílio, a cada nova descoberta. E mais do que alterar o meio, é o próprio meio que consegue alterar o utilizador. Uma visão que é defendida por Anabela Gradim: “O que tem vindo a mudar é o público da nova geração (...), a forma como estes lêem nas redes, o tipo de produtos pelos quais têm apetência e a espécie de notícias que preferem consumir” (Gradim, 2002:10).

E mesmo que, actualmente, o aproveitamento dos recursos da internet seja baixo - segundo Fernando Zamith, ronda os 23% (Zamith, 2008: 103) – há, claramente, um novo paradigma a surgir. Segundo Anabela Gradim, os novos utilizadores dos jornais online “lêem menos notícias, sabem menos do que se passa no mundo à sua volta, e o seu interesse por tais temas não tenderá a desenvolver-se com o passar dos anos” (Gradim, 2002: 11) .

A autora acrescenta ainda outras características dos utilizadores dos novos meios de comunicação:

“São tecnologicamente fluentes, visualmente orientados, terem intervalos de atenção curtos, gostarem de navegar, de fazer outras coisas enquanto absorvem notícias, exigirem e apreciarem interactividade nos *media*, e procurarem activamente informação; acrescentando a isto que praticamente não lêem, preferindo o varrimento visual rápido (*scanning*) das páginas, pois estão aptos a processar simultaneamente múltiplas informações de origem diversa” (Gradim, 2002:11).

2- A importância do multimédia no Maisfutebol

A partir da experiência de estágio e tendo em conta as problemáticas que dele saíram, decidi estudar o tema da crescente importância dos elementos multimédia no jornalismo online e, especificamente, no jornal em questão. Ao longo do estágio fui-me apercebendo do número esmagador de leitores do jornal que optavam por peças com algo extra, como o vídeo ou fotos, em detrimento de peças unicamente de texto. A olho, notei que a lista dos artigos diários mais lidos englobava quase sempre peças com recurso ao multimédia e decidi escolher esse tema para o desenvolvimento desta investigação, de modo a confirmar a impressão empírica que tinha.

Assim sendo, formulei a seguinte questão de partida: **«Será que os elementos multimédia (vídeos, fotos e outros) são um elemento relevante de captação da atenção dos leitores do Maisfutebol?»**.

Paralelamente, a partir dos dados recolhidos será possível avaliar as preferências dos leitores em várias editorias e temáticas, bem como perceber se o aspecto da interactividade também é explorado pelo jornal e privilegiado pelo leitor.

De modo a responder à questão de partida, levantei cinco hipóteses que pretendo, mais tarde, testar com os resultados obtidos pela investigação efectuada. São elas:

- A peça mais lida do dia tem, na maioria das vezes, um elemento multimédia associado;
- O espaço do jornal «Vídeo», que engloba um vídeo da actualidade, é o espaço do jornal mais procurado
- Um terço das peças mais lidas possui um elemento multimédia anexado;
- A editoria mais procurada é a categoria «internacional», por incluir o grosso dos vídeos publicados;
- Exceptuando as peças multimédia, os leitores debruçam-se mais sobre a categoria Benfica.

2.1- Metodologia utilizada

Dadas as características especiais deste relatório – ligado essencialmente à experiência concreta de um estágio profissional numa redacção –, podemos considerar que as primeiras

reflexões decorrem de uma espécie de «observação participante», embora informal. Foi a partir dessas reflexões, já explicadas na primeira parte, que se extrapolou o tema para o aprofundamento, enquadrado teoricamente no início desta segunda parte.

Para a realização do estudo sobre o tema, decidi realizar uma análise de conteúdo, tendo como base na decisão o facto de permitir estudar o «não dito, o implícito» (Quivy, 1998: 230). Foram considerados 50 dias consecutivos do ano de 2010, entre 14 de Janeiro e 9 de Março¹. Nesse período foram recolhidas as dez notícias mais lidas do dia no Maisfutebol, bem como a sua localização no site, editoria, temática (só para a mais lida) e existência ou não de um elemento multimédia anexo. No total foram recolhidas 500 notícias, sendo que, no decorrer do estudo, serão analisadas em duas vertentes: uma, que contempla 50 notícias, precisamente aquelas que foram as peças mais lidas ao longo dos 50 dias; outra, que contempla toda a amostra, e que inclui, portanto, notícias que se encontravam nas 10 mais lidas do jornal, constituindo 500 notícias.

Deste modo, uma análise de conteúdo quantitativa é a metodologia mais adequada à investigação em questão, uma vez que se pretende avaliar, quantitativamente, as preferências dos leitores do Maisfutebol, no que às notícias mais lidas diz respeito. Até porque, lembrando as palavras de Quivy e Campenhoudt, a análise de conteúdo «permite, quando incide sobre um material rico e penetrante, satisfazer harmoniosamente as exigências do rigor metodológico e da profundidade inventiva, que nem sempre são facilmente conciliáveis» (Quivy, 1998: 227).

Como é recomendado neste tipo de análise, dados qualitativos foram previamente referidos, para reforçar as conclusões retiradas a partir da análise das grelhas efectuadas, que permitem, conforme é típico na metodologia adoptada, o cálculo das frequências relativas dos artigos mais lidos.

Pode-se definir a análise de conteúdo como «uma técnica de investigação para a descrição objectiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação» (Berelson, cit in Cunha, 1983: 247).

Os dados foram depois tratados e organizados para darem a correcta resposta às hipóteses e questão de partida levantadas. Antes de serem apresentados os resultados, convém destacar alguns dos conceitos essenciais para a correcta análise dos mesmos.

¹ Por motivos técnicos, falharam os dias 30 e 31 de Janeiro, 21 e 28 de Fevereiro e 1 de Março. Foram substituídos por mais cinco dias, alargando um prazo que seria até 4 de Março para dia 9.

2.2- Conceitos importantes

-Editoria: diz respeito ao enquadramento do artigo nas grandes temáticas em que se divide o Maisfutebol. Nesse sentido foram consideradas algumas das editorias utilizadas pelo jornal. Não foram escolhidas todas as existentes, porque poderiam alargar em demasia o estudo e, por conseguinte, desvirtuá-lo. Mas, em sentido inverso, todas as que foram adoptadas existem mesmo no Maisfutebol. Assim, foram consideradas as editorias:

- Benfica / F.C. Porto / Sporting (três editorias diferentes, uma para cada um dos denominados «grandes» do futebol português);
- Liga (engloba notícias dos restantes clubes da I Divisão portuguesa);
- Internacional (engloba notícias sobre outros campeonatos e outros países);
- Made In (engloba notícias internacionais, mas, especificamente de jogadores e treinadores portugueses noutros países);
- Cristiano Ronaldo (engloba as notícias que digam, especificamente, respeito a Cristiano Ronaldo);
- José Mourinho (engloba as notícias que digam, especificamente, respeito a José Mourinho);
- Selecção (engloba as notícias relacionadas com a selecção nacional de futebol);
- Mais Desportos (engloba as notícias nacionais e internacionais sobre outros desportos que não o futebol);
- Opinião (engloba todos os artigos de opinião, independentemente do tema);

-Localização no site: para além da divisão por editorias, achei que poderia retirar resultados proveitosos se analisasse os artigos quanto à sua localização no site do Maisfutebol. Na medida em que um jornal online possui um ritmo constante de troca de notícias entre as várias localizações, para ser mostrado dinamismo, foram consideradas as localizações das notícias à hora de levantamento dos dados, facto que decorreu, durante todos os dias da amostra, pelas 23 horas. Nesse sentido, foram consideradas as seguintes localizações: manchete, destaques, sub-destaques, títulos, sub-títulos, última hora, vídeos, jornal do incrível, opinião, frases, últimas (anexo 9).

- **Temática:** a acrescentar à editoria e à localização, a temática do artigo também pode variar. Uma notícia da editoria F.C. Porto, por exemplo, pode encaixar-se em várias temáticas, das quais foram consideradas as seguintes:

- Momentos de jogo (quando a notícia tem por base um facto em concreto ocorrido durante um jogo de futebol. Acontece quase sempre com os vídeos);
- Declarações dos protagonistas (quando a notícia tem por base declarações recolhidas em exclusivo, em conferência de imprensa ou citando outras fontes);
- Crónicas/Relatos de jogo (quando a notícia tem por base o relato detalhado de um jogo de futebol);
- Mercado (quando a notícia tem por base uma transferência ou possibilidade de transferência de um jogador)
- Perfil individual ou colectivo/Estatísticas (quando a notícia tem por base a descrição de um jogador ou equipa, a análise ao momento de forma de um jogador ou equipa ou dados estatísticos recolhidos anteriormente sobre um jogador ou equipa)
- Jogos ao vivo (quando a notícia tem por base o lançamento do habitual relato «ao minuto» que o Maisfutebol faz)
- Extra-futebol (quando a notícia tem por base algo que se passou fora do campo e não tem causa no futebol em si)

- **Presença de elemento multimédia:** o chamado «extra». Quando uma peça, para além do texto, engloba um elemento multimédia, podendo ser vídeos, fotos ou outros.

