

Stadium

N.º 114 * 7 DE FEVEREIRO DE 1945 * PREÇO 1\$50

NÊSTE NÚMERO

DUPLA SEPARATA
com os grupos do
SPORTING
e do
A. AVIACIÓN



Os portugueses atacaram e defenderam-se com bravura. Eis uma imagem que representa o valor da defesa sportinguista — **acima de tudo salvar o goal.** Num ataque do Aviação, com Juncosa e outro jogador que está encoberto, Azevedo e M. Marques chocam perigosamente. Ficam magoados, cada um com ferimentos na cabeça, mas não abandonam a luta, na qual desempenharam um papel brilhante.

A cobertura jornalística da morte de figuras públicas desportivas

Media coverage of the death of public sports personalities

https://doi.org/10.14195/2183-6019_8_4

Resumo

Morte e notoriedade são dois valores-notícia relevantes para os meios de comunicação social. É por isso que o falecimento de personalidades ligadas aos setores da vida pública, particularmente do desporto, assume grande importância em termos de cobertura mediática. Partindo do estudo da cobertura da morte de cinco personalidades do mundo desportivo em três jornais diários – Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias – chegámos a conclusões que mostram diferentes destaques e diversos posicionamentos editoriais na cobertura que cada jornal fez do falecimento de cada personalidade. Além disso, concluímos ainda que o período temporal que separa as mortes de Fernando Pascoal Neves “Pavão”, Joaquim Agostinho, Vítor Baptista, José Megre e Eusébio da Silva Ferreira (falecidos entre 1973 e 2014) nos remete para novas formas de espetacularização da morte e prevalência dos factos paralelos ao próprio acontecimento, como sinal do aumento das pressões de mercado e da adoção de novas estratégias, mais próximas do espetáculo do que da informação.

Palavras-chave: morte, espetacularização, notoriedade, mercado.

Abstract

Death and reputation are two news values relevant to the media, hence why the death of personalities linked to the public sectors, particularly sports, is of great importance in terms of media coverage.

Starting from the study of the coverage of the death of five sports personalities in three daily newspapers – Correio da Manhã, Diário de Notícias and Jornal de Notícias – our conclusions show different highlights and several editorial positions in the coverage made by each newspaper of the death of each personality. Moreover, we conclude that the time period separating the deaths of Fernando Pascoal Neves “Pavão”, Joaquim Agostinho, Vítor Baptista, José Megre and Eusébio da Silva Ferreira (deceased between 1973 and 2014) brings us to new forms of spectacularization of death and prevalence of facts in parallel to the event itself, as a sign of increased market pressures and the adoption of new strategies, closer to the spectacle than to information.

Keywords: death, spectacularization, reputation, market

A morte de uma personalidade com relevo público, sendo uma inexorabilidade, como todas as mortes, é um tema que interessa aos meios de comunicação social, pelo que a cobertura que esses meios farão das circunstâncias da morte e das exéquias que se lhe seguem podem transformar o acontecimento genuíno (independente dos meios de comunicação social) em acontecimento mediado (que sofre influência dos media).

Jacque Lynn Foltyn (2008) estudou os circos mediáticos criados em torno da morte de algumas celebridades e defende que a produção mediática só ocorre face à procura do público, ou seja, a indústria dos *media*, como outro setor de atividade qualquer, coloca no mercado um produto em quantidades correspondentes à procura desse mesmo produto. Por outro lado, Keith Durkin (2003) “desresponsabiliza” o público e diz que são os *media* que têm um papel ativo nesta questão, pois são eles os mediadores da realidade e, em última análise, é aos meios de comunicação social que cabe olhar por este ou por aquele ângulo a morte de alguém, um evento trágico ou um qualquer acontecimento disruptivo. O autor considera, por isso, que a rea-

ção do público não pode ser estudada, sem ter em conta que ela é determinada nalguma medida pela decisão de os *media* aceitarem transmitir determinado acontecimento, e definirem tratá-lo de determinada forma.

Folker Hanusch (2010) é um dos autores que estudou o tratamento que os media fazem da morte, salientando que ela passa a reunir as condições para figurar nas páginas dos jornais, sempre que consiga congregar um conjunto de valores-notícia adicionais. Também para Walter, Littlewood e Pickering (1995, p. 583), nem todas as mortes têm espaço mediático e, entre aquelas que efetivamente o conseguem, temos as mortes das figuras públicas, segundo o princípio de que aqueles que vivem na esfera pública não podem esperar morrer na esfera privada. Por outro lado, os *media* reportam as mortes de indivíduos comuns, sempre que estas resultem de circunstâncias extraordinárias, enquanto interrupção da rotina, e essas circunstâncias sejam consideradas importantes pelo seu dramatismo, pelo seu potencial tratamento sensacionalista e pela sua negatividade.

Assim, e em linha com a noticiabilidade do inesperado, Hanusch (2010, p.

53) defende que é natural que a maioria das mortes de cidadãos comuns representadas na imprensa diga respeito a assassinatos e acidentes. Já no caso das mortes que envolvem personalidades públicas trazem agregado o valor-notícia da proeminência das personalidades envolvidas no acontecimento.

De facto, os valores-notícia, ou critérios de noticiabilidade, continuam a ser importantes para justificar a presença de alguns temas, e não de outros, no espectro da comunicação social. Partindo da ideia da noticiabilidade como a aptidão que cada acontecimento possui para se tornar notícia (Wolf, 2009, p. 189), não podemos esquecer que um acontecimento não representa um único valor-notícia, mas sim vários valores-notícias conjugados. Quanto mais rico for determinado acontecimento em valores-notícia, mais probabilidades ele tem de figurar nas páginas do jornal.

Gatung e Ruge foram os precursores do estudo dos valores-notícia, definindo os 12 fatores que traduziriam a noticiabilidade do acontecimento. Entre esses critérios está a referência a pessoas de elite, que são vistas como sendo mais importantes e que são objetos da identificação do homem comum, e a referência

a factos negativos, que demoram menos tempo a acontecer e, por isso, são mais facilmente noticiados, congregam um consenso em torno da sua negatividade, vão ao encontro da necessidade que as pessoas têm de notícias negativas e são as mais inesperadas. (1965, pp. 68-70).

Galtung e Ruge não se limitaram a elencar os valores-notícia, deixando claro que estes critérios se combinam e que a noticiabilidade do acontecimento é tanto maior, quanto mais valores-notícia este congregar. Neste sentido, os autores conjugam alguns critérios que se traduzem numa maior noticiabilidade e, uma dessas combinações, são precisamente as notícias negativas acerca das pessoas de elite.

Estudos posteriores confirmam este “casamento” em termos de noticiabilidade. O trabalho de Peterson junto dos jornalistas da revista *Time*, em relação a notícias do foro internacional, sublinhou, aliás, que os valores-notícia moldam um panorama dos eventos mundiais caracterizados pela surpresa errática, dramática e descomplicada, pelos eventos negativos ou conflituosos envolvendo nações e pessoas de elite (Peterson citada em McQuail, 1992, p. 217).

