

## PROJETO DE EXTENSÃO “COMUNICANDO A COPA”: DA FACULDADE PARA O MUNDO

Gilze Bara<sup>1</sup>  
Gustavo Burla<sup>2</sup>

### RESUMO

Quando da realização de uma Copa do Mundo de Futebol, pessoas de todo o planeta ficam ávidas por informações. E foi isso o que o Projeto de Extensão “Comunicando a Copa”, do CES/JF, proporcionou: uma cobertura jornalística e informativa do maior evento esportivo do mundo. Durante 48 dias, 20 estudantes de Jornalismo e Publicidade, juntamente com dois professores, produziram 337 materiais, entre notícias, reportagens e crônicas esportivas sobre os jogos do Mundial 2018. Os materiais foram postados no blog CesCom e em redes sociais (Facebook e Instagram). Os estudantes também narraram jogos da Copa, que foram transmitidos ao vivo, via *streaming*, pela página do Projeto no Facebook. Além de promover a informação, a iniciativa proporcionou treinamento para as alunas e os alunos envolvidos.

**Palavras-chave:** Cobertura experimental. Copa do Mundo 2018. Futebol. CesCom.

### 1 INTRODUÇÃO

A Copa do Mundo de Futebol é um dos maiores eventos do planeta – não só no universo esportivo. Pessoas de todo o mundo acompanham os jogos da Copa. Mas muitas delas não podem assistir às transmissões televisivas ao vivo das partidas, por estarem em horário de trabalho e de outras atividades. E procuram notícias relacionadas ao Mundial – buscam notícias, sobretudo, na internet.

---

<sup>1</sup> Docente dos Cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF) e responsável pelo Projeto de Extensão “Comunicando a Copa”. E-mail: gilzebara@cesjf.br

<sup>2</sup> Docente dos Cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF). E-mail: gustavo.burla@cesjf.br

A realização da Copa do Mundo de Futebol 2018, na Rússia, foi uma excelente oportunidade para que nossos alunos participassem da cobertura do evento e, com isso, passassem pelo treinamento de uma situação que poderá ser real no futuro, além de terem seus materiais acessados pelo público em geral. Apesar de não estarem *in loco*, nossos alunos acompanharam as partidas de futebol, produziram notícias e geraram conteúdo sobre a Copa em um blog específico, chamado Cobertura Experimental CesCom ([copadomundocescom.wordpress.com](http://copadomundocescom.wordpress.com)) e em redes sociais (Facebook e Instagram). Além disso, fizeram a narração radiofônica de alguns jogos, via *streaming*<sup>3</sup>.

Este artigo apresenta os referenciais teóricos que embasaram a realização do Projeto de Extensão “Comunicando a Copa”, bem como sua metodologia e seus resultados.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O desenvolvimento da imprensa esportiva no Brasil está diretamente relacionado à chegada e ao crescimento do futebol no país. O britânico Charles Miller, que havia estudado e jogado o esporte por dez anos na Inglaterra, chegou a São Paulo determinado em continuar a praticá-lo (RIBEIRO, 2007). Em 1900, Miller conheceu Mário Cardim, que se tornou, posteriormente, o primeiro repórter esportivo da história do país e, nas duas primeiras décadas do século XX, “principal figura da imprensa esportiva brasileira” (RIBEIRO, 2007, p. 20).

Bezerra (2008) entende que o futebol é um produto cultural da sociedade do espetáculo, e os jornalistas são os artistas responsáveis por vendê-lo, angariando audiência. A autora aponta a TV como o principal meio

<sup>3</sup> “**Streaming** é uma tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a Internet, e foi criada para tornar as conexões mais rápidas.” Fonte: <https://www.significados.com.br/streaming/> Acesso em 30/11/2018.

responsável pela espetacularização do esporte. A imagem e o som criam uma carga de emoção que faz o esporte ser “inserido na identidade da sociedade [...], quase um DNA deste povo” (BEZERRA, 2008, p. 18).

Para DaMatta (1994), o futebol teria sido para o Brasil o “primeiro professor de democracia e de igualdade”, por produzir “ganhadores e perdedores sem subtrair de nenhum disputante o nome, a honra e a vergonha” (DAMATTA, 1994, p. 12). O autor aponta o esporte e a cultura como pausas na realidade, atraindo o brasileiro, que sempre enfrentou pesadas rotinas de trabalho. Por ter regras claras e iguais para todos, além de alternância entre vencedores, o futebol tornou-se, segundo DaMatta (1994), a primeira experiência de igualdade para o brasileiro.