2.3 - Resultados recolhidos

2.3.1- Análise do artigo mais lido (amostra de 50 artigos)

A. Presença de elemento multimédia

Multimédia na peça mais lida:	
Com elemento multimédia	26
Sem elemento multimédia	24

Tabela 1- Presença de elemento multimédia

No que diz respeito à peça mais lida, pode-se notar que, embora não haja uma diferença substancial, mais de metade das peças possuíam um elemento multimédia anexo. Apesar de a

diferença ser residual, é notória a importância dos elementos como vídeos ou fotos na captação da atenção dos leitores. As temáticas mais fortes, que preenchem a ordem do dia em termos de notícias, raramente possuem elementos multimédia anexos. No Maisfutebol, o grosso das peças com elemento «extra» dizem respeito a pequenos apontamentos, algumas vezes não relacionados com o jogo em si e, em várias outras ocasiões, apenas com um acontecimento isolado, como um grande golo, um falhanço incrível, etc. A tabela abaixo, onde se vê a distribuição por temáticas, espelha isso mesmo.

B. Análise por temática

Por temática:		C/Multimédia
Momentos do jogo	17	17
Declarações de protagonistas	11	1
Extra-futebol	8	3
Perfil Individual ou Colectivo / Estatísticas	6	2
Relatos de Jogo/ Crónicas	5	3
Mercado	2	0
Jogos ao vivo	1	0

Tabela 2- Distribuição por temáticas

A tabela é elucidativa. A temática mais procurada pelos leitores são os «momentos de jogo» e, em todas as 17 peças que foram as mais lidas num determinado dia, existe um elemento multimédia em anexo, no caso, sempre um vídeo. Falar de um momento em concreto de um jogo de futebol só chama a atenção do leitor se ele puder ver a que se referem as palavras. Apesar de só por uma vez ter um elemento multimédia anexo, as «declarações de protagonistas» são o segundo tema mais procurado. Este dado indica que o leitor não busca na internet apenas os vídeos. Até porque a tabela mostra que os elementos multimédia perdem importância nas outras temáticas. Ou seja, é possível um artigo de outra temática ser o mais lido, mesmo que não possua um elemento multimédia anexo. Apenas com os «momentos de jogo» isto não acontece. Este facto explica também o equilíbrio denotado na tabela 1.

Destaque ainda para as temáticas «mercado» e «jogos ao vivo», que são as únicas que conseguem, digamos, vender-se por si próprias. Nunca tiveram um vídeo ou galeria de fotos associada e conseguiram, em três dias, ser as peças mais lidas do Maisfutebol.

C. Análise por Editoria

Por Editoria:		C/Multimédia
Internacional	24	19
F.C. Porto	12	2
Benfica	4	0
Made In	4	4
José Mourinho	2	0
Seleção	2	0
Sporting	1	0
Cristiano Ronaldo	1	1

Tabela 3- Distribuição por Editorias

A editoria que mais vezes teve a peça mais lida do dia foi a «Internacional». O facto é facilmente explicável, na medida em que esta editoria abrange grande parte das notícias com vídeo publicadas no jornal. Aliás, apenas cinco peças desta editoria conseguiram obter mais «clicks» ao longo de 24 horas sem o auxílio do multimédia. Este dado apenas é batido por duas editorias: «Made In» e «Cristiano Ronaldo». Nestas há um aproveitamento de 100 por cento, ou seja, todas as peças que foram a mais lida do dia possuem em anexo um elemento multimédia. No entanto, o peso terá de ser necessariamente diferente, uma vez que na editoria «Made In» apenas foram considerados 4 artigos e na editoria «Cristiano Ronaldo», só 1.

Esta análise provocou ainda uma surpresa no facto de a editoria F.C. Porto ser três vezes mais procurada que a editoria Benfica (12 peças contra 4 peças), quando o senso comum indica precisamente o contrário - algo, aliás, partilhado pelos jornalistas durante o estágio, na hora de decidir temas a cobrir e a dar destaque. O outro clube denominado «grande», o Sporting, apenas por uma vez teve a peça mais lida do dia. «Benfica», «José Mourinho», «Seleção» e «Sporting» foram as editorias que conseguiram ter a peça mais lida do dia sem recurso a elementos multimédia.

D. Análise por localização no site

Por localização no site:	
Vídeos	17
Destaques	16
Manchete	8
Incrível	5
Frases	2
Títulos	2
Sub-destaques	0
Sub-títulos	0
Opinião	0
Última hora	0
Últimas	0

Tabela 4- Distribuição por localização no site

O leitor «clicka» mais vezes nas notícias publicadas no espaço destinado aos vídeos, ainda que a diferença para o espaço dos destaques seja residual. É esta a grande conclusão a ser retirada da análise desta quarta tabela. Convém sublinhar que esta era a localização do artigo na hora (23 horas) em que foram recolhidos os dados, o que não quer dizer que tenha sido sempre assim ao longo do dia. Esse facto explica, por exemplo, o facto de o espaço da manchete apenas em 8 dias, numa amostra de 50, tenha conseguido chegar ao topo das peças mais lidas do dia.

O «Jornal do Incrível» conseguiu ter a peça mais lida em cinco ocasiões e as secções das «Frases» e dos «Títulos», em duas. «Sub-destaques», «Sub-títulos», «Opinião», «Última hora» e «Últimas» nunca tiveram a peça mais lida do dia ao longo dos 50 dias da amostra.

É curioso notar ainda, numa análise apenas possível com recurso à tabela detalhada que se encontra no anexo, que houve dois dias da amostra em que a manchete do Maisfutebol nem sequer esteve entre as dez peças mais lidas do dia. O facto pode ajudar a espelhar as diferenças de opinião entre jornalistas e leitores. Na internet, num meio onde o leitor apenas lê aquilo que deseja, ao contrário dos meios tradicionais, é possível que o assunto que, para um jornal, é o mais importante e chamativo do dia não tenha lugar numa lista de dez para os leitores desse mesmo órgão. As duas vezes em que isso aconteceu em 50 dias de amostra são um bom exemplo disso mesmo, até porque, fazendo a média dos 50 dias, a manchete acaba por ter um lugar médio de 4,5 no top das mais lidas, isto é, sensivelmente a meio da tabela.

2.3.2- Análise dos 10 artigos mais lidos (amostra de 500 artigos)

E. Presença de elemento multimédia

Multimédia nas 500 mais lidas	
Com elemento multimédia	158
Sem elemento multimédia	342

Tabela 5- Presença de elemento multimédia (500 mais lidas)

Na análise de 500 peças, aquelas que integraram a lista dos 10 artigos mais lidos ao longo dos 50 dias da amostra, os artigos com elemento multimédia deixam de estar em maioria. Acontece, sobretudo, porque esse tipo de artigos ainda são uma minoria no geral da informação dada pelo Maisfutebol. Ainda assim, a tabela 5 permite constatar que, sensivelmente, $\frac{1}{4}$ dos artigos mais lidos possuem um elemento multimédia anexo, o que, atendendo ao número total, acaba por ser revelador. Na prática, quase todos os artigos que possuem vídeos ou fotos anexas acabam por ir parar à lista das mais lidas. Os números retirados permitem estabelecer uma média de 3,16 artigos por dia a integrarem a lista das 10 peças mais lidas. Ao longo dos 50 dias da amostra, apenas por uma vez a lista das mais lidas não incluía nenhum artigo com elemento multimédia (ver anexo). Aconteceu, também, por uma vez que 7 dos 10 artigos mais lidos num dia tenham vídeo em anexo.

F. Análise por Editoria

Por Editorias:	
Internacional	167
F.C. Porto	92
Benfica	68
Sporting	40
Liga (Geral)	33
Made In	23
Seleccção	23
Mourinho	20
Mais desportos	16
Cristiano Ronaldo	12
Opinião	6
TOTAL	500

Tabela 6- Distribuição por Editoria das 500 mais lidas

A tabela 6 vem confirmar as indicações que a tabela 3 tinha dado, mas, agora numa amostra maior. A editoria mais procurada continua a ser a «internacional» onde, recorde-se, estão patentes grande parte das notícias com vídeo do Maisfutebol. Confirma-se, também, a tendência já demonstrada anteriormente para a editoria «F.C. Porto» ser mais procurada que a editoria «Benfica». A seguir vem a editoria «Sporting», mas, se o Maisfutebol não fizesse distinção de Cristiano Ronaldo e José Mourinho na editoria «Made In», esta acolheria as notícias dos dois protagonistas e passaria a incluir 55 peças, mais do que a editoria Sporting.