Os estudos em torno dos critérios que levam os meios de comunicação social a fazer notícia de alguns acontecimentos e não de outros têm vários autores. Após Galtung e Ruge, também Golding e Elliot ou Herbert Gans propuseram as suas ideias. No caso de Gans (1979), o autor mostrou que a maioria das notícias tem como protagonistas figuras proeminentes da sociedade. O autor distingue Conhecidos (*Knowns*) de Desconhecidos (*Unknowns*) e conclui que a maioria dos atores das notícias são os Conhecidos, numa razão de 76 por cento das notícias de imprensa e 71 por cento das notícias televisivas. O autor esclarece ainda quem são estes Conhecidos, que na sua maioria derivam da esfera política, sendo que no que diz respeito aos Desconhecidos que protagonizam as notícias, estes são maioritariamente pessoas que protestam ou vítimas. Gans (1979, p. 16) elenca os crimes, escândalos e investigações como as principais categorias de acontecimentos noticiados, lado a lado com os protestos, desastres e insólitos.

Mais recentemente, Harcup e O'Neill (2001) analisaram os 12 fatores enumerados por Galtung e Ruge para definir o que torna um acontecimen-

to mais noticiável do que outro e propuseram dez requisitos, considerando que uma notícia deveria satisfazer, pelo menos, um deles. Entre esses critérios encontramos as celebridades, elites do poder e “más notícias”, ou seja, notícias negativas, nomeadamente conflitos e tragédias. Os autores levaram a cabo um estudo, em 2014, procurando encontrar um ranking dos valores-notícia mais frequentes em dez jornais do Reino Unido e concluíram que 442 das 711 notícias analisadas têm uma vertente de negatividade (Harcup e O'Neill, 2017). Já as referências às elites do poder ou celebridades aparecem em 5.º e 8.º lugar, respetivamente.

Nélson Traquina considera a morte como um “valor-notícia fundamental (...) e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas dos jornais ou nos ecrãs da televisão” (Traquina, 2002, p. 187). Traquina diz que todas as pessoas um dia serão notícia face à iminência da sua morte, mas poderão sê-lo com destaque (no caso de figuras proeminentes ou de mortes em desastres) ou apenas nas páginas interiores do jornal (secção de necrologia). Assim, a notoriedade é outro dos

critérios de noticiabilidade do ponto de vista substantivo apontado por Traquina. O autor diz que “a celebridade ou a importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento tem valor como notícia” (Traquina, 2002, p. 187).

Deirdre O'Neill (2012, p. 35) comparou a cobertura das mortes de Elvis Presley e de Michael Jackson em três jornais de referência do Reino Unido e concluiu que o aumento da atenção dada a notícias que envolvem celebridades ligadas ao mundo do entretenimento se traduz numa ascensão da Celebridade como categoria de relevo na hierarquia informativa, sobretudo quando conjugada com outros valores-notícia como é, neste caso, a morte. O seu estudo de caso mostra que a morte de Michael Jackson em 2009 mereceu dez a quinze vezes mais atenção por parte da imprensa britânica do que a morte de Presley em 1977.

O desporto é uma das editoriais com maior destaque nos meios de comunicação social, sobretudo do ponto de vista económico, uma vez que é alvo do interesse dos leitores (sobretudo masculinos) e, nos media generalistas, acaba por ter um destaque consonante com a sua popularidade (Rowe, 2007, p. 400).

O autor diz mesmo que, em termos de audiências, o desporto é capaz de garantir um número, por vezes enorme, de leitores, ouvintes e espectadores (Rowe, 2004, p. 31). Por se situar na confluência entre as duas principais funções dos media de massa (informação e entretenimento), o desporto, enquanto conteúdo, absorve muito do tempo e do espaço dos meios de comunicação social (Rowe, 2004, p. 32). Assim, a morte das personalidades consagradas na vida desportiva é um dos alvos de interesse mediático.

Objeto de estudo e metodologia

Foi nosso objetivo nesta investigação explorar o tratamento noticioso dado à morte de cinco figuras públicas ligadas ao mundo do desporto em três jornais diários portugueses. Optámos por fazer uma análise caso a caso, quer quantitativa, quer qualitativa, dos ecos da morte de Fernando Pascoal Neves “Pavão”, Joaquim Agostinho, Vítor Baptista, José Megre e Eusébio da Silva Ferreira, falecidos entre 1973 e 2014, a partir das edições do Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias.

Foram contabilizadas as onze edições após a morte de cada personalidade.

O estudo integra, assim, várias personalidades que faleceram em idades diferentes e com distintos reconhecimentos públicos (algumas já consagradas, outras com um promissor futuro por cumprir). Dado o período temporal (1973 a 2014), optámos pelos jornais diários que nos permitissem abarcar todos os acontecimentos, nomeadamente o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias, cujo tempo de vida abrange o nosso período temporal, e o Correio da Manhã, não só porque este é o terceiro diário generalista nacional mais antigo em Portugal, criado depois do 25 de Abril, como tem uma linha editorial distinta dos dois primeiros, que pertencem ao mesmo grupo empresarial desde os anos 1990.

Quanto às metodologias de análise, aliámos os métodos quantitativos aos métodos qualitativos. O período temporal analisado serão os onze dias após a morte das figuras mencionadas. Na análise quantitativa foram contabilizados o número de páginas de cada edição em que a personalidade é referenciada, o número de peças publicadas e as imagens respeitantes a essas

mesmas peças. Contabilizámos também os destaques nas capas dos jornais e as fotografias existentes nessas primeiras páginas. Seguidamente procedemos à distinção dos géneros jornalísticos de cada uma das peças. Já no âmbito da análise qualitativa, retirámos dos textos informativos todas as marcas de subjetividade, como a adjetivação, quando esta é sinónimo de juízos de valor, ou seja, no sentido da atribuição de qualidades às personalidades em estudo. Estivemos ainda atentos a elementos textuais que nos permitissem detetar a voz do jornalista no texto noticioso, particularmente sempre que essa voz assumia um tom de pesar face ao desaparecimento da personalidade.

As personalidades em estudo

Fernando Pascoal Neves, mais conhecido por “Pavão”, foi um jogador do Futebol Clube do Porto, que se estreou equipa de juniores e que foi titular, pela primeira vez, na equipa sénior, num jogo contra o Benfica, aos 18 anos de idade. A 16 de dezembro de 1973, numa partida entre o Futebol Clube do Porto e o Vitória de Setúbal, no minuto 13 do jogo, Pavão fez um passe para António

Oliveira e caiu inanimado no relvado. Foi transportado para o Hospital de São João, mas acabou por morrer, cerca de duas horas depois, com apenas 26 anos de idade. O cortejo fúnebre saiu do Estádio das Antas, passando por vários pontos da cidade do Porto, apinhada de público, para ver passar o cortejo. Pavão foi enterrado junto a outras glórias do Futebol Clube do Porto, no cemitério de Agramonte.

Natural de Torres Vedras, o ciclista Joaquim Agostinho foi descoberto por João Roque, na época ciclista profissional do Sporting, que o levou para este clube aos 21 anos. Agostinho consagrou-se em 1969 na Volta a Portugal, prova que viria a vencer cinco vezes. Morreu na manhã de 10 de maio de 1984, dez dias depois de uma queda na 5.ª etapa da Volta ao Algarve em bicicleta, na sequência da qual lhe foi diagnosticada uma fratura craniana no parietal direito. A missa de corpo presente decorreu a 11 de maio na Basílica da Estrela. O percurso até ao cemitério da Silveira, em Torres Vedras, passou pelo centro da cidade de Lisboa e incluiu uma paragem no Estádio José Alvalade, onde foi prestada uma última homenagem (Júnior, 2004, pp. 11-13).

