

# Carrilhões da bola

Quando escrevi, nestas mesmas colunas, que Simão tem mais mercado em Arroios ou em Algé do que nos grandes palcos internacionais, houve, como sempre, pessoas que compreenderam a mensagem; outras houve, também como sempre — porque o futebol há-de sempre flutuar entre a razão e a paixão —, a pensar que esse raciocínio resultava afinal de uma qualquer verve antibenfica natural e oportunisticamente inventada.

Como não tenho nenhum interesse, directo ou indirecto, na transferência de Simão seja para Inglaterra ou para a China, como aliás não tenho interesse algum seja em que transferência for, uma vez que o meu único 'interesse' é poder escrever em liberdade aquilo que penso sobre todas as matérias, mesmo as mais delicadas, é-me indiferente o destino que os jogadores tomam como me é totalmente indiferente os negócios que os clubes realizam. No meu papel de jornalista há muito ligado à área da opinião, a única coisa que verdadeiramente me interessa é não sentir condicionantes para elogiar o desempenho deste ou daquele ou para criticar a acção desta ou daquela individualidade. Sou, como todos somos, uma pessoa de afectos, mas não faço qualquer esforço para evitar confundir as coisas.

Vivemos num País em que pelos hábitos criados na área da comunicação a componente comercial sobrepõe-se à parte editorial. Dispensa-se a natural maturação e crescimento profissionais.

Manuel Maria Carrilho lançou um debate necessário sobre a natureza do jornalismo que se faz em Portugal. No meio dos disparos, talvez tenha atingido um ou outro jornalista injustamente. Conheço Ricardo Costa, director da SIC Notícias, e não vejo má-fé nas suas decisões ou orientações editoriais. Tem sido um grande defensor do plura-

lismo de opiniões, e, no meu caso, em regime de total independência em relação a lóbis ou grupos de pressão, sei que não é fácil resistir a certos chamamentos. Sei quem tenta condicionar as escolhas, sei quem são os intermediários, sei quem é que leva os recados e sei quem é que alinha. Sei quem é que faz o trabalho dentro dos clubes e sei quem é que, dentro das redacções, alimenta as pressões externas. Ricardo Costa não merece ser apanhado na matilha de rafeiros que foram caçados e depois largados para contagiar a raiva peçonhenta. Mas Carrilho toca na ferida: qual é o papel das agências de comunicação? Desviar do caminho os incómodos? Comprar opinião? É verdade aquilo que se diz por aí à boca cheia que há jornalistas, na área do desporto, a receber avanços de empresários de futebol? As acusações feitas por Carrilho a Cunha Vaz, entre outras coisas director de Comunicação do Benfica, são gravis-



**Simão, Robert Pires, Queiroz. O 'código de Carrilho' também se estende ao 'jornalismo desportivo'**

[rui@santos@netcabo.pt](mailto:rui@santos@netcabo.pt)

simas e certamente correrão os seus trâmites legais. É aceitável os jornais, através das suas manchetes bombásticas, ajudarem ao negócio na presunção de que também se ajudam no negócio de vender informação ou o folclore que fazem dela? Esta semana, n' 'A Bola', onde deixei raízes e onde trabalhei durante 26 anos (com máximo amor à camisola), voltaram à carga com Simão. Pri-



meiro, através de uma declaração de Mourinho cuja interpretação foi distorcida. Logo de seguida, a reacção (sem conteúdo) do próprio Simão. Eu sei que é preciso vender Simão a todo o custo. Mas se Mourinho não lhe der a mão, a verdade é que ninguém lhe pega. Aliás, já foi dito que não há propostas. Há uma possibilidade de Mourinho conseguir livrar-se de Shaun Wright-Philips, joga-

dor que lhe foi impingido e do qual nunca gostou. Simão pertence a um fundo e, nessa lógica — lógica comercial e financeira —, talvez pudesse merecer a atenção do Chelsea. Mas se fosse um jogador imprescindível do ponto de vista das opções técnicas de José Mourinho já estaria em Stamford Bridge. Então, que jornalismo é este? É o mesmo jornalismo que dá como certo Carlos Queiroz no Benfica.