Se o cotidiano nos apresenta poderosos e impotentes que jamais trocam de lugar, o futebol nos apresenta um espetáculo no qual vencedores e perdedores se alternam sistematicamente. Aprende-se, pois, que a alternância na glória é a glória da alternância – base da igualdade e da justiça modernas. (DAMATTA, 1994, p. 17)

O futebol, além de promover essa experiência de igualdade, contribui, ainda, para a formação da identidade individual e coletiva.

De fato, essa relação entre povo e futebol tem sido tão profunda e produtiva que muitos brasileiros se esquecem de que o futebol foi inventado na Inglaterra e pensam que ele é, como a mulata, o samba, a feijoada e a saudade, um produto brasileiro. Tal ousadia em mudar uma história recente e bem documentada apenas indica o quanto o “futebol” mobiliza e apaixona as massas. Provavelmente, conforme muitos têm acentuado, porque é uma atividade que indubitavelmente promove sentimentos básicos de identidade individual e coletiva entre nós. (DAMATTA, 1994, p.12)

Para Gastaldo (2002), o fortalecimento do futebol como marca da cultura brasileira veio com a conquista da primeira Copa do Mundo, em 1958, na Suécia. Com a vitória, criou-se, por parte do povo, uma identidade única, um jeito brasileiro – e diferente de todos – de se jogar futebol. Traços como a malandragem e a esperteza, já presentes no contexto sociocultural

brasileiro mesmo antes da popularização do futebol, foram os principais ingredientes do novo estereótipo futebolístico, marcado também pelas jogadas criativas e extremamente técnicas. Comparado ao estilo de jogo dos europeus, o nosso já se mostrava totalmente diferente, mais plástico, com menos imposição física e necessidade de uso da força. Estas características passaram a ser motivo de orgulho para a população brasileira. Gastaldo (2002) aponta as Copas do Mundo como principais épocas de celebração do patriotismo, com um “clima de competição internacional em que o Brasil é sempre favorito, ‘o melhor do mundo’, mesmo quando perde” (GASTALDO, 2002, p. 22). Feriados ou jornadas de trabalho em expediente reduzido são decretados em dias de jogo da Seleção, e as pessoas se unem de uma forma que não acontece em outras datas, vestindo as cores do país e indo às ruas torcer e comemorar. Aquino (2002, p. 81) exemplifica essa paixão:

No retorno ao Brasil, a delegação saiu do Aeroporto Internacional do Galeão sobre um carro do Corpo de Bombeiros, sendo ovacionada por onde passava até ser recebida pelo próprio Presidente da República! Nas ruas, o povo não cessava de cantar a marcha “A Taça do Mundo é nossa” [...] O sonho tornara-se realidade! E o futebol ajudou o “feliz 1958, o ano que não devia terminar”.

O futebol entrou no coração do brasileiro e se transformou em uma paixão nacional. E que precisa ser noticiado. Essa é a função do jornalismo esportivo.

O jornalismo esportivo é, antes de mais nada, jornalismo, como afirma Unzelte (2009) e concordam Barbeiro e Rangel (2006, p. 13): “Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, econômico, social. [...] A essência não muda porque sua natureza é única e está intimamente ligada às regras da ética e ao interesse público”. O fundamental, segundo Barbeiro e Rangel (2006), é sempre a busca pela imparcialidade, pela neutralidade no assunto e, conseqüentemente, o compromisso com a verdade. Com o passar dos

anos, o jornalismo esportivo, que antes era pouco valorizado e não chegava a ser uma editoria, vem se modernizando constantemente. E hoje é uma das editorias mais disputadas.