Vítor Baptista foi um futebolista português, conhecido pela irreverência e genialidade em campo, que se iniciou no futebol aos 15 anos, no Vitória de Setúbal. Em 1971, Vítor Baptista protagonizou “a mais cara transferência do futebol nacional até então” (Vítor Baptista, 2007), sendo o seu passe comprado pelo Benfica ao Vitória de Setúbal por três mil contos. Ao todo esteve seis anos no clube e foi lá que se notabilizou e que venceu vários troféus. Depois de passar por clubes menores, retirou-se do futebol aos 37 anos e acabou a exercer a profissão de coveiro, em Setúbal, na miséria. Morre com 50 anos, na sequência de um acidente vascular cerebral.

José Megre foi um engenheiro mecânico e preparador de automóveis, que em 1961 venceu o primeiro Rali de Iniciados que se disputou em Portugal. Entusiasta dos automóveis, José Megre foi o grande responsável por fomentar o todo-o-terreno em Portugal, tendo criado e organizado as maiores provas desportivas internacionais de todo-o-terreno, como a Transportugal, a Baja Portalegre 500 e as 24 Horas de TT de Fronteira (Megre, 1999, p. 5). José Megre morreu a 21 de fevereiro

de 2009, vítima de cancro do pulmão, com 66 anos. A missa de corpo presente realizou-se na Basílica da Estrela e o funeral seguiu em direção a Águas, Penamacor.

Eusébio da Silva Ferreira, ou simplesmente Eusébio, foi um jogador de futebol, considerado um dos melhores de todos os tempos, que ficou para a história com a alcunha de “Pantera Negra”. O jogador marcou 1137 golos, disputou 715 jogos com a camisola do Benfica e da Seleção Nacional (Malheiro, 2012, pp. 93-95). Durante 23 anos, Eusébio venceu vários troféus, entre os quais a Bola de Ouro de 1965. Foi eleito pela FIFA como um dos dez melhores jogadores de todos os tempos, venceu duas Botas de Ouro e por sete vezes consecutivas conquistou a Bola de Prata. Morreu a 5 de Janeiro de 2014, com 71 anos de idade, vítima de uma insuficiência cardíaca. O corpo ficou em câmara ardente no Estádio da Luz, de onde saiu para ser carregado em volta do estádio. O cortejo fúnebre saiu do estádio ao som do hino nacional e foi acompanhado por milhares de pessoas e em direto nas televisões, para a Praça do Município, seguindo depois para a Igreja do Seminário, onde foi realizada a

missa de corpo presente. Foi enterrado no cemitério do Lumiar.

Análise da cobertura jornalística das mortes

Fernando Pascoal das Neves “Pavão”

No dia seguinte à morte de Pavão, 17 de dezembro de 1973, o acontecimento foi destacado nas capas do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias¹, com maior destaque neste último, pelo facto de recorrer a manchete no topo da página.

A análise dos onze dias após o falecimento do jogador do Futebol Clube do Porto mostra que o Jornal de Notícias dedicou bastante mais espaço ao acontecimento do que o Diário de Notícias e fez uma cobertura mais próxima do caso. O acontecimento é mencionado em 6,61% das páginas do Jornal de Notícias, face ao espaço de apenas 2,5% ocupado nas edições do Diário de Notícias. O menor relevo atribuído ao caso pelo Diário de Notí-

cias está, aliás, patente no facto de o jornal não ter escrito nenhuma biografia sobre Pavão nem ter feito qualquer reportagem sobre a sua morte.

Durante os onze dias que se seguiram à morte de Fernando Pascoal Neves foram publicadas 31 imagens, 4 no Diário de Notícias e 27 no Jornal de Notícias, a maioria das quais são imagens das exéquias e das personalidades que marcaram presença. De realçar que o Jornal de Notícias publicou duas imagens da personalidade morta, dentro do caixão, onde era possível ver-se nitidamente o seu rosto. Uma destas imagens foi publicada na primeira página do Jornal de Notícias e é particularmente emotiva, uma vez que mostra a viúva a beijar o rosto de Pavão.

Quanto às marcas de subjetividade é preciso sublinhar que o estilo dos jornais do início dos anos 1970 era diferente das regras jornalísticas que são hoje aceites. Ainda assim, encontrámos vários exemplos de adjectivação e também marcas de subjetividade textual.

O Diário de Notícias utiliza alguns adjectivos nos seus textos informativos e descreve Pavão como jogador de “gran-

¹ O Correio da Manhã só começou a ser publicado a 19 de março de 1979, pelo que não foi incluído na análise da morte de Pavão.

de classe”² e um “notável futebolista”³. O periódico diz ainda que o jogador “se entregava com entusiasmo e a maior alegria na defesa e prestígio do seu clube”⁴.

Nas referências a Pavão detetadas no *Jornal de Notícias*, o jogador foi descrito como um jogador “talentoso e impulsivo”, um “profissional integérrimo” e “genial futebolista” de “enorme classe”⁵. O periódico refere-se ainda ao atleta como “um dos maiores futebolistas de Portugal”⁶, define-o como o “companheiro, o fino artista, o homem sincero”⁷ e “rapaz amigo de fazer bem”⁸.

Quanto à subjetividade, ela marca todos os textos informativos da época, pelo que destacamos aqui algumas citações onde se ouve não só a voz do jornalista, mas também a sua proximidade em relação ao atleta. Encontramos exemplo disso mesmo em algumas afirmações, como as seguintes: “sem exagero, Pavão era mesmo um desses predeterminados para uma actividade, neste caso o futebol (...), os seus arrebatamentos temperamentais não eram afectados, mas sim espontâneos e sinceros”⁹. O jornalista pergunta ainda: “quem podia resistir com serenidade perante tamanho quadro emocional”¹⁰, para defender algumas atitudes do jogador, acrescentando que “até para os repórteres, que naturalmente admiravam o infortunado Pavão, foi difícil encadear notícias em que soluções de uns e de todos, lágrimas correndo pelas faces, se adiantavam às palavras”¹¹. Sinal de subjetividade é

também o seguinte excerto: “normalmente quando uma pessoa morre são realçadas as suas boas qualidades. Tudo de mau se esquece. No entanto, não é este o caso de Pavão. É verdade que foi sempre um indivíduo de poucas falas, avesso à comunicabilidade, mas conseguiu sempre ser respeitado”¹².

Joaquim Agostinho

A morte de Joaquim Agostinho figura na primeira página de cada um dos três jornais analisados, no dia seguinte ao anúncio oficial do seu falecimento, em 11 de maio de 1984.