G. Análise por localização no site

Por localização no site	Existente	Máximo Possível	Aproveitamento
Destques	139	150	93%
Títulos	70	250	28%
Sub-destaques	67	150	45%
Vídeos	50	50	100%
Manchete	48	50	96%
Incrível	37	100	37%
Últimas ²	32	-	-
Última Hora	22	50	44%
Sub-títulos	14	250	6%
Opinião	10	350	3%
Frases	9	50	18%

Tabela 7- Distribuição por Editoria das 500 mais lidas

A tabela 7 ilustra a diferença entre o número de peças de determinada localização existente na amostra recolhida e o número máximo possível, de acordo com o site. Por exemplo, na localização «vídeos», só é possível estar um artigo por dia, o que faz um total máximo de 50 artigos (equivalente a 50 dias) na amostra. No caso, todos os 50 artigos integraram a lista das 10 mais lidas, o que torna esta secção aquela que tem a melhor percentagem de aproveitamento (100%). Segue-se a «manchete», onde apenas por duas vezes o artigo não integrou a lista das mais lidas, fazendo um aproveitamento de 96%. Nos destaques há um aproveitamento de 93%, uma vez que o Maisfutebol possui diariamente três espaços para destaque, que equivalem a 150 espaços ao longo dos dias da amostra. 139 peças acabaram por integrar as mais lidas.

No fundo da lista aparecem os artigos de opinião. O Maisfutebol tem 7 espaços (3 para crónicas, 4 para o «sobe e desce»), totalizando 350 artigos possíveis. Apenas 10 acabaram entre os artigos mais lidos, o que significa um aproveitamento que não ultrapassa os 3%. Este facto deve-se, sobretudo, à menor actualização destes espaços relativamente aos anteriores. Os artigos ficam em destaque durante vários dias e, como tal, o interesse do leitor não se renova. A secção «sub-títulos», que permite 250 artigos, também acaba por ter pouco relevo na introdução

² A editoria «Últimas» engloba todas as notícias que estão publicadas no site mas não têm um lugar específico. Como tal, não tem limite máximo, uma vez que o universo são todas as notícias publicadas.

de peças entre as mais lidas. Apenas 6% dos artigos publicados nesse espaço tornam-se uma das peças mais lidas do dia.

2.4- Discussão de resultados

Os dados recolhidos, atendendo ao tamanho da amostra não permitem que se façam grandes generalizações. Ainda assim, este estudo pode dar indicações preciosas no sentido da preferência dos leitores do Maisfutebol, sobretudo ao nível dos artigos com elementos multimédia, tema central desta tese.

Assim sendo, e tendo sempre em mente o sublinhado anterior, poderemos testar as hipóteses previamente levantadas:

a) A peça mais lida do dia tem, na maioria das vezes, um elemento multimédia associado;

A tabela 1 permite-nos responder a esta hipótese, que se confirma verdadeira, ainda que a diferença seja pouco significativa. Numa amostra de 50 artigos, 26 incluem elemento multimédia, sendo, portanto, a maioria, mesmo que muito ligeira.

Ainda assim, os números são esclarecedores porque, como já foi previamente frisado, os artigos que incluem vídeos ou fotos estão em clara minoria no total diário de artigos publicados.

b) O espaço do jornal «Vídeo», que engloba um vídeo da actualidade, é o espaço do jornal mais procurado;

Esta é uma nova hipótese confirmada, levando em conta os esclarecedores dados da tabela 7. A secção «vídeo» é a única que coloca, durante todos os dias da amostra, uma peça entre as dez mais lidas. Mesmo que acabe por não ser a peça mais lida do dia, o aproveitamento de 100% que esta secção apresenta (superior ao da «manchete», por exemplo), indica que os leitores têm sempre em consideração esta secção nas suas visitas ao Maisfutebol.

c) Um terço das peças mais lidas possui um elemento multimédia anexado;

Esta hipótese foi formulada com base, unicamente, numa impressão empírica e na consulta dos dados «a olho». Daí a opção pela expressão «um terço» e não «metade».

Conhecendo o número de artigos com vídeo ou fotos publicados pelo Maisfutebol, seria utópico pensar que estes poderiam aspirar a uma soma tão elevada como 250 peças ao longo de 50 dias. Assim, a tabela 5 diz-nos que, entre os 500 artigos analisados, 158 possuíam um elemento multimédia anexado. Não chega a ser um terço, mas a diferença é escassa, uma vez que um terço das peças seria 167, isto é, mais nove. Ainda assim, a hipótese não se confirma, com o devido sublinhado: a diferença é residual e está muito próximo de ser verdadeira.

d) A editoria mais procurada é a categoria «internacional», por incluir o grosso dos vídeos publicados;

Ao contrário da anterior, esta hipótese confirma-se claramente. A tabela 3 indica que 24 dos 50 artigos mais lidos pertencem à editoria «internacional», a que acresce o facto de, entre esses 24, 19 incluírem um elemento multimédia em anexo, quase sempre o vídeo. Prova-se a preferência dos leitores por esta editoria, facto reforçado com a tabela 6, que analisa os dados de entre as 10 peças mais lidas ao longo de 50 dias e na qual a categoria «internacional», volta a estar em destaque, com 167 peças, quase o dobro da segunda editoria mais vista, no caso, a «F.C. Porto».

e) Exceptuando as peças multimédia, os leitores debruçam-se mais sobre a categoria Benfica;

Afirmção falsa. Esta hipótese baseou-se também no sentido empírico e foi aqui colocada para perceber se os leitores buscam na internet o mesmo que procuram nos jornais em papel ou, pelo contrário, desejam algo diferente. É usual as redacções dos jornais em papel confirmarem a preferência dos leitores pelas matérias relativas ao Benfica, até pelo maior número de adeptos, mas, no período de recolha da amostra, foi a editoria F.C. Porto, a segunda mais procurada, quer no topo das mais lidas (tabela 3), quer entre as 10 mais lidas ao longo dos 50 dias (tabela 6).

Estas hipóteses, juntamente com as análises efectuadas às tabelas, permitem responder com maior exactidão à questão que deu origem a este relatório («**Será que os elementos multimédia (vídeos, fotos e outros) são um elemento relevante de captação da atenção dos leitores do Maisfutebol?**»). Na verdade, os dados são claros e, mesmo que uma das hipóteses directamente relacionada com a questão não se tenha confirmado, a veracidade de todas as outras, algumas com dados fortes, permite concluir que os elementos

multimédia têm um peso real no Maisfutebol. Os leitores do jornal dão preferência a peças com vídeo em detrimento da manchete, por exemplo, facto revelador da diferença de pensamento entre jornalista e leitor na hora de decidir o que é importante. Como só a internet permite ao leitor - agora, como vimos, chamado de utilizador - escolher o que ler/ver, é possível que espaços menos importantes de um jornal online, pelo menos na hierarquia normal, ultrapassem a manchete que será sempre o tema que a redacção considera mais importante no momento. Para o leitor, o cenário pode ser diferente. A beleza deste novo meio de comunicação, em constante desenvolvimento e aprendizagem, está também aí.

De resto, e ainda no campo das preferências dos leitores, esta investigação permitiu observar que o Maisfutebol está consciente daquilo que agrada ao leitor e não descarta, nas palavras do director Luís Sobral, dar preferência a esses assuntos em detrimento de outros, tradicionalmente mais importantes. A internet está, também na questão do agendamento, a mudar o jornalismo. Com a importância, até do ponto de vista comercial dos «clicks», o jornalista não se pode fechar na sua concha e dar ao leitor aquilo que entende ser o mais importante. O meio permite que a redacção leve um redondo «não». O jornalista tem de ser capaz de antecipar o pensamento do leitor, conhecer os seus gostos e, desse modo, potencializá-los em seu favor. Dar ao leitor aquilo de que o leitor gosta e não o que o jornalista considera mais importante.

Conclusão

A principal conclusão a retirar deste estudo prende-se com a prova de que os elementos multimédia captam mesmo a atenção leitor. Este, na internet, pode ler, como na imprensa, mas, se não viu, pode ver. Se não ouviu, pode ouvir. Será este o lema que as redacções dos jornais online têm de ter em consideração na hora de preparar uma matéria. Caso contrário, entre dois «clicks», há um leitor a fugir.