A especialização em jornalismo esportivo lida com o alto risco de parcialidade, pois tanto jornalistas quanto leitores têm preferências por determinados times ou atletas. Por isso, o profissional da área deve tomar cuidado com a paixão ou a repulsa que seu texto pode provocar no público. Segundo Unzelte (2009, p. 15), “a paixão é inerente ao esporte e, por extensão, à atividade do jornalista esportivo. Mais inteligente do que negá-la é saber lidar tanto com sua paixão quanto com a dos outros”. Coelho (2011) alerta que, apesar de a notícia configurar-se como a razão de ser do jornalista, esta é, muitas vezes, esquecida, justamente devido à paixão que move os jornalistas esportivos. Como Unzelte (2009, p. 9) reitera, “a prática do (bom) jornalismo é, antes de tudo, a prática do próprio jornalismo, de suas técnicas e de seus conceitos mais sagrados (e consagrados), como a objetividade e a imparcialidade.”

Para Barbeiro e Rangel (2013), não existe outra área do jornalismo na qual informação e entretenimento estejam tão intimamente ligados quanto no jornalismo esportivo. A proximidade entre as duas áreas cria confusão, sobretudo para o público. Para diferenciar o jornalismo esportivo do entretenimento, os autores afirmam que o jornalista deve ter pautas e cumpri-las – algo que é habitual em outras editorias, mas que, às vezes, não é seguido com frequência quando se diz respeito ao esporte. Outro fundamento do jornalismo apontado pelos autores é o da relevância e do interesse público. Com objetividade e rigidez, “o jornalismo deve fiscalizar rigidamente todas as autoridades esportivas e publicar o que considerar de interesse público, agrade ou não às fontes e aos protagonistas” (BARBEIRO e RANGEL, 2013, p. 116).

Em todas as editorias jornalísticas, há um perfil preferencial de profissional. De acordo com Unzelte (2009), no caso do jornalismo esportivo,

um dos traços mais valorizados é o gosto pelo esporte, o que “não é, por si, garantia de sucesso na profissão” (UNZELTE, 2009, p. 8). Mas o apaixonado leva vantagem, principalmente, pela familiaridade com o esporte e a carga extra de informações adquiridas durante a vida. O essencial, no entanto, é “gostar da atividade jornalística em si, [...] de buscar a informação, de escrever [...] Bons jornalistas podem se transformar em bons jornalistas esportivos, porém maus jornalistas serão sempre maus jornalistas [...]” (UNZELTE, 2009, p. 7).

O jornalismo esportivo é destaque em todas as plataformas de comunicação: impresso, rádio, televisão e web. E, em cada uma, tem características específicas. Vamos nos ater, neste artigo, à web e ao rádio, que foram os suportes utilizados no Projeto de Extensão “Comunicando a Copa”.

A Internet mudou a forma de acesso das pessoas à informação: “Não podemos deixar de assumir que a Internet proporcionou um acesso à informação de maneira única” (FERRARI, 2010, p. 79). A instantaneidade e a interatividade da informação via web transformaram também os jornalistas. Na área esportiva, há uma necessidade de informação cada vez mais imediata. Coelho (2011) reitera este pensamento por meio da crítica ao fato de que, na internet, a velocidade com que se colocam as notícias no ar, de preferência sempre à frente dos concorrentes, é priorizada em relação a alguns valores do jornalismo, como a precisão de informação que vem do cuidado com a apuração. Unzelte (2009) concorda que, no esporte, isso é ainda mais gritante. Ao lado disso, está a velocidade com que o conteúdo veiculado atualmente é consumido – o público consome rapidamente as informações e está sempre ávido por novas notícias. Mesmo com esta velocidade, Coelho (2011) enaltece o exercício das funções básicas do jornalismo. “Vergonha, para jornalista, é equivocar-se na informação, coisa comum quando se trata de apuração.” (COELHO, 2011, p.59)

Na produção de textos digitais, Ferrari (2010) acredita que a abertura da matéria online deve atrair ainda mais o leitor, sendo transparente e clara, não

dando tempo para que o internauta saia da página e da notícia em que se encontra e oferecendo razões para a continuidade da leitura. Já durante o restante do texto, a autora indica a preferência pelo uso de verbos fortes, no presente, em sentenças concisas, simples e declarativas, sempre de forma ativa.

Barbeiro e Rangel (2006) afirmam que a linguagem deve ser acessível a qualquer interessado, sem economizar didatismo. Unzelte (2009) destaca que todo jornalista esportivo deve dominar principalmente duas técnicas da profissão: a do lide e a da pirâmide invertida. Barbeiro e Rangel (2006) enfatizam que há tempo, mesmo no jornalismo esportivo, para a construção de pautas e reportagens mais elaboradas, sendo esta possibilidade um diferencial competitivo e qualitativo no meio atualmente.