O *Diário de Notícias* e o *Jornal de Notícias* foram os jornais que dedicaram mais páginas ao caso, que publicaram maior número de notícias e mais imagens. No total dos onze dias que se seguiram ao anúncio do falecimento do atleta, apenas 1,38% das páginas do *Correio da Manhã* incluíram notícias sobre a sua morte. Em sentido contrário, o *Jornal de Notícias* destinou 2,57% das suas páginas à cobertura do acontecimento e publicação de informações

2 “Pavão: a morte em pleno jogo” (1973, 17 de dezembro). *Diário de Notícias*, p. 1.

3 “A morte de Pavão: emoção e desespero” (1973, 17 de dezembro) *Diário de Notícias*, p. 9.

4 “Perante o corpo de Pavão desfilarão milhares de pessoas” (1973, 18 de dezembro) *Diário de Notícias*, p. 13.

5 “Pavão fez um passe e depois morreu” (1973, 17 de dezembro) *Jornal de Notícias*, pp. 10-11.

6 “Comovente peregrinação de adeptos e dirigentes” (1973, 17 de dezembro) *Jornal de Notícias*, p. 10.

7 “Como é tao dolorosa esta grande vitória” (1973, 17 de dezembro) *Jornal de Notícias*, p. 19.

8 “Ricos e pobres nunca o esquecerão” (1973, 18 de dezembro) *Jornal de Notícias*, p. 12.

9 “Pavão fez um passe e depois morreu” (1973, 17 de dezembro) *Jornal de Notícias*, pp. 10-11.

10 “Comovente peregrinação de adeptos e dirigentes” (1973, 17 de dezembro) *Jornal de Notícias*, p. 10.

11 “Pavão fica sepultado no mausóleo portista” (1973, 17 de dezembro) *Jornal de Notícias*, p. 11.

12 “Ricos e pobres nunca o esquecerão” (1973, 18 de dezembro) *Jornal de Notícias*, p. 12.

subsequentes. No meio, mas mais próximo do Jornal de Notícias, encontramos o Diário de Notícias, com 2,23% das páginas das suas onze edições dedicadas a este acontecimento. A principal diferença em termos de conteúdo reside na extensão das reportagens do funeral publicadas pelo Diário de Notícias e pelo Jornal de Notícias, que acompanharam o cortejo entre Lisboa e Torres Vedras e, no caso do Diário de Notícias, incluiu nas peças sobre as exéquias a homenagem na terra natal do ciclista.

Os três jornais analisados publicam 58 fotografias para ilustrar as notícias sobre a morte de Joaquim Agostinho: 14 no Correio da Manhã, 29 no Diário de Notícias e 15 no Jornal de Notícias. No que diz respeito ao uso da imagem, só o Diário de Notícias se inibiu de publicar fotografias do cadáver de Joaquim Agostinho, numa atitude de retração que lemos como sinal de respeito. Já o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias fotografaram a urna com o corpo dentro, procurando, aliás, momentos emotivos como aquele em que um anónimo beija a testa do defunto. De realçar que a cabeça de Joaquim Agostinho estava envolta em ligaduras, possivelmente fruto das cirurgias a que foi submetido, e que

nem isso inibiu os jornais de publicarem fotografias do corpo, em que o rosto está bem visível.

No que toca à análise da subjetividade, todos os jornais tecem considerações sobre Joaquim Agostinho e em todos é possível encontrar a atribuição de qualidades ao atleta.

O Correio da Manhã utiliza termos como “o maior ciclista português de todos os tempos”¹³ e atribui a Joaquim Agostinho várias características, como humildade, robustez, heroísmo ou classe. O discurso do jornal revela várias marcas de subjetividade, algumas que derivam do estilo de escrita da época, e outras que, possivelmente, se prendem com o facto de as peças serem escritas no âmbito do jornalismo desportivo, género muito próximo da opinião. Frases como “Joaquim Agostinho morreu – esta a notícia por que todos receávamos e que assim, sintética e brutal, chegou, por telex, à nossa Redacção”¹⁴ ou “Portugal está de luto. Um dos seus mais brilhantes servidores no capítulo desportivo foi ontem a sepultar, com as honras e

homenagens que a sua brilhante carreira justificaram plenamente. O desporto português está agora mais pobre, já não temos Agostinho” (Santos, 1984) denotam a voz do jornalista e tendem a mostrar que se trata de um luto partilhado pelos leitores e pelo jornal.

O Diário de Notícias repete várias vezes o termo “campeão”, para se referir a Joaquim Agostinho e, tal como as restantes publicações, classifica-o como “magnífico ciclista” (Cordeiro, 1984), “ciclista poderoso” ou “desportista de eleição” (Uma grande estrela, 1984). Quanto às características pessoais que lhe atribui, podemos elencar excertos como “essa era a linguagem da sua simplicidade, de uma honestidade que nem todos os homens falam”¹⁵. O elogio do ciclista está bem patente, também, numa foto-legenda que o Diário de Notícias publica como “foto da semana”, e onde se lê: “Morreu o «emigrante número um», o homem que só tinha amigos e admiradores. É difícil chegar-se, como Joaquim Agostinho, a uma tal posição de notoriedade e conseguir não contar com uma só pessoa que lhe tenha

13 “Joaquim Agostinho perdeu a corrida da sua vida” (1984, 11 de maio) *Correio da Manhã*, pp. 36-37.

14 Idem

15 “Uma grande estrela de vocação tardia” (1984, 11 de maio) *Diário de Notícias*, p. 13.

encontrado uma nódoa no seu comportamento ou carácter”¹⁶. As marcas de pesar encontram-se em vários excertos da reportagem do velório: “a tristeza e a comoção são iguais em todos e em cada um, jornalistas incluídos (...), no fundo todos esperávamos um qualquer milagre e não o desenlace fatal (...), malogrado campeão (...) com a morte, e sobretudo de um ente querido, irrompem, em nós, temores e mistérios que dificilmente disfarçamos e que mais dificilmente ainda compreendemos nos semblantes de quem a sofre e encara de frente” (Cordeiro, 1984).

O mesmo podemos encontrar no *Jornal de Notícias*. “Grande campeão” ou “o maior ciclista de todos os tempos”¹⁷ são apenas alguns dos exemplos das qualidades atribuídas a Joaquim Agostinho. À semelhança dos outros jornais, são ainda mencionadas características pessoais do atleta, como heroísmo, humildade ou coragem. Também no *Jornal de Notícias* estão bem patentes as marcas de subjetividade, em excer-

tos como: “Não imaginará, por certo, o leitor a verdadeira maratona que constituiu o funeral do maior ciclista português de todos os tempos”¹⁸.

Vítor Baptista

No dia que se seguiu à morte de Vítor Baptista, 2 de janeiro de 1999, nenhum dos jornais analisados mencionou o acontecimento nas respetivas primeiras páginas. Ainda assim, é de realçar que o acontecimento foi capa do suplemento desportivo que se encontra no interior do *Correio da Manhã*.

Nos 11 dias após a morte de Vítor Baptista, concluímos que o *Diário de Notícias* foi quem prestou menos atenção ao tema, tendo ocupado 0,17% do total das suas páginas com o acontecimento. Já o *Jornal de Notícias* mencionou o ex-futebolista em 0,26% do total de páginas e o *Correio da Manhã* referenciou-o em 0,44% das suas páginas.

