

## **A importância do ano de 2006 para a história do jornalismo esportivo na mídia local de Juiz de Fora**

ALVIN, Bianca. Jornalista e mestrande em Comunicação e Sociedade na Universidade Federal de Juiz de Fora – MG. Bolsista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. E-mail: [biaas@terra.com.br](mailto:biaas@terra.com.br). Grupo Temático: Comunicações Científicas – História do Jornalismo.

Esse texto analisa um momento importante da história do jornalismo esportivo na região de Juiz de Fora, cidade pólo da Zona da Mata Mineira. O artigo analisa a mídia esportiva juizforana durante o Campeonato Mineiro do Módulo Dois de 2006, ano que o time da cidade, Tupi Futebol Clube, subiu para a primeira divisão deste campeonato. Atualmente, o Tupi é o único representante da cidade nas competições profissionais de campo e com isso a identificação dos juizforanos com o clube é muito grande. Dessa forma, o trabalho busca demonstrar que neste período o jornalismo esportivo da cidade teve um comportamento diferenciado, havendo um envolvimento emocional e/ou político entre os meios de comunicação de Juiz de Fora e o Tupi. Para o registro histórico deste período, o seu objeto empírico é a análise das seções de esporte do jornal Tribuna de Minas, Jornal Panorama e MGTV 2ª edição. Além da pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo, se destaca no trabalho a metodologia de Li-Chang Shuen, que prevê a análise de conteúdo por meio de critérios de noticiabilidade geral do jornalismo e de outros específicos do esporte. Dessa forma, o artigo visa analisar o fazer jornalístico em Juiz de Fora como forma de conhecimento e registro do Tupi e do jornalismo esportivo local na cidade.

Palavras-chave: História do Jornalismo; Jornalismo Esportivo local; Identidade.

A cidade de Juiz de Fora tem uma longa história no que se refere à mídia impressa. A cidade já teve muitos jornais em circulação, mas desde meados da década de 1990 contou apenas com dois diários: Tribuna de Minas (em circulação desde de 1981) e Diário Regional (lançado em 1994). Mas em novembro de 2003, a cidade ganhou um novo periódico, o Jornal Panorama, que se anunciava não apenas como um novo jornal em Juiz de Fora, que tinha a intenção de fazer frente à Tribuna de Minas, mas como um produto jornalístico inovador, autônomo.

Nestes jornais, a editoria de esporte possui uma grande quantidade de matérias nacionais, sobretudo de times cariocas. As matérias relacionadas ao esporte local são reduzidas e há uma supremacia de textos sobre o Tupi, único time representante do

futebol profissional da cidade, minimizando ou praticamente excluindo a cobertura de outras atividades esportivas na cidade e região.

A trajetória da televisão juizforana também é longa. A cidade é o primeiro município do interior, a ter uma estação geradora de sinais de TV, na América Latina. Apesar de ter tido diversas emissoras de televisão, atualmente a cidade conta apenas três canais abertos locais: a TV Panorama, A TV Alterosa e a TVE.

No esporte, a cobertura jornalística fica a cargo da TV Panorama, que possui um bloco de esportes dentro do telejornal MGTV, tanto na primeira quanto na segunda edição. Neste veículo, a cobertura esportiva se aproxima do impresso, um espaço maior dedicado ao nacional e um tempo reduzido ao esporte local, que é representado, sobretudo pelo Tupi.

Mas percebemos, na história do jornalismo esportivo juizforano, que nem sempre foi assim. Um programa que merece destaque nesta história é o Panorama Esporte, que estreou no dia 14 de maio de 2000, com apresentação de Sérgio Rodrigues e reportagens de Antônio Marcos. No programa eram exibidas matérias que não tinham espaço para veiculação no Globo Esporte de Belo Horizonte, mas que tinham relevância para o público juizforano. Isto porque retratavam acontecimentos esportivos da cidade, da zona da mata e vertentes.

O Panorama Esporte era exibido de segunda à sexta-feira, ao meio dia, e as matérias contavam com uma participação ativa dos jornalistas, no qual muitas vezes eles eram atores nas matérias.