Ferrari (2010) defende que “conteúdo tornou-se a palavra da moda nos tempos da proliferação de sites. E não foi à toa: é em busca de conteúdo – mais até mesmo do que de serviços – que as pessoas acessam a maioria dos sites” (FERRARI, 2010, p. 39). E Unzelte (2009) afirma ainda que muitos sites esportivos vêm caminhando cada vez mais para o enriquecimento de seu conteúdo, apostando, por exemplo, em reportagens especiais. Outros, em contrapartida, “[...] parecem ainda não ter dado conta do mínimo de agilidade que um veículo como a internet exige” (UNZELTE, 2009, p. 82).

No rádio, a transmissão de uma partida de futebol chama-se jornada esportiva. Ela começa com o pré-jogo, passa pela transmissão da partida propriamente dita, incluindo o intervalo entre os dois tempos, e acaba no pós-jogo, com análises dos gols e da rodada da competição, além de informações sobre a classificação do torneio e a projeção dos próximos confrontos. As transmissões de jogos são sempre um trabalho em equipe, com vários profissionais atuando em conjunto. A equipe da jornada esportiva possui o time técnico, que não aparece, mas é fundamental na viabilização da transmissão, e aqueles que falam na transmissão: o narrador, os repórteres de campo, o comentarista e o plantonista – ou plantão (COELHO, 2011).

O narrador é quem conduz a transmissão, informando todo o andamento da partida. Ele descreve as jogadas em detalhes, com o cuidado de informar onde está a bola – se de um lado do campo ou do outro, se à direita, à esquerda ou ao centro do gramado, se próximo ao meio de campo, à grande ou à pequena área. O narrador nomeia os jogadores que participam dos lances, informa o que cada um fez e como fez. E também as marcações do árbitro e dos auxiliares. O narrador tem a missão de, por meio das palavras, criar imagens mentais nos ouvintes (COELHO, 2011).

Segundo Guerra (2012, p. 19), “a narração de uma partida de futebol é um espetáculo eminentemente radiofônico”. Uma das principais marcas da narração de futebol no rádio é a emoção.

É justamente em cima deste clima de emoção, de tensão, de paixão, que a narrativa radiofônica se apropria e retém o ouvinte. Na fala do narrador está a garantia de que o espetáculo é sempre bom e que tudo pode acontecer. O rádio trabalha com o imaginário e o locutor será melhor e mais prestigiado à medida que for capaz de transmitir, e mais, inventar o jogo. (GUERRA, 2012, p. 42)

Para Unzelte (2009), a função do narrador é a que exige mais preparo técnico:

Para essa primeira função, sim, é preciso se preocupar com a voz e, mais do que isso, com o ritmo da narração. É das três a que exige maior preparo técnico, além de certa dose de talento inato para a coisa. Para exercê-la, no entanto, nem seria preciso ser jornalista formado. (UNZELTE, 2009, p. 80).

Uma das características dos locutores é a criação de bordões, termos próprios, que os identificam e permitem colocar sua marca na transmissão, sendo lembrados pelos ouvintes. Guerra (2012) afirma que esse linguajar ajuda não só na identificação do locutor, mas também no entendimento da partida por parte dos torcedores. Também Garcia (2015) faz considerações sobre os bordões:

As primeiras narrações esportivas primavam pela sobriedade e pela exatidão na descrição dos lances, evitando o uso de palavras que pudessem suscitar dúvidas nos ouvintes. Com o decorrer dos anos, os radialistas passaram a utilizar uma linguagem mais coloquial, com termos modernos e neologismos. (GARCIA, 2015, p. 24).

Os repórteres de campo exercem, segundo Unzelte (2009), a função mais jornalística dentro de uma transmissão. Posicionados próximo às traves de cada lado do gramado, eles dão detalhes das jogadas, além de apresentarem notícias sobre a preparação para o jogo e a movimentação nos bancos de reserva.