Ao todo foram publicadas cinco fotografias a acompanhar as notícias sobre a morte do atleta. O *Diário de Notícias* publicou apenas uma imagem e os

outros periódicos optaram por publicar duas imagens cada um. Todos escolheram imagens da personalidade em vida e o *Correio da Manhã* e o *Jornal de Notícias* retrataram-no ainda no ativo.

No que toca à adjetivação, os três jornais atribuíram características à personalidade, nem todas positivas, com claro destaque para as marcas de subjetividade do *Jornal de Notícias*.

O *Correio da Manhã* descreve Vítor Baptista como “herói infeliz”, “um dos jogadores mais polémicos de sempre”, “peitudo e corajoso”, e de “carácter indisciplinado”¹⁹. O jornal refere ainda que o atleta entrou em “decadência futebolística e humana” e remata considerando a sua morte como “um triste acontecimento no primeiro dia do ano”²⁰. Além das qualidades e defeitos que são imputados a Vítor Baptista, encontramos ainda como marca de pesar o comentário à tristeza que a sua morte parece causar ao autor do texto.

“Peitudo e corajoso”²¹. Estas mesmas qualidades são imputadas

16 “A Foto da semana” (1984, 13 de maio) *Diário de Notícias*, p. 2.

17 “Corrida contra a morte terminou às 9,37 horas” (1984, 11 de maio) *Jornal de Notícias*, pp. 11-12.

18 “Agostinho: um imenso pelotão de dor” (1984, 12 de maio) *Jornal de Notícias*, pp. 15-16.

19 “Morreu o herói infeliz” (1999, 2 de janeiro), *Correio da Manhã*, p. 46.

20 Idem, ibidem.

21 “O «adeus» de Vítor Baptista” (1999, 2 de janeiro), *Diário de Notícias*, p. 36.

ao ex-jogador de futebol pelo Diário de Notícias. O texto publicado, uma biografia, é o mesmo que foi impresso pelo Correio da Manhã, com ligeiras alterações num e noutro jornal, o que nos leva a crer que terá sido escrito, originalmente, por uma agência de notícias.

Por sua vez, o Jornal de Notícias descreve Vítor Baptista como “um ídolo dos estádios (...) impreparado para lidar com o muito dinheiro recebido” (Júnior, 1999a). O periódico é aquele onde encontramos maior subjetividade, nomeadamente na biografia, que também relata a morte do futebolista e onde se pode ler: “nós, que acompanhámos o ex-futebolista a quem nos ligava uma grande amizade e a quem sempre ajudámos nos momentos difíceis, consideramos que Vítor Baptista era, em Setúbal, amado e odiado. Invejado por uns e desprezado por outros, o “maior” sempre nos disse que não se arrependia da forma como viveu e se pudesse voltaria a proceder no mesmo sentido” (Júnior, 1999a). O uso da primeira pessoa num texto jornalístico não deixa de causar estranheza e, neste caso, a voz do jornalista é bem audível. Na reportagem assi-

nada pelo mesmo jornalista, podemos ainda encontrar a expressão “pela sua compleição física e talento, seria hoje, se jogasse, disputado pelos maiores clubes do mundo” (Júnior, 1999b), o que sublinha a subjetividade das notícias publicadas pelo Jornal de Notícias sobre a morte de Vítor Baptista. De realçar que os textos foram escritos pelo correspondente do Jornal de Notícias em Setúbal, Manuel Júnior, pelo que, à partida, falamos de alguém que estaria por dentro do percurso de vida do futebolista e terá acompanhado também de perto a sua vida.

José Megre

No dia que se seguiu à morte de José Megre, 22 de fevereiro de 2009, nenhum dos jornais analisados mencionou o acontecimento nas suas primeiras páginas, mas os três fizeram notícia do falecimento.

A morte de José Megre teve muito pouco impacto nos três jornais analisados. Basta, aliás, olhar para as percentagens de espaço ocupado nos 11 dias após o seu falecimento: 0,36% no Correio da Manhã, 0,48% no Diário de Notícias e 0,16% no Jornal de Notícias.

Ao todo foram utilizadas dez imagens junto das notícias que deram conta da morte de José Megre. O parco número de imagens publicadas coaduna-se com o tratamento editorial. De realçar que o Correio da Manhã foi o único a publicar uma fotografia das exéquias, optando por mostrar o caixão de José Megre.

Quanto às marcas de subjetividade, o Diário de Notícias é o único título onde se destacam alguns adjetivos utilizados para descrever José Megre. No Jornal de Notícias não encontramos qualquer marca de subjetividade e o Correio da Manhã refere-se apenas uma vez ao preparador de automóveis como “pioneiro” (Pereira, 2009).

O Diário de Notícias descreve José Megre como “aventureiro destemido” (M.E., 2009) e classifica o seu legado como “inigualável”, destacando que, mesmo no final da vida, o piloto se manteve “entusiasta, curioso e ávido por mais uma aventura” (Gonçalves, 2009).

Eusébio da Silva Ferreira

No dia a seguir à morte de Eusébio, a 6 de janeiro de 2014, todos os jornais

ocuparam a maioria das suas capas com o acontecimento.

Em relação aos onze dias após a morte de Eusébio, concluímos que o Diário de Notícias foi o jornal com a cobertura mais alargada, ocupando 13,2% do total das suas páginas com este tema. Muito próxima foi a cobertura do Correio da Manhã, que publicou 12,5% de páginas sobre o acontecimento. O periódico que fez a menor cobertura foi o Jornal de Notícias, onde 8,86% das páginas das suas onze edições contemplaram referências a Eusébio.

Durante os onze dias de publicações analisadas, foram utilizadas 438 fotografias, junto das peças que referenciaram Eusébio. O maior número de imagens foi publicado no Diário de Notícias (195) e o Jornal de Notícias (94) foi quem usou menos fotografias, enquanto o Correio da Manhã (149) fica mais próximo do primeiro. O velório de Eusébio no Estádio da Luz e o caixão aberto “convidavam” os meios de comunicação social a mostrar o corpo do atleta, algo que os três jornais analisados fizeram. No caso do Diário de Notícias, por exemplo, uma das imagens mostra a viúva

inclinada sobre o caixão, com a mão por cima da testa de Eusébio, num gesto de carinho.

A adjetivação é uma característica marcante dos textos informativos que se referem a Eusébio, nos onze dias após a sua morte. Simultaneamente, há inúmeras marcas de subjetividade que podem ser encontradas no conteúdo jornalístico dos três periódicos.

O Correio da Manhã começa por utilizar epítetos como “Rei” e “King”, mas nas edições seguintes passa a colocar estes nomes entre aspas. Quanto à adjetivação, o jornal descreve Eusébio como “símbolo do futebol nacional (...), lenda do desporto” (Sousa et al., 2014), “rapaz simples de físico robusto e uma indómita vontade de vencer feita de suor e lágrimas” (Vaz, 2014) ou “um homem humilde, um cidadão do mundo, uma lenda”²². Quanto às marcas de subjetividade, algumas denotadoras de proximidade, destaque para o facto de o jornal ter lançado uma campanha de angariação de fundos para fazer face às despesas da possível trasladação de Eusébio para

o Panteão Nacional. No que diz respeito a marcas textuais de subjetividade, encontramos expressões como: “o mundo acordou ontem mais triste” (Sousa et al., 2014) ou Eusébio “fez de mágico da felicidade de milhões de portugueses (...) merecia ser campeão do Mundo. Ficou ‘rei’ do golo, a alegria do povo” (Vaz, 2014). Estas referências textuais denotam admiração e uma atitude elogiosa por parte dos autores dos textos, algo que não se coaduna com a postura de imparcialidade do jornalista, mas que acaba por vir na mesma linha da subjetividade que é admitida à imprensa desportiva.