Na época do surgimento do Programa, era desenvolvido o Projeto Esporte XXI uma parceria entre a TV Panorama e a UFJF por meio do qual eram promovidas diversas atividades esportivas, durante o ano, na região da zona da mata. Isto acabava criando um calendário esportivo para o Panorama Esporte. Além disso, o Programa realizava a cobertura esportiva do time de futebol profissional da cidade, o Tupi Futebol Clube.

Em outubro de 2005 o Panorama Esporte saiu da grade de programação da TV Panorama. A cobertura jornalística do esporte da região se tornou um bloco dentro do MGTV, tanto na primeira quanto na segunda edição.

Atualmente, a cobertura jornalística esportiva local dos meios de comunicação juizforanos está centrada no Tupi, que é o único representante da cidade nas

competições profissionais de campo e com isso a identificação dos juizforanos com o clube é muito grande. O time foi fundado em 26 de maio de 1912 e ganhou o primeiro campeonato profissional em 1933<sup>1</sup>. O maior ganhador de títulos da cidade inaugurou, em 1932, o estádio em Santa Terezinha, onde realiza seus treinos.

Neste artigo, será analisada a mídia esportiva juizforana durante o Campeonato Mineiro do Módulo Dois de 2006, ano que o Tupi Futebol Clube, subiu para a primeira divisão deste campeonato.

O trabalho tem como objeto a cobertura esportiva realizada nos jornais Tribuna de Minas e Panorama no período de 12 de abril a 19 de abril, no MGTV 2ª edição, entre os dias de 11 de abril a 18 de abril e na revista publicada pelas Organizações Panorama em comemoração ao retorno do Tupi a primeira divisão.

Para o estudo, foi utilizado o quadro de critérios de noticiabilidade construído por Li-Chang Shuen. Neste quadro são salientados os critérios válidos para a seleção de notícias em geral e os válidos somente para as notícias do esporte.

O quadro [...] apresenta uma síntese descritiva dos critérios observados, que foram classificados em *válidos para notícia de esporte (NE)*, com referência a critérios mais ligados ao jornalismo esportivo, e *válidos para as notícias de um modo geral (N)*, porque identificados com a universalidade jornalística. O quadro traz ainda um quantitativo de ocorrências destes critérios, sendo que tivemos o cuidado de lembrar que uma mesma reportagem pode apresentar mais de um critério de noticiabilidade (SHUEN, 2006, p. 04).

Na análise também se levou em consideração o formato das matérias; os recursos utilizados; as fontes ouvidas; o uso de adjetivos e orações adversativas; verbos utilizados e o tempo dedicado ao esporte e ao Tupi.

Durante o estudo dos jornais impressos, na Tribuna de Minas, percebemos que as matérias são favoráveis ao Tupi, ainda que seja em menor escala quando comparado à cobertura feita pelo Jornal Panorama. Isso porque na Tribuna de Minas o espaço dado ao esporte, sobretudo ao Tupi, é reduzido, sem matérias mais elaboradas ou uso de atrativos (fotos, gráficos, seção de opinião, chamada nas capas). “Priorizar as reportagens, utilizar outras ferramentas de linguagem, como fotografias, boa

---

<sup>1</sup> Em Juiz de Fora havia uma liga independente, que envolvia times da Zona da Mata e Campos das Vertentes.

diagramação, artes (no caso de jornais e revistas), pode transformar uma reportagem mediana em um produto interessante aos olhos do leitor” (BARBEIRO. 2006, p. 42).

Por outro lado, o jornal também se mostra parcial ao não investir em matérias investigativas e não realizar questionamentos, como por exemplo, quanto ao monopólio do Tupi no futebol profissional da cidade. Conforme Barbeiro (2006, p.21), é preciso que o jornalista esportivo esteja sempre atento aos fatos que ocorrem fora desta editoria, pois existem aspectos econômicos, políticos, internacionais que afetam diretamente o esporte. “É necessário o detalhamento, a escolha de um ângulo ainda não explorado, procurar descobrir o possível impacto daquelas informações no tema tratado” (BARBEIRO, 2006, p. 21).

Há também, na Tribuna, a tentativa de amenizar, nos textos e títulos, os resultados negativos do time. Porém, o aspecto mais importante é há omissão dos problemas relacionados com o Tupi e até mesmo do seu patrocinador (Organizações Panorama), concorrente de impresso. Na realidade, o que podemos perceber é que existe um conformismo geral dos meios de comunicação de Juiz de Fora com os problemas de atuação do Tupi, no campeonato, e do time de maneira geral. Essas omissões poderiam ser atribuídas ao medo de “atrapalhar” o desenvolvimento do Galo Carijó e perder parte dos seus leitores - torcedores.