O repórter de campo é a função, de fato, mais jornalística. Do jogo de cintura para se colocar um craque no ar, ao vivo, durante uma transmissão, até o rol de perguntas que é preciso elencar ao longo de uma entrevista, tudo nessa atividade lembra o fazer jornalístico de qualquer outro veículo ou editoria. (UNZELTE, 2009, p. 80).

Já o comentarista tem a atribuição de analisar taticamente a partida. Unzelte (2009) compara essa função a de um editor de jornal, ou seja, para ser comentarista é preciso ter maior conhecimento sobre como é o futebol dentro das quatro linhas.

E o plantonista ou plantão é “aquele cara que, no meio do jogo, interrompe o locutor para anunciar um gol em algum lugar e que ao final da jornada esportiva volta para dar o placar de todos os jogos do dia” (UNZELTE, 2009, p. 80). Com a facilidade e acesso às informações, algumas transmissões, atualmente, não contam mais com a figura do plantonista – suas funções passam a ser realizadas pela equipe de produção (busca pelas informações) e pelo narrador (divulgação das informações).

### 3 METODOLOGIA

O Projeto de Extensão “Comunicando a Copa” reuniu 20 alunas e alunos dos cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, sob supervisão de dois professores (Gilze Bara e

Gustavo Burla). Para a realização do Projeto, inicialmente foram definidos os formatos da comunicação digital no blog CesCom e nas redes sociais, bem como a forma de cobertura da Copa da Rússia.

Em seguida, foi iniciada a produção de conteúdos para as plataformas digitais. Antes de ser divulgado, todo o conteúdo produzido pelos estudantes foi corrigido e avaliado pelos professores envolvidos no Projeto de Extensão. Foram feitas e postadas reportagens sobre todas as seleções que disputaram a Copa do Mundo 2018, sobre os jogos (pré-jogo e pós-jogo), sobre curiosidades relacionadas às seleções e ao Mundial de Futebol, bem como crônicas esportivas.

Em relação à narração radiofônica dos jogos, foi utilizado o Laboratório de Rádio dos Cursos de Jornalismo e Publicidade, com sua infraestrutura e um aparelho televisor. Os alunos e alunas participantes da narração das partidas assistiram, ao vivo, a alguns jogos transmitidos por emissoras televisivas durante a Copa e fizeram a narração radiofônica das mesmas, ao vivo (transmissão simultânea), via *streaming*, por meio da página da Cobertura Experimental CesCom no Facebook. Isso, claro, depois de participarem de treinamento a respeito. Cada partida narrada contou com estudantes nas funções de narrador, comentarista, repórteres de campo e operador técnico.

Com o término do Projeto, foi realizada reunião de avaliação com os estudantes participantes do mesmo, que foram os seguintes: Alex Periard Lopes, Alice Moreira Couto, Álvaro Ferreira Fernandes, Arthur Barreto de Souza Couto, Bernardo de Paula Ribeiro, Bruno Lopardi Brigatto, Carolina de Medeiros Reis Moraes, Fernanda Gomes Keller Oliveira, Franklin Nathaniel Nascimento Ribeiro, Gabriele Nery Flor, Gabriel Lutterbach Pereira Rezende, João Marcos Souza Santos Nunes Bisca, Maria Antônia Sampaio, Mateus José Guedes Oliveira, Otávio Augusto Marques Cortes, Thais dos Santos Moreira (bolsista), Thiago Abdon de Oliveira, Yuri Henrique Lopes de Oliveira, Vinicius Serra Antunes e Vítor de Almeida Biscotto.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante a cobertura da Copa do Mundo 2018, foram postadas no blog CesCom, no período de 30/05/2018 a 16/07/2018, 17 crônicas esportivas e 254 notícias e reportagens. Além disso, graças à parceria efetivada com o Projeto Hupokhondría, de Juiz de Fora, foram postados 66 textos literários relativos aos países participantes do Mundial, referentes à coluna chamada Copa Literária. Portanto, no total, foram 337 materiais produzidos e postados no blog – muitos com repercussão nas redes sociais do Projeto e das pessoas que os escreveram.