Também o Diário de Notícias coloca aspas nas expressões “rei” e “king”. Ainda assim, registam-se vários exemplos de adjetivação e marcas de subjetividade. Eusébio é descrito como “uma das maiores lendas do futebol”²³, “um símbolo do desportivismo, uma marca e um mito do futebol” (Nogueira, 2014) e como uma figura “humilde” (Mangas, 2014). Quanto às marcas de proximidade, destaque para um tom elogioso e, simultaneamente

²² Um talento com o mundo a seus pés (2014, 6 de janeiro), *Correio da Manhã*, p. 12.

²³ “Datas marcantes da vida de Eusébio” (2014, 6 de janeiro), *Diário de Notícias*, p. II.

Tabela 1 – Total de destaques das personalidades nos onze dias após a morte

Personalidade	Páginas	Peças	Imagens	Destaques capa	SOMA
Eusébio	202	420	446	17	1085
Joaquim Agostinho	41	65	74	7	187
José Megre	6	6	10	0	22
Pavão	25	42	31	4	102
Vítor Baptista	5	5	6	0	16

Fonte: Elaboração própria

te pesaroso, patente em expressões como: “complicada esta coisa de dizer adeus” (Ferreira & Câncio, 2014), “era uma vez o melhor jogador do planeta” (Nogueira, 2014) ou “antes de Eusébio, os portugueses tinham poucos motivos para se orgulhar da sua seleção nacional” (Coelho, 2014). Mais uma vez estamos perante expressões de carácter subjetivo, que encontram paralelo nos textos da imprensa desportiva.

Por sua vez, o Jornal de Notícias utiliza também as expressões “Rei” e “King”, mas sem colocar aspas. Entre a adjetivação utilizada pelo periódico para se referir a Eusébio contam-se as expressões que o descrevem como “prodigioso jogador de futebol (...) herói dos estádios (...) futebolista genial (...) homem admirável de cativante simplicidade” (Ferreira, 2014). Quanto às marcas de subjetividade, também elas marcadas por uma voz latente de pesar e admiração, podemos incluir, entre os outros exemplos, excertos como: “Eusébio não morreu ontem. Passou-se o homem de 71 anos, fica a obra do futebolista, património do Benfica e do futebol, símbolo de uma certa portugalidade ultramarina” (Ferreira, 2014).

Diferenças na cobertura da morte das celebridades desportivas

As cinco personalidades cuja morte nos propusemos analisar tiveram diferentes impactos na sociedade durante a sua vida pública, pelo que não poderíamos esperar um tratamento similar por parte dos periódicos. Assim, e olhando para a Tabela 1, que soma o total de páginas, de peças, de imagens e de destaques de capa que o conjunto dos três periódicos publicou sobre cada uma das figuras em análise, podemos retirar algumas conclusões.

Eusébio foi, desde logo, a personalidade cuja morte foi alvo da maior atenção mediática, somando 1085 unidades de análise. Segue-se Joaquim Agostinho, que regista uma distância considerável em relação ao jogador do Benfica (187 unidades de análise). Por sua vez, Pavão motivou a publicação de 102 elementos nos jornais, sendo de realçar que o Correio da Manhã não existia à época, pelo que só foram considerados o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias. José Megre somou 22 unidades de análise e a morte de Vítor Baptista motivou a publicação de 16 elementos.

Consideremos, então, as duas personalidades cuja morte mereceu menor taxa de cobertura por parte dos jornais. No caso de José Megre, falamos de uma personalidade que alcançou notoriedade na área do automobilismo, modalidade cujo relevo nos *media* é menor, quando comparada, por exemplo, ao futebol. Nesse sentido a mediatização da sua morte foi menor do que a de Eusébio. O facto de termos incluído a morte de José Megre neste estudo partiu da ideia de avaliar de que modo a morte de personalidades distinguidas em modalidades que não o futebol era representada pelos *media*, algo que se revelou frutífero no caso de Joaquim Agostinho, até porque nos anos 80 do século XX o ciclismo era uma modalidade com bastantes seguidores.

Quanto a Vítor Baptista, a baixa taxa de cobertura da sua morte não pode ser dissociada do seu afastamento do mundo do futebol, cerca de uma década antes de morrer. Vítor Baptista foi um jogador de renome, mas os últimos anos da sua carreira aconteceram longe do foco mediático e o ex-futebolista morreu na miséria. Parece-nos que a cobertura da sua morte pode ser relacionada com a tipologia estabelecida por Chris Ro-

jek quanto à queda das celebridades, que pode estar relacionada com comportamentos que modificam a imagem da celebridade (drogas ou álcool, por exemplo). Segundo Rojek (2001: p. 80) há três formas de isto acontecer – a flagelação, a desintegração e a redenção – sendo que, no caso de Vítor Baptista, podemos identificar o fenómeno da flagelação, ou seja, degradação do seu *status* de celebridade por motivos internos ou externos. O autor defende que os casos extremos de flagelação levam à desintegração, ou seja, todos os traços que caracterizavam a celebridade desapareceram por completo e já não podem ser recuperados, situação que se coaduna com o percurso de Vítor Baptista e com o tratamento que os jornais deram ao seu falecimento.

Além das diferenças de cobertura da morte de cada personalidade, identificámos ainda posicionamentos editoriais divergentes entre os três jornais.

No que diz respeito à questão geográfica, percebemos que ela pode determinar a cobertura noticiosa de alguns acontecimentos. Os três jornais analisados são de âmbito nacional, mas a sede do Correio da Manhã e do Diário de Notícias está em Lisboa e a sede do Jornal

de Notícias está no Porto. Os resultados da análise mostram que a cobertura da morte de Pavão, jogador do Futebol Clube do Porto, teve bastante mais destaque no Jornal de Notícias, uma opção que parece coadunar-se com o critério de proximidade que ligava o jogador ao clube da cidade nortenha. Já em relação a Eusébio, apesar de a discrepância não ser tão grande, o jornal com a menor taxa de cobertura da sua morte foi o Jornal de Notícias, facto que não pode ser dissociado do percurso do jogador no Sport Lisboa e Benfica. Assim, neste caso, são os jornais com sede em Lisboa que fazem a cobertura mais ampla.

Ainda no que diz respeito a diferenças de posicionamento editorial, e abordando o conteúdo das notícias, detetámos a publicação de factos paralelos ou espoletados pela morte da celebridade, sobretudo no Correio da Manhã e no Jornal de Notícias. Quatro dias após a morte de Eusébio, a manchete do Correio da Manhã diz “Benfica paga 15 000€/mês à viúva de Eusébio” e o jornal publica uma notícia onde enumera todas as regalias a que a viúva do jogador terá acesso. O mesmo jornal noticiou o facto de o Benfica ter pago a conta do funeral e publicou uma peça sobre o compor-

tamento do atleta benfiquista Cardozo, que manteve sempre uma mão em cima do carro fúnebre onde seguiu Eusébio.