Ao longo da reflexão teórica sobre o tema, verificamos que os jornais online estão longe de utilizar todo o potencial que um meio como a internet tem capacidade de oferecer. Fernando Zamith calcula, como foi referido, que a utilização dos recursos que a internet oferece ainda se encontra num valor muito baixo (23%). Com o desenvolvimento tecnológico que se assiste nos dias que correm, este dado é elucidativo de uma coisa: muitos dos entraves ao desenvolvimento das potencialidades do jornalismo online são colocados pelo próprio jornal, quase sempre devido às implacáveis leis do mercado. Senão vejamos:

-O hipertexto revolucionou a forma clássica de fazer jornalismo e, sobretudo, de escrever a notícia. Vimos que surgiram teorias que abalam e contrariam a clássica teoria da «pirâmide invertida», característica do texto da imprensa escrita, que diz que as informações mais importantes devem ser as primeiras a aparecer, de modo a que, caso o leitor opte por não ler os últimos parágrafos do texto, se possa considerar minimamente informado. Na internet, o hipertexto e a propagação de «links» permite uma lógica de «pirâmide deitada» (Canavilhas, 2006), que oferece uma leitura por camadas de importância. Na teoria, o jornalista pode oferecer ao leitor uma «viagem» pelo conhecimento. Depois de apresentado o assunto em questão, pode encaminhar o seu leitor por um carrossel de informações, até que seja o próprio leitor a desejar parar por se sentir satisfeito. No limite, esta viagem levaria o leitor directamente à fonte do jornalista. Ora, os jornais online potenciam o hipertexto apenas interiormente. Ou seja, a colocação de «links» para fora do jornal é, em muitos casos, uma miragem, pois há o receio que o leitor, deixando o jornal, não volte e, assim, se percam «clicks». As leis do mercado, que obrigam o jornal a apresentar números que possam sustentar contratos de publicidade, por exemplo, obrigam a que o carrossel de informação que referi tenha destino traçado: começa e termina no próprio site. Sabemos que há excepções. Mas

sabemos, também, que ainda não passam disso. No caso concreto do Maisfutebol, exemplo estudado, apesar da utilização da ferramenta «twingly», de partilha e divulgação de blogues, onde o jornal apresenta um «link» para o exterior, o cuidado em fazê-lo é notório.

-A interactividade seria a grande promessa e um dos factores de atracção de público para a internet. O seu esplendor é atingido em ferramentas como «chats» e programas de conversação instantânea. Nos jornais online, o destaque ainda não é tão elevado. Já se torna muito complicado encontrar órgãos de comunicação na internet que não permitam ao leitor tecer comentários, mas, ainda assim, a regra é colocar restrições aos mesmos. A internet oferece ao leitor o sempre cómodo anonimato, mas, como foi frisado, no Maisfutebol é exigida a identificação do autor do comentário com primeiro e último nome e endereço de e-mail credível. Luís Sobral, director do projecto, confessou ter a noção que as informações apresentadas podem ser falsas, mas, usando as suas palavras, «é melhor que anónimo». O jornal pratica também a moderação de comentários, aspecto que considero relevante. Mesmo que, teoricamente, seja permitido ao leitor dizer tudo, as palavras publicadas no jornal são da inteira responsabilidade dos responsáveis do mesmo. Por isso, muitos órgãos optam por crivar os comentários e separar aqueles que consideram ser ofensivos ou conter linguagem não abonatória para com os princípios morais do jornal e, mesmo, da sociedade.

-Não é só na hipertextualidade e na interactividade que se verificam vários reticências à sua real implementação. O aspecto a multimedialidade, aquele que mais foi destacado neste relatório, também está ainda em fase de crescimento, longe de ser aproveitado ao máximo pelos jornais online. A falta de meios, humanos e materiais, relacionados com os sucessivos cortes nos apoios a projectos de jornalismo digital, é um dos factores que causam este subaproveitamento dos elementos multimédia. O texto continua a ter uma força tremenda, sobretudo porque é o método mais simples, rápido e barato de passar a informação para o leitor. Vimos, na análise dos artigos mais lidos do Maisfutebol, que a esmagadora maioria dos artigos é composta, apenas, por textos. Mesmo que se tenha provado que existe um forte factor atractivo para o leitor por parte dos elementos multimédia, os jornais online e, no caso, o Maisfutebol, de acordo com a

observação participante realizada no estágio, ainda caminham para um aproveitamento máximo desse elemento.

Em suma, vimos que o jornalismo online em Portugal e, no caso, o Maisfutebol, ainda não faz uma potencialização eficaz das múltiplas opções que um meio tão heterogéneo como a internet oferece. O estudo realizado permitiu concluir que os artigos com elementos multimédia captam, definitivamente, a atenção do leitor, mas a mesma investigação revelou que estes trabalhos ainda estão longe de se equiparar, em número, aos trabalhos meramente textuais, que exigem muito menos esforço e meios técnicos e humanos e dão resultados mais rápidos, mesmo lembrando a predilecção do leitor pelo multimédia.

Tal como a própria internet, o jornalismo que nela se faz está em constante evolução. O ritmo, esse, é que é bem mais lento, ditado pelas contingências de um mercado que não deixa espaço para ganhos futuros. Procura-se o lucro imediato, o simples e eficaz. As conjunturas económicas podem não chegar para matar o jornalismo num meio tão complexo e, ainda, em fase de implementação social. Mas têm capacidade para o ferir e privá-lo de uma evolução consistente e condigna com o potencial tecnológico de um meio que encurta distâncias, implementa conceitos e muda comportamentos.

Bibliografia

- Amaral, I. (2005) *A interactividade na esfera do ciberjornalismo*
[<http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-ines-interactividade-esfera-ciberjornalismo.pdf> ,
acedido em 07/10/10]
- Aquino, M. (2006) *Um resgate histórico do hipertexto: o desvio da escrita
hipertextual provocado pelo advento da Web e o retorno aos preceitos iniciais através de
novos suportes* [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aquino-maria-clara-resgate-historico-hipertexto.pdf>,
acedido em 07/10/2010]
- Armañanzas, E.; Noci, J. & Meso, K. (1996) *El periodismo electrónico. Información
y servicios multimédia en la era del ciberespacio*, Barcelona: Ariel Comunicación
- Barbosa, E. (S/D) *Interactividade: A grande promessa do jornalismo online*
[<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>,
acedido em 28-01-10]
- Bastos, H. (2005) *Ciberjornalismo e narrativa hipermédia*
[http://prisma.cetac.up.pt/artigos/ciberjornalismo_e_narrativa_hipermedia.php,
acedido em 03-02-10]
- Bastos, H. (2009) *Da implementação à estagnação: os primeiros doze anos de
ciberjornalismo em Portugal*
[http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/253/230,
acedido em 28-01-10]
- Canavilhas, J. (2001) *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*
[http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html,
acedido em 04-02-10]

- Canavilhas, J. (2006) *Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada*
[<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>,
acedido em 05/10/10]
- Cunha, M. (1983) *Análise de conteúdo, uma técnica de pesquisa*
[<http://www.tempusactas.unb.br/index.php/RBB/article/viewFile/413/409>, acedido
em 23-10-10]
- Franco, G. (2009) *Como escrever para a Web*
[http://knightcenter.utexas.edu/como_web_pt-br.pdf, acedido em 28-01-10]
- Gradim, A. (2002) *Os géneros e a convergência: O jornalista multimédia do século XXI*
[<http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf>,
acedido em 03-02-10]
- Lévy, P. (1994) *As Tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era
informática*, Lisboa: Instituto Piaget
- Mattoso, G. (2003) *Internet, Jornalismo e Weblogs: uma nova alternativa de
informação* [http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=772, acedido em 07-03-
10]
- Palacios, M. & Noci, J. (2008) *Ciberperiodismo: Métodos de
Investigación – Una aproximación multidisciplinar em perspectiva
comparada* [[http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-
%20content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/ciberperiodi
smo.pdf](http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-%20content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf), acedido em 03-02-10]
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1998) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*,
Lisboa: Edições Gradiva.

- Serra, J. (2003), *A transmissão da informação e os novos mediadores* in “Informação e Comunicação Online”, vol. I, Covilhã: Universidade da Beira Interior
- Zamith, F. (2005) *Pirâmide Invertida na Cibernotícia: a Resistência de uma Técnica Centenária*
[http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/piramide_invertida_na_cibernoticia.pdf, acedido em 01-02-10]
- Zamith, F. (2006) *O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses*
[http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n4_junho_de_2007/o_subaproveitamento_das_potenc.html, acedido em 28-01-10]
- Zamith, F. (2008) *Ciberjornalismo – As potencialidades da internet nos sites noticiosos portugueses*, Porto: Edições Afrontamento
- (S/A) (1999) *Estatuto do jornalista*
[<http://www.ccpj.pt/legisdata/LgLei1de99de13deJaneiro.htm>, acedido em 09-10-10]
- (S/A) (2000) *Estatuto editorial do Maisfutebol*
[http://www.maisfutebol.iol.pt/noticia.html?id=1081245&div_id=1679, acedido em 01-02-10]

ANEXOS

1- Estatuto editorial do Maisfutebol

Estatuto editorial

www.maisfutebol.iol.pt

Por [Redacção](#)

PUB [Reduz:](#)

6 votos 

 [1 comentários](#)

 Gosto

Maisfutebol é um jornal desportivo português acessível na World Wide Web através do endereço www.maisfutebol.iol.pt.