A cobertura experimental proporcionou a promoção de treinamento para os alunos participantes do Projeto de Extensão, tanto em relação à cobertura de um evento em âmbito mundial, quanto à produção de conteúdos relativos ao mesmo. Além disso, apresentou possibilidades futuras de trabalho/atuação para os estudantes do CES/JF, a partir do contato com o Projeto, e contribuiu na consolidação do blog CesCom como referência de informação, em seu formato tradicional e também em novas abordagens, amparadas em redes sociais. Os materiais jornalísticos veiculados promoveram a informação para diversas pessoas que acessarem o blog e as redes sociais do Projeto – foram mais de seis mil acessos só ao blog CesCom, feitos não só do Brasil, mas de outros países. Com isso, o “Comunicando a Copa” contribuiu para a informação de uma parcela da sociedade, bem como para a divulgação dos cursos de Jornalismo e Publicidade do CES/JF e da marca CES/JF como instituição promotora de informação, incentivando nossos alunos e potenciais alunos.

Como produção científica advinda do Projeto de Extensão, foi produzido este artigo. O “Comunicando a Copa” também participou do Seminário de Extensão e Pesquisa 2018 do CES/JF, realizado de 05 a 07/11/2018, por meio de um pôster exposto no campus Academia no dia 05/11/2018 e no campus Arnaldo Janssen no dia 07/11/2018. E além da própria repercussão na web por meio dos acessos ao blog e às redes sociais, o Projeto foi tema de reportagem

veiculada na TV Integração (TV Globo Juiz de Fora, Zona da Mata e Campos das Vertentes), no telejornal MGTV 1ª edição, no Quadro MGTec, no dia 11/07/2018, com cerca de 5 minutos de duração.

### 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que o Projeto de Extensão “Comunicando a Copa” cumpriu seus objetivos. Ele propiciou um treinamento interessante para nossos alunos, tanto em relação à produção de conteúdo para o blog e para as redes sociais, quanto à narração das partidas de futebol, uma vez que essa prática exige conhecimento técnico, talento e, sobretudo, treinamento para toda a equipe envolvida: narrador, comentarista, repórteres de campo e operadores de som – equipe que atua no pré-jogo, no jogo, no intervalo e no pós-jogo.

Além disso, este Projeto de Extensão ofereceu a oportunidade para alunos e alunas de Jornalismo e Publicidade do CES-JF escreverem notícias/contéudo e praticarem/treinarem a narração de jogos de futebol em diferentes funções, bem como gerenciarem as redes sociais do Projeto. Também levou a produção dos nossos estudantes ao público em geral, estendendo os benefícios do Projeto à comunidade como um todo, uma vez que o blog e as redes sociais (Facebook e Instagram) serviram como canal de informação para pessoas de todas as partes do mundo.

### ABSTRACT

When a World Cup is held, people from all over the world are hungry for information. And that was what the CES / JF Extension Project "Communicating the Cup" provided: a journalistic and informative coverage of the biggest sporting event in the world. For 48 days, 20 journalism and advertising students, along with two professors, produced 337 materials, including news, reports and sports reports on the 2018 World Cup games. The materials were posted on the CesCom blog and on social networks (Facebook and Instagram). The students also narrated World Cup games, which were streamed live via the Project Facebook page. In addition to promoting information, the initiative provided training for the students and the students involved.

Keywords: Experimental coverage. World Cup 2018. Soccer. CesCom.

## REFERÊNCIAS

- AQUINO, Rubim Santos Leão de. **Futebol, uma paixão nacional**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. 2 ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.
- BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O futebol midiático**: uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos. Mestrado em Comunicação. São Paulo: Cásper Líbero, 2008. Disponível em <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/02/04-O-futebol-midiatico.pdf>
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2011.
- DAMATTA, Roberto. **Antropologia do óbvio**: notas em torno do significado social do futebol brasileiro. In: Revista USP, n. 22. São Paulo: USP, 1994. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/26954/28732>
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- GARCIA, Marcos Sperli. **Craques do Microfone**: a história dos grandes locutores esportivos. Rio de Janeiro: Maquinaria, 2015.
- GASTALDO, Édison. **Pátria, chuteiras e propaganda**: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo. São Paulo: Annablume; São Leopoldo: Unisinos, 2002.
- GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV: o jogo da narração**: a imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Juiz de Fora: Juizforana, 2012.
- RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo**: histórias da imprensa esportiva do Brasil. São Paulo: Terceiro nome, 2007.
- UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo**: relatos de uma paixão. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.