Por sua vez, o Jornal de Notícias fez uma reportagem no restaurante onde Eusébio tinha o hábito de almoçar, a Adega da Tia Matilde, dando conta de que a sua refeição, na véspera de morrer, foi “rabo de robalo cozido, que nunca chegou a comer. Indisposto pôs a refeição de lado” (Farinha, 2014).

Em ambos os casos percebemos que existe uma valorização da informação trivial, sinónimo da tabloidização que se traduz no sacrifício da informação face à primazia do entretenimento e na valorização do trivial (Rowe, 2010). Além disso, podemos identificar nestes casos uma cobertura mais ligeira dos acontecimentos, em consonância com aquilo que defende Thomas Patterson (2003), para quem nos últimos anos se verificou o predomínio das notícias leves, ou seja, notícias “que não são sérias”, que têm um pendor sensacionalista e são mais centradas numa personalidade (Patterson, 2003, p. 22).

As marcas de subjetividade do discurso jornalístico, no que toca à cobertura da morte das celebridades, também estiveram em análise. Em todos os ca-

sos encontrámos exemplos da voz do jornalista na notícia, marcas de pesar e utilização de adjetivos, características de um discurso oposto à isenção que é exigida ao jornalista. Podemos, pois, concluir que a morte de uma figura pública é um espaço de exceção às regras da objetividade, em linha com a tese de Dayan e Katz (2005, p. 22) no que diz respeito ao tom que os jornalistas utilizam na cobertura dos acontecimentos cerimoniais. De acordo com os autores, as perspectivas críticas são suspensas face à importância de criar um consenso, em sinal de respeito e veneração (Mesquita, 2003, p. 332). Também Marc Lits (1993), a propósito das críticas aos jornalistas por terem participado no luto suscitado pela morte do Rei Balduino, questionava-se sobre se seria possível mostrar a emoção sem nos deixarmos contagiar por ela e se seria possível mostrar os sentimentos do público sem recorrer a linguagem emocional.

Esse discurso da emoção é precisamente aquele que encontrámos nas marcas de subjetividade apresentadas. Muitas vezes o jornalista utiliza um discurso em que se inclui a ele próprio no sentimento de pesar e o leitor sente que o próprio autor da notícia faz parte

do luto coletivo que rodeia as exéquias. Segundo Mesquita (2003, p. 332), “o ritual convoca a unanimidade” e na narrativa cerimonial não há lugar para a neutralidade do jornalista.

Conclusão

Os meios de comunicação social assumem a morte como um dos critérios de noticiabilidade e fazem dela notícia sempre que a proximidade ou notoriedade da pessoa envolvida, o inesperado da ocorrência ou a negatividade do caso adquirem força suficiente para se transformar em valores-notícia, tal como os tipifica Galtung e Ruge (1965). Assim, se a morte, lida como negatividade ou como inesperado, contém uma forte noticiabilidade, a proeminência social da pessoa envolvida no acontecimento reforça os valores-notícia da informação.

Uma das conclusões do nosso estudo aponta no sentido de um tratamento mediático distinto, consoante o reconhecimento público da personalidade. Simultaneamente, compreendemos que a linha editorial de cada um dos periódicos também influencia o tratamento noticioso do mesmo acontecimento, como no caso da maior proximidade do

Jornal de Notícias em relação a Pavão e do tratamento mais amplo da morte de Eusébio por parte do Correio da Manhã e Diário de Notícias.

O foco em questões paralelas e em informação leve, marcas identificadas no caso mais recente dos cinco, a morte de Eusébio, vai ao encontro da tendência dos jornais atuais para a tabloidização. O próprio facto de os jornais incluírem imagens do cadáver, muitas vezes em situações passíveis de gerar maior dramatismo (o cadáver a ser beijado pela esposa), denota uma tendência para a espetacularização do acontecimento, em consonância com a postura de vários autores. A ideia de que os media são, hoje, um campo de espetáculo foi referida por vários autores (Ramonet, 1999; Mesquita, 2002; Debord, 2002; Wolton, 1999) e, perante os casos em análise, podemos correlacionar espetacularização com a hipérbole, no sentido do realce exagerado de questões paralelas, como a ementa do almoço de Eusébio na véspera da sua morte, em prol do acontecimento central.

Partindo da ideia de que o jornalismo se faz com base na isenção e neutralidade, concluímos que a morte de uma

personalidade de relevância pública é um momento de exceção e que o discurso jornalístico em torno da morte é claramente um discurso de emoção, em que o jornalista se inclui no sentimento de perda conjunta e de pesar. Aliás, se recuperarmos a teoria de Dayan e Katz, percebemos que, também no caso da cobertura jornalística de algumas destas mortes, a perspectiva crítica é suspensa no âmbito da descrição e acompanhamento dos cerimoniais e “os jornalistas e as organizações transmissoras tendem a ficar neutralizadas pelo seu papel cerimonial, presos na retórica da lubrificação reverencial” (2005, p. 185). Perante as marcas de subjetividade encontradas, percebemos, ainda, que os jornalistas não se inibem de adjetivar as personalidades e não se escusam a demonstrar, até, alguma proximidade com elas.

De acordo com Madalena Oliveira, entre os principais problemas que decorrem do recurso à emoção por parte dos jornalistas está a questão da falta de distância, que pode ser relacionada com as marcas de subjetividade identificadas. Para a autora, “a confusão entre o que é informação essencial e o que é informação acessória” (Oliveira, 2008,

p. 222) está patente na exploração de factos paralelos, também aqui apontados, e ainda na postura de apelo às emoções que se coaduna com a publicação de fotografias dos amigos e familiares do falecido com expressões de dor e pesar.

Certo é que o discurso de emoção, quer através do discurso jornalístico, quer através do enfoque na imagem emotiva, opõe-se ao discurso distante, racional, objetivo e referencial que caracterizava o jornalismo, tal como lembra Martins (2011, p. 107). Marc Lits (2001, p. 8) diz mesmo que está info-emoção se consubstancia numa estratégia que visa conquistar leitores e/ou espetadores, assente numa lógica de mercado.

Podemos, pois, relacionar esta postura editorial, assente nas marcas de subjetividade, foco em questões paralelas e ênfase da cobertura fotográfica das exéquias, com o paradigma do jornalismo de comunicação, que, de acordo com Brin, Charon e Bonville (2004, pp. 2-4), é aquele que vigora atualmente nos media, fruto de uma tendência identificada a partir das décadas de 70 e 80 do século XX. O paradigma do jornalismo de comunicação pauta-se por mudanças assinaláveis no comportamento dos

meios de comunicação social, assentes, essencialmente, na subjetividade inerente ao discurso jornalístico e em estratégias de tratamento da informação como entretenimento, sobretudo devido ao aumento da competitividade do mercado mediático e ao surgimento de novos mercados e inovações no campo dos media. É, como defendemos anteriormente (Mota, 2017), a ideia da pós-verdade aplicada ao jornalismo, num momento em que as emoções e a subjetividade relegam tantas vezes os factos para segundo plano.