1. Maisfutebol é um órgão de informação independente, escrito e produzido por jornalistas.
2. Maisfutebol edita informação credível, rigorosa e actual.
3. Maisfutebol rejeita o sensacionalismo e pretende ser um órgão de referência no jornalismo desportivo português.
4. Maisfutebol respeita os direitos e deveres consagrados da Constituição portuguesa, na Lei de Imprensa e no Código Deontológico dos Jornalistas.
5. Maisfutebol distingue entre géneros informativos, opinativos e interpretativos.
6. Maisfutebol reserva-se o direito de relacionar, interpretar e emitir opinião sobre quaisquer factos.
7. Maisfutebol é pluralista, trata por igual clubes, jogadores, treinadores, dirigentes e demais agentes do desporto.
8. Maisfutebol dá especial destaque ao futebol nacional e internacional e aos grandes acontecimentos das restantes disciplinas desportivas.
9. Maisfutebol privilegia a interactividade e ambiciona ser um ponto de encontro entre adeptos do desporto, em Portugal e no Mundo.
10. Maisfutebol é propriedade da Media Capital Multimedia, empresa do grupo Media Capital.

2- Ranking Netscope (Markttest) de Setembro 2010

Ranking de tráfego de entidades Web Setembro de 2010				Medição <i>site-centric</i> padronizada de tráfego de sites			
Entidades	Visitas	Ord	Gráfico	Pageviews	Ord2	Gráfico2	PV/Visita
Web auditadas							
Sapo	33 046 420	1		80 223 859	2		2,43
Homepage							
A Bola	21 040 594	2		109 066 085	1		5,18
Record	15 395 870	3		71 402 093	4		4,64
Sapo Blogs	11 242 922	4		28 190 244	8		2,51
Sapo Mail **	7 778 050	5		73 161 583	3		9,41
Público	6 920 335	6		27 784 951	9		4,01
O Jogo	6 108 238	7		19 460 581	16		3,19
Mais Futebol	5 935 801	8		47 640 577	5		8,03
Correio da Manhã	5 611 432	9		45 836 038	6		8,17
IOL	4 754 461	10		15 124 057	24		3,18
Homepage							
Jornal de Notícias	4 621 543	11		16 122 734	20		3,49
TVI	3 711 210	12		17 356 721	18		4,68
Sapo Notícias	3 612 950	13		26 471 152	10		7,33
Expresso *	3 589 577	14		20 782 603	13		5,79
Diário de Notícias	3 414 624	15		10 024 622	34		2,94
Sapo Desporto	3 403 627	16		15 710 805	22		4,62
RTP	3 385 848	17		12 280 202	28		3,63
Diário Económico	3 221 902	18		10 794 376	32		3,35
SIC online	3 197 582	19		15 313 102	23		4,79
Sapo Vídeo	3 047 376	20		13 381 630	27		4,39
Clix	2 822 598	21		10 275 790	33		3,64
Homepage							
Jornal de Negócios	2 618 756	22		19 850 976	14		7,58
TMN	2 169 699	23		14 051 103	26		6,48
Sapo Jogos	1 830 394	24		16 047 883	21		8,77
Sol	1 695 104	25		4 917 601	40		2,90
Auto Hoje	1 594 312	26		5 400 909	38		3,39
iOnline	1 581 648	27		4 580 976	41		2,90
Sapo Tecnologia	1 564 981	28		4 016 930	46		2,57
Sapo Tempo	1 558 667	29		4 495 581	43		2,88
Sapo Astrologia	1 401 961	30		11 390 060	30		8,12
Diário Digital	1 295 138	31		3 999 202	47		3,09
TSF	1 280 033	32		3 609 560	50		2,82
RFM	1 098 984	33		20 935 620	12		19,05
Blitz	1 095 431	34		4 480 278	44		4,09
Caras	1 091 644	35		25 419 419	11		23,29
Sapo Fama	991 669	36		28 518 014	7		28,76
Casa Sapo	948 783	37		19 585 629	15		20,64
Auto Sapo	818 565	38		11 047 373	31		13,50
Visão	806 819	39		3 681 097	49		4,56
Lux	800 810	40		16 185 163	19		20,21
Sapo Fotos	767 333	41		18 737 994	17		24,42
Míau	727 395	42		11 473 799	29		15,77
Sapo Cinema	693 764	43		4 532 036	42		6,53
Rádio Renascença	682 908	44		5 255 088	39		7,70

3- Estratégia da Dinamarca: «Dar algumas pancadas a Ronaldo...»

2009-09-03 15:41h

10  da secção "Geral"

Estratégia da Dinamarca: «Dar algumas pancadas a Ronaldo...»

Simon Kjaer, central do Palermo, explica como travar Portugal

Por [Redacção](#) com EH

PUB Seguro, Seguro é Poupar com a N Seguros!

26 votos   [30 comentários](#)  Gosto

Cristiano Ronaldo é o jogador mais temido pela selecção da Dinamarca. O avançado português vai ser alvo de marcação especial e... pesada.

De acordo com Simon Kjaer, central do Palermo, a estratégia para travar o melhor do mundo passa pelas faltas. «Temos de o irritar desde o início, dar-lhe algumas pancadas e derrubá-lo algumas vezes, mas sem receber cartão amarelo», adiantou o dinamarquês, citado pela Agência Lusa.

E já não é a primeira vez que são feitas ameaças destas ao jogador português. Esta é a segunda vez que alguém promete ter as pernas de Ronaldo como alvo principal do jogo... Em 2007 foi Stijn Stijnen a fazer graves ameaças, mas as coisas acabaram por não acontecer como o guarda-redes da Bélgica previa.

«Dois minutos depois de iniciado o jogo já lhe teremos dado tanta pancada que terá de deixar o campo em maca. Que precisamos mais de fazer? Portugal tem muita qualidade e por isso temos de fazer as coisas à nossa maneira. Se tentarmos jogar como eles perderemos seguramente», disse Stijnen antes do Portugal-Bélgica de qualificação para o Euro 2008.



Centro Comercial Online

Mais de 15.000 produtos disponíveis Os melhores preços. Entregas 24h
www.lojaviva.com.pt

Stock Trading

20 € de bónus, rápido registo sem depósito necessário!
www.plus500.com

Anúncios 

 Eu quero um DESTES.COM

4- Entrevista a João Alves, treinador do Servette (Suíça)

2009-10-07 17:44h

João Alves: dos juniores do Benfica ao Servette «para subir»

Treinador português já orientou o primeiro treino na Suíça

Por [Redacção](#) com João Tiago Figueiredo

Enquanto jogador ficou conhecido como o «luvas pretas», mas, agora, para João Alves as luvas não bastam. É preciso vestir o fato-macaco e trabalhar muito para ter sucesso no novo projecto. O antigo jogador do Benfica é o novo treinador do Servette, histórico clube suíço que atravessa uma fase de menor fulgor e está na II Divisão.

João Alves já trabalhou com os novos jogadores e tem pela frente uma missão bem definida: «A direcção pediu-me concretamente que suba a equipa à I Divisão. A situação é complicada mas não é uma distância enorme, tudo é possível».

O Servette é, neste momento, 13º classificado a 14 pontos do primeiro lugar. Nada que assuste o treinador português. «Matematicamente é possível e vamos tentar. Se isso for possível este ano é ouro sobre azul, mas se não der é chegar ao final da temporada e ver o que é preciso fazer e com quem, para que se faça uma equipa que possa conseguir subir, que é o que me pedem», explica, ao **Maisfutebol**.

Com apenas um treino efectuado ainda não é possível tirar grandes ilações sobre o plantel, mas há uma ideia base: «É um clube que tem boas condições de trabalho e vi ali gente com valor e com vontade de alterar a situação actual».

«Estou no clube suíço que tem mais títulos, é um histórico do país e isso foi aquilo que me fez aceitar este desafio. Já se sabe que a responsabilidade é grande, mas vamos trabalhar no sentido de triunfar, para que as coisas corram bem. Só há duas hipóteses, ou corre mal ou corre bem. Eu quero é que corra bem» afirmou o técnico.

Esta é a segunda vez que João Alves treina no estrangeiro, depois da experiência no Salamanca na temporada de 1996/97. Na altura teve à sua disposição jogadores portugueses bem conhecidos, como Pauleta, César Brito ou Paulo Torres, para além de outros nomes como Ivkovic, ex-guarda-redes do Sporting, Michel Salgado ou Catanha. Actualmente não tem estrelas de renome mas irá contar com um português. O avançado Tozé Marreco está a cumprir a primeira época ao serviço do Servette, depois de passagens por Académica ou Alavés.

«Em Portugal está tudo doido»

A última experiência de João Alves como treinador terminou na temporada passada, altura em que deixou o comando dos juniores do Benfica. Agora tenta a sorte no estrangeiro, quando, em Portugal, os números das chicotadas psicológicas voltam a sobrepor-se ao resto da Europa.