Já na cobertura esportiva feita pelo Jornal Panorama, observamos que houve a tentativa de atrair o leitor - torcedor de várias formas, como por meio da criação da coluna “Cantando de Galo”, que trazia curiosidades a respeito do cotidiano do Tupi e da vida de seus jogadores.

Essa ação de tentar comover a torcida em favor do Tupi é melhor compreendida quando levamos em conta que o jornal faz parte das Organizações Panorama, uma das patrocinadoras do time. Esse patrocínio, por sua vez e mesmo o apoio do veículo de comunicação ao Tupi, seriam usados mais tarde como argumento do presidente da OP.COM, Omar Peres, em sua candidatura ao senado. A utilização do esporte como escalada já elegeu deputado estaduais (Reinaldo, ex- atlético mineiro; Roberto Dinamite, Vasco) e deputados federais (Márcio Braga, presidente do Flamengo e Eurico Miranda, presidente do Vasco).

Segundo Heródoto Barbeiro (2006, p.120), esse vínculo entre esporte e poder é antigo, desde as olimpíadas gregas havia essa mistura. Os reis das cidades desfilavam ao

lado do campeão olímpico. “O próprio Presidente da República do período, o general Emílio Garrastazu Médici, simbolizava a figura de torcedor nº1, e o desejo de unificação nacional – tão ao gosto dos militares da época – [...]” (MARQUES, 2005, p. 150).

Este interesse influenciou a cobertura jornalística dos veículos de comunicação da Organização Panorama. Percebemos isso, na revista feita em comemoração a volta do Tupi à primeira divisão, em que as matérias se confundiam com material publicitário em torno da imagem da OP.COM.

No MGTV 2ª Edição isso também ocorre. Mas destacamos como problema maior a falta de um bom telejornalismo, sem o uso adequado dos recursos deste tipo de mídia na cobertura realizada. As matérias não têm imagens e formatação que despertam o interesse do público. “O jornalista esportivo pode ilustrar a matéria com dados, seja na matéria ou em gráficos, sobre atletas, clubes e competições, como os principais fundamentos explorados pelos atletas e pela equipe durante a competição ou no decorrer da carreira, [...]” (MALULY, 2006, p.54).

Notamos ainda que no telejornal a preocupação em se ter imagens como fonte de informação não é central na composição das matérias. São variadas imagens de treinos sem movimento de câmera e nenhum apelo. Foram apenas duas vezes que conseguimos perceber boas imagens, além disso, uma das matérias que tinha imagens bem produzidas era de arquivo.

Esta falta de boas imagens também está relacionada ao formato das matérias. Das sete matérias analisadas, três eram stand up<sup>2</sup>, o que reduz a exibição de imagens, concentrando a câmera no jornalista e no entrevistado.

A falta de inovação e de criatividade nas matérias apresentadas durante este período na MGTV 2ª Edição, resultam em matérias superficiais e que não afetam diretamente o público.

Li-Chang Shuen (2006, p. 06) propõe a análise de alguns aspectos específicos nas notícias sobre esporte. É a existência, por exemplo, da narrativa de redenção e superação, ou seja, de pela edição das matérias despertar a emoção nas pessoas. O que notamos em nossa análise é que não houve nenhuma matéria que atendesse a este

---

<sup>2</sup> De acordo com Bittencourt o stand up é a "forma de apresentação de uma notícia em que só aparece o repórter" (1993, p.104). Também chamado de flash, especialmente quando realizado ao vivo, nesse formato também é possível incluir uma entrevista ou sonora.

critério. Como consequência, as matérias são frias e não atingem a própria essência do esporte, que lida com a paixão do torcedor, como aponta Barbeiro: “A emoção é a própria alma do esporte. Ela está nos olhos do jogador que faz o gol do título, na decepção da derrota, nas piscinas, quadra e pistas. Em nenhuma outra área do jornalismo a informação e o entretenimento estão tão próximos” (2006, p.45).