BIBLIOGRAFIA

- Brin, C., Charron, J. e Bonville, J. (2004). “Introduction”. In Collete, B., Charon, J. e Bonville, J. (eds) *Nature et transformation du journalisme: théorie et recherches empiriques*. Laval, Les Presses Universitaires de Laval, pp. 1-33.
- Coelho, N. (2014, 6 de janeiro) “Brilhar no berço do futebol e colocar Portugal no mapa”, *Diário de Notícias*, pp. X-XI.
- Cordeiro, A. (1984, 11 de maio) “A corrida da vida acabou para Agostinho”, *Diário de Notícias*, p. 12.

- Dayan, D. e Katz, E. (2005). As construções do luto após a morte de Diana. *Caleidoscópio*, 5/6, 65-68.
- Debord, G. (2002). *The society of the spectacle*. Canberra, Treason Press.
- Durkin, K. (2003). Death, dying and the dead in popular culture. Em C. Bryant, *Handbook of death and dying* (pp. 43-49). London, Sage Publications.
- Farinha, R. (2014, 6 de janeiro) “Eusébio pediu robalo ao almoço mas já não comeu”, *Jornal de Notícias*, p. 7.
- Ferreira, A. (2014, 6 de janeiro) “Eusébio património do mundo”, *Jornal de Notícias*, p. 2.
- Ferreira, A. B. e Cândia, F. (2014, 6 de janeiro) “Hoje não há clubes, é o clube Eusébio, mais nada”, *Diário de Notícias*, pp. 2-4.
- Foltyn, J. L. (2008). Dead famous and dead sexy: popular culture, forensics, and the rise of the corpse. *Mortality*, 13 (2), 153-173.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of peace research*, 2(1), 64-91.
- Gans, Herbert (1979). Deciding what's news. A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time. New York: Vintage.
- Gonçalves, R. R. (2009, 28 de fevereiro) “O último aventureiro português”, *Diário de Notícias*, pp. 56-57.
- Hanusch, F. (2008). Graphic death in the news media: present or absent? *Mortality*, 13, 301-317.
- Hanusch, F. (2010). *Representing death in the news: journalism, media and mortality*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Harcup, T. E O'Neill, D. (2017). “What is News?”. *Journalism Studies*, 18:12, pp. 1470-1488, DOI: 10.1080/1461670X.2016.1150193.
- Harcup, T. E O'Neill, D. (2001). “What is News? Galtung e Ruge revisited”. *Journalism Studies*, 2(1), pp. 261-280.
- Júnior, G. (2004). *Joaquim Agostinho: foto-biografia*. Torres Vedras: Câmara Municipal e Torres Vedras.
- Júnior, M. (1999a, 2 de janeiro) “Morreu Vítor Baptista aquele que foi o «maior»”, *Jornal de Notícias*, p. 46.
- Júnior, M. (1999b, 3 de janeiro) “O último adeus a Vítor Baptista”, *Jornal de Notícias*, p. 44.
- Lits, M. (2001). “Information, médias et récit médiatique”. *Belpégor, Littérature Populaire et Culture Média*, 1.1. Disponível em https://dalspace.library.dal.ca/bitstream/handle/10222/47643/01_01_Lits_Info_cont.pdf?sequence=1&isAllowed=y [consultado em 4 de junho de 2016].
- Lits, M. (1993). Édition spéciale: le roi est mort. In M. Lits (Ed.), *Le roi est mort... émotion et médias* (pp. 13-24). Bruxelles: Éditions Vie Ouvrière.
- M. E. (2009, 22 de fevereiro) “Aventureiro destemido deixa legado inigualável”, *Diário de Notícias*, p. 63.
- Malheiro, J. (2012). *Eusébio: a biografia autorizada*. Vila do Conde: Quidnovi.
- Mangas, F. (2014, 6 de janeiro) “Como Salazar fintou o goleador”, *Diário de Notícias*, pp. XVIII-XIX.
- Martins, M. L. (2011). *Crise no castelo da cultura: das estrelas para os ecrãs*. Coimbra, Grácio Editor.
- McQuail, D. (1992). *Media Performance. Mass Communication and the public interest*. Londres: Sage.
- Megre, J. (1999). *30 anos de aventura: do Paris Dakar à Antártida*. Lisboa: Organizações Aventura, lda – J. Megre.
- Mesquita, M. (2003). *O quarto equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- Mota, J. M. (2017). A cobertura da morte de figuras públicas na imprensa por-

- tuguesa. *Estudos em Comunicação*, 25, 201-234. DOI: 10.20287/ec.n25.v1.a12
- Nogueira, C. (2014, 6 de janeiro) “Um mito que nunca conheceu fronteiras”, *Diário de Notícias*, pp. II-III.
- O’Neill, D. (2012). “No cause for celebration: the rise of celebrity news values in the British quality press”. *Journalism Education*, 1(2), pp. 26-44.
- Oliveira, M. (2008). “Sensibilidade, mas com bom senso. Tratamento informativo da Dor”. In Pinto, M. e Marinho, S. (org.), *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI*. Porto, Campo de Letras, pp. 213-225.
- Patterson, T. E. (2003). Tendências do jornalismo contemporâneo: estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a democracia?. *Media & Jornalismo*, 2, 19-47.
- “Pavão – 100 figuras do futebol português” (2007, 13 de dezembro). *A Bola*. Retirado de http://web.archive.org/web/20071213051143/http://www.abola.pt/publica/100f/index.asp?n=f79&k=&titulos=1_em setembro de 2016.
- Pereira, M. (2009, 22 de fevereiro) “Morreu José Megre pioneiro do Dakar”, *Correio da Manhã*, p. 41.
- Ramonet, I. (1999). *A tirania da comunicação*. Porto, Campo de Letras.
- Rojek, C. (2001). *Celebrity*. Londres: Reaktion Books Ltd.
- Rowe, D. (2007). Sports Journalism: still the ‘toy department’ of the news media? *Journalism*, 8, 385-405.
- Rowe, D. (2004). *Sport, culture and the media*. Berkshire: Open University Press
- Santos, H. F. (1984, 12 de maio). Milhares de pessoas despediram-se de Agostinho. *Correio da Manhã*, pp. 36-37.
- Sousa, C. G., Laranjo, T. e Lopes, O. (2014, 6 de janeiro) “Mundo chora o rei”, *Correio da Manhã*, p. 4.
- Traquina, N. (2002). *O que é jornalismo*. Lisboa: Quimera Editores.
- Vaz, J. (2014, 6 de janeiro) “Conquistou a glória com simplicidade”, *Correio da Manhã*, p. 8.
- “Vitor Baptista – 100 figuras do futebol português” (2007, 13 de dezembro). *A Bola*. Retirado de <http://web.archive.org/web/20071212083325/http://www.abola.pt/publica/100f/index.asp?n=f98> em setembro de 2016.
- Walter, T., Littlewood, J. e Pickering, M. (1995). “Death in the news the public invigilation on private emotion”. *Sociology*, 4 (29), pp. 579-596.
- Wolf M. (2009). *Teorias da comunicação*. Barcelona: Editorial Presença.
- Wolton, D. (1999). *Pensar a comunicação*. Algés, Difel.