«Está tudo doido, é o único comentário que se pode fazer. A época portuguesa ainda vai no início, os presidentes quando contratam os treinadores têm de saber se estão a tomar a medida certa, a escolher a pessoa certa. O que demonstram agora é que não sabem o que fizeram

quando os foram buscar. Porque depois é preciso ter coragem para aguentar com as pressões e defender o projecto que pensaram para o clube», lembrou João Alves.

5- Artigo sobre as superstições no futebol

2009-10-05 15:34h

Futebol é bola, espectáculo e... superstições?

Um olhar pelo lado místico do desporto rei

Por [Redacção](#) com João Tiago Figueiredo

Há coincidências e coincidências. Cristiano Ronaldo lesionou-se pouco tempo depois de um bruxo ter garantido que iam surgir problemas para o português. Os mais crentes e supersticiosos cedo se apressaram a lembrar a promessa do feiticeiro, ou não tivesse sido o mesmo que previu um período conturbado para o Real Madrid, um pouco antes da saída de Ronaldo, o «fenómeno». Coincidência, certo?

E não é preciso atravessar a fronteira para encontrar histórias mirabolantes, onde o misticismo se funde com o espectáculo do desporto rei. Quem, por cá, está atento a este mundo já ouviu falar de homens como o Mestre Alves, o «Bruxo de Fafe» ou relatos de galinhas pretas nos estádios. Dá resultado? Digamos que depende dos casos. Até porque pode tudo ser coincidência.

Mas quem assiste a uma partida de futebol, vê que esses rituais não vêm sempre de fora. O futebol é um mundo de credices e superstições. Desde o benzer a entrar no campo, o entrar com o pé direito, o ser o último a entrar, o último a equipar e todo um leque de maneirismos que, com a repetição, ganham forma de superstição. E não convém quebrar a rotina. Dá azar.

Os amuletos

Quem nunca viu José Mourinho beijar as fotos dos filhos quando se senta no banco de suplentes? Se não viram, podem, no entanto, lembrar o altar da Senhora do Caravaggio que Luiz Felipe Scolari popularizou ou ficar a saber que Canizares tem uma toalha da sorte. O guardião espanhol ficou sem o amuleto, que usava para limpar as mãos antes de cada jogo, nos minutos que antecederam um jogo com o Málaga. Acabou por correr bem, pelo menos pela metade. Se é verdade que o Valência não marcou, Canizares também não sofreu qualquer golo e o jogo terminou empatado.

Os gestos

Neste capítulo há os simples, os emblemáticos e os estranhos. Raros são os jogadores que não se benzem, mas não é habitual ver um jogador urinar no campo imediatamente antes de se preparar para defender um penalty. O argentino Sergio Goycochea admitiu fazê-lo. E depois há gestos que ficam para a história. Uma inspiração. Como Ricardo sem luvas a defender um penalty, algo impensável antes do Euro 2004. Outra imagem famosa é o beijo de Laurent Blanc na careca de Barthez, antes de cada jogo da França no Mundial por si organizado. Blanc, castigado, não jogou a final, mas foi ao balneário para não quebrar a rotina. A França foi campeã do mundo.

Os equipamentos

Mudar um equipamento para não dar azar. Impensável? O Brasil fê-lo. Nos primórdios, a selecção brasileira não era conhecida pela «canarina», pois jogava de branco. Em 1950, perante um Maracanã a abarrotar, o Brasil, super-favorito, perdeu a final do Campeonato do Mundo para o Uruguai. A primeira medida foi mudar a cor do equipamento. Oito anos depois, na Suécia, a equipa de Pelé ia enfrentar a formação local e os dois jogavam de amarelo. O sorteio ditou que o Brasil teria de encontrar novo equipamento. Depressa o fantasma do jogo do Maracanã começou a ganhar corpo. O Brasil jogou de azul e foi campeão do mundo.

As músicas

A selecção holandesa espantou o mundo no Mundial de 74. Antes de cada jogo, Cruyff e companhia ouviam sempre a mesma cassette, dos The Cats, banda pop do seu país. Antes da final, a cassette desapareceu e os jogadores ouviram «Sorrow» de David Bowie. A Holanda esteve irreconhecível e perdeu a final para a Alemanha.

Tudo isto são coincidências? Os espanhóis dizem que não acreditam em bruxas, «mas que as há, há». E o leitor, que pensa disto tudo? E que outras histórias de crendices e superstições tem para contar?

6- Destaques do Sp. Braga-F.C. Porto, 1-0

2009-09-19 23:18h

Sp. Braga-F.C. Porto, 1-0 (destaques)

Onde andava este Alan quando passou pelo F.C. Porto?

Por [Redacção](#) com João Tiago Figueiredo

Alan

Está tão diferente do Alan que foi dispensado pelo F.C. Porto. Deixou cair o rótulo de extremo inconsequente e trapalhão e transformou-se num jogador meticoloso, o principal desequilibrador do ataque bracarense esta noite. E não foi só pelo golo monumental que apontou. O brasileiro rasgou a defesa portista em várias ocasiões em que ficou a reclamar o acompanhamento devido dos colegas do ataque.

Apetece dizer que, a jogar assim, Alan teria lugar no plantel azul e branco.

Mossoró

Um dos melhores na noite de Braga. Irrequieto, teve pormenores individuais que deixaram os adversários com a cabeça em água. Sobretudo na primeira parte, assumiu sem medo as transições para o ataque do Sp. Braga. Saiu esgotado, já depois de ter apresentado alguns problemas físicos.

Vandinho

A classe do costume à frente da defesa arsenalista. Não só recuperou várias bolas, fazendo uso da sua boa constituição física, como lançou o ataque, fazendo-o como poucos. Ainda apareceu a finalizar, perto da meia hora, com a bola a não passar longe do poste. Encheu o campo.

Eduardo

Exibição segura do internacional português. Nos descontos negou por duas vezes a Fárias, aquele que seria o tento da igualdade.

Varela

Na primeira parte foi, de longe, o dragão mais perigoso. Voltou a estar inspirado, num início de temporada que promete. Numa das suas entradas pela direita quase obrigou João Pereira a fazer auto-golo, naquela que foi a melhor oportunidade do F.C. Porto no jogo. Na segunda metade baixou de rendimento. O último passe foi o seu maior pecado.

Hulk

Começou bem, com uma arrancada pela direita que obrigou Eduardo a mostrar serviço, mas foi caindo de produção. Na segunda parte tentou resolver o jogo sozinho, mas a defesa contrária nunca o permitiu. Viu um cartão amarelo por simulação e voltou a cair na área, algum tempo depois, levando o público afecto ao rival a pedir a expulsão. Um aspecto que já trouxe dissabores no passado e que Hulk teima em não rever, apesar de parecer mais calmo nos diálogos com a equipa de arbitragem.

Guarin

Apareceu em campo confiante, fruto da exibição bem conseguida no jogo da Liga dos

Campeões. Teve uma arrancada em força pela direita que por pouco não deu em golo. Mas o bom futebol do colombiano terminou aí. Depois voltou ao estilo trapalhão e não conseguiu ser o elo de ligação com o ataque que o F.C. Porto precisava no jogo. Com a saída de Raul Meireles recuou um pouco no terreno e voltou a subir ligeiramente de rendimento.

Domingos Paciência

É certo que o plantel do Sp. Braga, de alguns anos a esta parte, tem mantido uma qualidade acima da média que permite que o clube vá conseguindo, ano após ano, ombrear com os grandes do futebol nacional. Mas o treinador Domingos Paciência merece uma palavra de apreço pelo excelente início de temporada. Cinco jogos, cinco vitórias, com o destaque a crescer quando entre os adversários estão nomes como F.C. Porto e Sporting.

7- Conferência de imprensa de Simão

2009-09-30 00:32h



10  da secção "Geral"

Simão: «Benfica está mais forte que o F.C. Porto»

Atlético não quer «vingança», apenas ganhar

Por [Redacção](#) com João Tiago Figueiredo

PUB Reduza os consumos do seu Seguro com a N Seguros.

0 votos  [0 comentários](#)  Gosto **324**

O Atlético de Madrid vive momentos complicados no campeonato espanhol, onde ainda não venceu. Mesmo na Liga dos Campeões o empate caseiro com o Apoel de Nicósia veio complicar as contas, mas, para Simão Sabrosa, o jogo desta quarta-feira (19h45) não vai, ainda, decidir nada: «Este jogo não é decisivo, mas temos consciência que uma derrota nos coloca numa situação desfavorável. Mas ainda temos muitos jogos pela frente, que vão surgir em fases diferentes da temporada. Mas o mais importante é ganhar amanhã. Queremos sair do campo com um grande sorriso na cara».

Na época passada, o F.C. Porto eliminou o Atlético de Madrid nos oitavos de final da Liga dos Campeões, mas a ideia de vingar o resultado não consome o ânimo dos *colchoneros*.

«São dois jogos diferentes. O ano passado o F.C. Porto tinha vantagem, mas este ano as duas equipas partem do zero e querem ganhar. Não temos estado bem nos últimos jogos, mas queremos ganhar. O F.C. Porto está bem preparado e vai-nos dificultar ao máximo. Não vimos para este jogo com sentimento de vingança mas sim com vontade de ganhar. O que importa é, no final do jogo, ter mais um golo marcado que o F.C. Porto», garantiu o internacional português.



Centro Comercial Online

Mais de 15.000 produtos disponíveis Os melhores preços. Entregas 24h www.lojaviva.com.pt

Crédito Online Rápido

Todas as opções num só sítio. Simulação imediata. Veja já. portal-financeiro.com

Anúncios 



8- Reportagem sobre futebol em Montserrat

2009-11-18 10:15h

Montserrat jogou uma final, «A Outra Final»

Que ninguém lhes diga que são a «pior selecção do mundo»

Por Redacção com João Tiago Figueiredo

Duas vitórias. É este o sumo da prestação da selecção de Montserrat nas provas internacionais. Curiosamente, foram as duas na mesma semana, no glorioso ano de 1995. Pela primeira e única vez, esta selecção conseguiu ultrapassar uma eliminatória de uma prova oficial, a Taça das Caraíbas. No caso, a vítima foi Anguilla, derrotada em casa por 1-0 e fora por 3-2. A partir daí, o vazio, com 16 derrotas consecutivas, uma marca ainda em vigor e passível de ser aumentada.

Na conversa com o **MaisFutebol**, o seleccionador de Montserrat não deu muita importância às vitórias em campo. Houve outras mais importantes: «Tivemos vários momentos históricos. Quando nos tornamos membros da FIFA em 1996, quando jogámos o primeiro jogo de qualificação para um Mundial e quando o Wayne Dyer marcou em Trindade o nosso primeiro golo num apuramento para um Mundial». Cecil Lake fala do confronto frente à República Dominicana, no arranque da qualificação para o Mundial da Coreia do Sul e Japão, o primeiro em que Montserrat tentou participar.

Aquando do torneio alemão, em 2006, o país voltou a mobilizar-se para apoiar a equipa. O estádio Blakes, único na ilha, não estava ainda acabado e Montserrat jogou os dois jogos fora de portas, na Bermuda. 13-0 e 7-0 foram os números da eliminatória. A caminhada para África do Sul foi ainda mais curta. Um só jogo, perdido com o Suriname por 7-1, afastou Montserrat da prova.

«Nós não somos a pior selecção do mundo»

Não se podia falar de Montserrat sem abordar o mais mediático dos jogos que esta selecção disputou. Em 2002, o realizador holandês Johan Kramer resolveu criar os «Razzies» do futebol. No dia em que Alemanha e Brasil disputavam o ceptro mundial, Kramer conseguiu reunir em campo Butão e Montserrat, os dois últimos colocados do ranking da FIFA. O jogo ficou conhecido como «A outra final» e Montserrat perdeu 4-0.

Na baliza estava Cecil Lake, que desvaloriza de imediato o resultado: «Nós não somos a pior selecção do mundo. Jogar «A outra final» deu-nos visibilidade. De repente toda a gente falava de nós, ficámos quase famosos». Aliás, para o agora treinador o resultado é enganador. «Fomos prejudicados, porque como o Butão estava à nossa frente no ranking jogou em casa. Demorámos seis dias a chegar lá, com escalas em Antigua, Amesterdão, Banguecoque e Calcutá. Quando chegámos ao Butão ainda fizemos mais quilómetros até ao local do jogo. Depois alguns jogadores não se deram bem com a altitude [n.d.a. Timfu, local do jogo, fica a 2500 metros de altura] e convém não esquecer que o nosso treinador se tinha despedido dias

antes da viagem. Mas todos gostámos da experiência, importante é participar», lembra Cecil Lake.

E para simbolizar o espírito que rodeou todo o jogo, no final a taça foi literalmente dividida a meio.

É à luz de lembranças gloriosas como esta que Montserrat quer reerguer o seu futebol. «O futuro só pode ser risonho. Temos de ter esperança e fixarmo-nos naquilo que acreditamos. Lembrar todas as coisas positivas e caminhar, passo a passo, para sermos capazes de ter uma equipa de topo que consiga passar a primeira fase de qualificação para o Mundial e, a partir daí, sonhar. Isto vai requerer muito dinheiro que, nesta altura, não temos. E depois, claro, requer tempo, interesse e dedicação», lembra Cecil Lake.

2009-11-18 10:25h

10  da secção "Outros países"

Montserrat: futebol é caso de polícia

Estrelas estão no futebol inglês

Por [Redacção](#) com João Tiago Figueiredo

PUB Barclaycard, com linha de crédito at  6.000€

0 votos



 0 comentários

 Gosto **324**

Em Montserrat ninguém vive do futebol. As preocupações são outras. Ainda que, nas palavras do seleccionador Cecil Lake, «o interesse esteja a crescer», ainda não dá para se viver da bola em Montserrat.

Na ilha, enquanto houve campeonato, andou tudo na linha. Isto porque, longe de ser crime, em Montserrat futebol é caso de polícia. Nada de grave, bem pelo contrário. Quer isto dizer que a polícia local, a «Royal Montserrat Police» é tetracampeã, num campeonato que apenas teve cinco edições.

Suspensa desde 2004, quando foi ganha pelo Ideal FC, a liga de futebol possuía apenas cinco equipas. Para além dos últimos campeões e da equipa da polícia, participavam na prova uma equipa da escola secundária local, uma equipa dos vulcanólogos e outra de adventistas do sétimo dia.

O regresso do campeonato está para breve, como contou Cecil Lake ao **MaisFutebol**: «Estamos a unir esforços para trazer de volta a nossa Liga local. Tenho feito alguns contactos para que se formem equipas. Acredito que dentro de um ou dois anos voltaremos a ter o nosso campeonato em força».



Promoção Zon

Pacote Fithd Tv+net+phone €41,33
Taxa de activação Grátis. Adira já!
www.zon.pt

Como ganhar dinheiro

Quem sabe de desporto, ganha!
Oferta de 20€ sem risco!
www.betclie.com

Anúncios 



2009-11-18 09:57h

Montserrat: a «esmeralda das Caraíbas» que não fintou um vulcão

Nenhuma goleada causou tanto estrago como o «Soufrière Hills»

Por Redacção com João Tiago Figueiredo

Recomeçar tudo do zero não é simples. Ser obrigado a fazê-lo complica ainda mais. Em Montserrat houve um ponto de restauro, um obrigatório virar de página, pelas regras ditadas pela mãe natureza.

18 de Julho de 1995. É a data mais importante da história recente desta pequena ilha das Caraíbas, parte integrante do império britânico ultramarino. O vulcão Soufrière Hills, adormecido desde o século XVII, entrou em erupção obrigando dois terços da população a deixar a ilha. Plymouth, a capital, foi evacuada ficando, posteriormente, soterrada.

Praticamente metade do território de Montserrat ficou inabitável. O resto mantém o cenário paradisíaco habitual nestas paragens. Mas há marcas que não se apagam. O único aeroporto que existia, o «William Henry Bramble», foi destruído na erupção. Durante vários anos a única forma de chegar à ilha era de barco ou helicóptero, o que afastou muitos turistas. Só em 2005 o aeroporto de Gerald's ficou pronto e os voos para a ilha se tornaram mais frequentes.

Mas a tragédia deixou, ainda, outros resquícios. Por exemplo, em 1979, George Martin, produtor dos Beatles, instalou na ilha os estúdios AIR, o que atraiu vários artistas a Montserrat, apaixonados pelo maravilhoso clima e belas paisagens. Era o local ideal para meditar e compor. Os estúdios fecharam aquando da erupção e nunca mais reabriram.

Neste cenário, como pensar em futebol?

O nome Montserrat foi dado por Cristóvão Colombo, em 1493, inspirado na montanha homónima da Catalunha, mas a ilha é também conhecida como a «esmeralda das Caraíbas».

O cultivo de açúcar e algodão era a grande fonte de rendimento até à erupção. Com os solos destruídos e incultiváveis para largos anos, Montserrat viu a sua economia arrasada. A ajuda financeira inglesa tem sido peça fundamental para a reconstrução deste paraíso nas Caraíbas. Ora, com todo um país a unir esforços para seguir em frente, sob permanente ameaça de uma arma letal ainda não desactivada e com uma diáspora forçada que baralha qualquer base de dados, como ousar pedir que percam tempo a organizar o seu futebol? Em Montserrat joga-se pelo prazer, pois há coisas bem mais importantes a resolver.

DADOS OFICIAIS DO PAÍS:

Número de habitantes: 5.879 (estimado em 2008)

Área total: 102km²

Língua oficial: Inglês

Capital: Brades (Plymouth, a capital oficial, foi abandonada em 1997 devido às erupções)

Moeda: dólar das caraibas

Temperatura média atmosférica: entre 24 °C e 32 °C, todo o ano

Demografia: Brancos e negros.

Economia: A erupção destruiu a grande fonte de rendimento: a agricultura. Montserrat tenta agora reconstruir a sua economia com um subsídio anual do governo inglês.

Rendimento per capita: 2280 euros (estimado em 2002)

Desportos principais: críquete

COMO CHEGAR A MONTSERRAT:

Uma boa maquia, paciência e gosto por viajar. Se possui estas três condições, talvez possa juntar Montserrat aos seus planos para férias. A primeira coisa a fazer é marcar voo para Nova Iorque. Dependendo da altura do ano e das condições talvez consiga aterrar no John F. Kennedy por 500 euros. Ponha de parte mais 400. É quanto lhe vai custar o voo da American Airlines para Antigua e de lá a Montserrat são menos de 50 quilómetros. A solução mais usual passa por utilizar os serviços de uma pequena transportadora, a Winair, que assegura deslocações entre as várias ilhas das Caraibas.

Outros países | NOTÍCIA

2009-11-18 10:21h



10 da secção "Outros países"

Montserrat: Cecil Lake, o seleccionador distinguido pela rainha

«Cepeke» é o rosto do futebol na «esmeralda»

Por [Redacção](#) com João Tiago Figueiredo

PUB Barclaycard, Crédito até 50 dias sem juros. Adire

0 votos  [0 comentários](#)  Gosto **324**

Todas as selecções têm o seu «homem forte». Montserrat, apesar da ainda curta história enquanto federação futebolística, já teve vários responsáveis máximos pela modalidade. Actualmente, mais do que o presidente da federação, o homem que comanda o futebol na «ilha Esmeralda» é o seleccionador nacional.

Cecil Lake é um homem respeitado por todos. É engenheiro civil, radialista «freelancer» e escreve músicas, sendo famoso pelas letras contra o racismo. O curriculum, o apoio à cultura e ao desporto e o carinho popular levaram-no a receber o galardão «Membro do Império Britânico» das mãos da Rainha Elizabeth II, em Julho deste ano. No meio de tudo isto, vai guardando um tempo para tentar reerguer a prática do futebol na ilha.

«O futebol em Montserrat está numa fase de reconstrução. Todos os domingos há jogos no estádio Blakes. Sou eu que trato de tudo, arranjo jogadores e convido as pessoas a aparecer. Nota-se que o interesse está a crescer e, muito em breve, vamos ter de volta o nosso campeonato», conta Cecil Lake, em conversa com o **MaisFutebol**.



Encontros só para Adultos

30 000 Homens, Mulheres e Casais procuram e encontram parceiros aqui!
<http://www.diabruras.com>

Ferramentas Bosch e Beta

Profissionais, bricolage, Automóvel e Jardim Enviamos para todo o país
www.perfectool.pt

Anúncios 

9- As secções do Maisfutebol

The screenshot shows the Maisfutebol website interface. At the top, there is a search bar with the text "Pesquisar" and a "CORREIO" logo. Below the search bar is a navigation menu with links: 1ª PÁGINA, ÚLTIMAS, AO VIVO, LIVESCORE, OPINIÃO, MADE IN, MOURINHO, RONALDO, INCRÍVEL, VÍDEOS, HORAS VAGAS, and eGOLO. A secondary navigation bar includes "LIGA", "+ COMPETIÇÕES", "INTERNACIONAL", "LIGA DOS CAMPEÕES", "LIGA EUROPA", "SELECÇÃO", "TRANSFERÊNCIAS", and "+ DESPORTOS". Below this, there are sub-links for "Notícias", "Classificação", "Calendário", "Marcadores", "Disciplina", "Estatísticas", "Tops", "Jogadores", "Clubes", and "Histórico".

The main content area features a banner for "Besiktas vs Porto" with the text "EXPERIMENTE SEM RISCO!" and "Quem vence?". To the right of the banner is a "BetClíc É FUTEBOL" logo. Below the banner is a "ÚLTIMA HORA" section with the headline "Manuel da Costa detido por suspeita de agressão sexual".

Below the "ÚLTIMA HORA" section, there are three main content blocks:

- LIGA EUROPA** (highlighted with a blue border): "Fazem o pleno?" with the subtext "Agora o Besiktas-Porto. A seguir o Sporting-Gent. Três jogos, três vitórias? Siga e comente em tempo real".
- eGOLO** (highlighted with a yellow border): "Baía surpreende" with the subtext "«No Benfica ou no Sporting teria outra projecção», diz antigo guarda-linha." and "E-GOLO DE VOLTA" with the subtext "Faça a equipa. E ainda vai a tempo de se inscrever, há prémios semanais!".
- 2018 sob suspeita** (highlighted with a yellow border): "Candidatura ibérica implicada, Madalil desmente «categoricamente»".

On the right side of the page, there are two advertisement banners: "CustoJusto.pt" and "MAIS POKER powered by PokerStars". Below the advertisements is a "Últimas" section with filters for "+ lidas", "+ comentadas", and "+ votadas". The time "16:55" and the text "Nacional retido na Madeira" are visible at the bottom right.

Legenda:

- MANCHETE - DESTAQUES - ÚLTIMA HORA

Fazem o pieno?

Agora o Besiktas-Porto. A seguir o Sporting-Gent. Três jogos, três vitórias? Siga e comente em tempo real.

- Benfica: nem um REMATE em Lyon
- CHAMPIONS a duas velocidades: os números
- Um rei africano e CR7 por todo o lado
- CR7: «Com Mourinho somos mais felizes
- RANKING UEFA: afinal, quem ganha mais pontos?

VIDEOS



Envie sms atrave internet
Para todas as redes sem custo de Envio!

Anúncios

PUB

Destinos paradisíacos! PUB

Ao vivo	Classificação	Calendário
Hoje - 18:00h - A decorrer		
Besiktas 0 - 0 F.C. Porto		
Hoje - 20:05		
Sporting - - - Gent		
22/10 - 20:15		
Académica - - - Nacional		
23/10 - 18:00		
P. Ferreira - - - Beira Mar		
23/10 - 19:15		
V. Setúbal - - - V. Guimarães		

Todos os jogos ao vivo»

MISSMAXMEN2010
Ainda vai a tempo de VOTAR na sua favorita. Veja as fotos das finalistas.

Especial mas não é o melhor
MOURINHO: a desfeita da IFFHS, o abraço a Ronaldinho e as críticas de Crujff.

Expulso por Olegário
Português mostrou-lhe vermelho quando aquecia. Mignot «envergonhado».

Últimas + lidas + comentadas + votadas

16:55	Nacional retido na Madeira
16:48	Porsche 911 GT2 RS já está esgotado
16:33	Liga, 8ª jornada: confira lesionados e castigados
16:27	Vitor Baía: «No Benfica ou no Sporting teria outra projecção»
15:58	Le Mans Series: Equipa portuguesa testa com vista à entrada na classe «rainha»
15:57	UEFA tem informações sobre jogos combinados mas não tem provas

Tempo Trânsito eGOLO

Estatísticas da Liga

Que suplentes marcaram?
Quem sofreu mais faltas?

O nosso gerador aleatório acaba de te escolher como o possível vencedor: iPhone 4 da Apple
>> [clica aqui](#) <<

PUB

Legenda:

- TÍTULOS - VÍDEOS - SUB-DESTAQUES - ÚLTIMAS



Incrível

Beberam da garrafa do adversário e desmaiaram (agora com imagens)

Roupeiro copiou estratagema do antigo seleccionador argentino

Problemas no relógio? Árbitro termina encontro aos 80 minutos!

Treinador da equipa que perdia ainda tentou que a partida acabasse mesmo

Frase

«Pressão real é a de um pai que se levanta cedo para alimentar os filhos»

Opinião



Futebol com Todos: o Benfica é o povo ou o povo é o Benfica?

A propósito de não se querer vender o que se tem para vender



OPINIÃO: os dezes e os deuses, genótipo de um número

«Era capaz de viver na Bombonera»



Futebol com Todos: Hélder Postiga merece ter sorte

Um avançado diferente a quem nada parece faltar... mas falta.

Todos os artigos de opinião

- ROONEY: ManUtd em reunião de crise
- MESSI imparável: mais um recorde
- ACADÉMICA: três regressos para o Nacional
- Platini defende luta da UEFA contra a CORRUPÇÃO
- Turquia: HAGI regressa ao Galatsaray

[PUB Seguro, Seguro é Poupar com a N Seguros!](#)

SUBE

Já se vê Mourinho no Real

Embora ainda falte o «quase».

Finalmente, Braga!

É fundamental continuar a tentar.

Desce

O que é a Liga dos Campeões?

Benfica ainda não descobriu.

Villas-Boas: faltou saber perder pontos

Um mau exercício de pressão.

FOTOS



Um golo com 37 anos e 71 dias!

Legenda:

■ - INCRÍVEL ■ - FRASES ■ - OPINIÃO ■ - SUB-TÍTULOS