A falta de impacto passional nas matérias esportivas do MGTV 2ª edição pode ser explicada pela prática do jornalismo agenda, descrito da seguinte forma:

agenda é apenas um indicativo que alguma coisa está para acontecer, não sofre nenhuma avaliação crítica e pode até gerar pauta. Mas por si só não é uma pauta. A agenda não tem proposta nem direcionamento, nem as premissas pelas quais caminham as investigações jornalísticas. Agenda de treinos e jogos da semana na são pauta (BARBEIRO, 2006 , p. 29).

Este tipo de fazer jornalístico está relacionado com a factualidade, que se refere apenas aos treinos, resultados de jogos e à classificação de equipes. Não há elaboração de matérias aprofundadas. Até mesmo as novidades já são esperadas, como a escalação, contusão e contratações. Percebemos que isso ocorre na cobertura do objeto tomado empírico do estudo, como nas quais as novidades, quando existem, estão relacionadas com este tema.

Outro critério válido para o esporte é a ocorrência de competições. As práticas esportivas por si só geram competições e o jornalismo tenta cobrir estas competições. Porém, percebemos em nossa análise que existe o registro da competição, mas que as matérias só exploram o time da cidade (Tupi), e deixam de lado os conteúdos sobre os adversários. Com esta ação não há o conflito e conseqüentemente deixa de haver a explicitação de outro requisito do jornalismo esportivo, a rivalidade e provocação. Nesse sentido seria preciso explorar o outro lado também, o que aguça os sentidos dos torcedores e faz com que ele acompanhe a repercussão das provocações.

O público no mundo esportivo também está preocupado com o resultado da partida, principalmente quando não é esperado.

Em televisão, o resultado há algum tempo deixou de ser a principal notícia esportiva. Ele, em muitos casos, é apenas um acessório em meio ao fluxo informativo, mesmo sendo imprescindível quando a notícia trata de disputas e competições. Mas o resultado ainda aponta como o

grande critério de seleção especialmente quando é inesperado ou improvável (SHUEN, 2006, p.11).

Porém poucas vezes no MGTV 2ª Edição as matérias diziam respeito a um resultado inesperado, uma vez que as equipes que disputaram o Campeonato Mineiro do Módulo Dois de 2006 tinham um equilíbrio no nível técnico da disputa.

Outra característica que foi observada na análise foram os potenciais de humor, entretenimento e espetáculo. Essas características são em geral presentes nas matérias esportivas, oferecendo leveza e momentos de diversão ao telespectador. Durante o período analisado duas matérias conseguiram apresentar essas especificidades.: a matéria do dia 12/04 que noticiava um campeonato de vídeo-game e outra veiculada em 15/04 que tinha como tema apelidos, ambas tendo como personagens os jogadores do Tupi.

Contudo é preciso ter cuidado ao usar a criatividade nos textos pois a prioridade é a informação. O conteúdo tem que ser relevante para o telespectador sendo um erro, como alerta Barbeiro “transformar um evento esportivo em grande espetáculo no qual o simples passe de um jogador para outro é narrado com grande entusiasmo é exagero.” (BARBEIRO, 2006, p.45).

Também é necessário ter cautela no uso de curiosidades e fatos inusitados como elemento das matérias esportivas já que seu uso demasiado acaba se tornando rotina e reduzindo o interesse. Durante o período de análise do MGTV 2ª Edição, o programa conseguiu manter o equilíbrio mesclando quatro matérias com esse recurso e três de narração mais simples.

Os textos em algumas matérias casam com as imagens e isso é importante para o entendimento da matéria como um todo, já que em TV o relato visual complementa o áudio. Mas isto deveria acontecer em todas as matérias veiculadas no período.

Um outro fator que deveria ter sido mais explorado pelo programa seria a personificação e a apresentação de historias com interesse humano. Essa característica é uma valorização contemporânea e gera identificação e projeção do espectador. Conforme, Li-Chang Shuen, os noticiários esportivos se pautam cada vez mais em personagens, sejam eles anônimos ou celebridades (2006, p.08).

As fontes, nesse sentido, devem variar de acordo com as matérias. Mas em nossa análise percebemos o uso demasiado, quase hegemônico do treinador do Tupi como

fonte. Apenas em uma matéria ele não foi ouvido. As outras fontes são jogadores; em nenhum momento houve entrevistas com torcedores, especialistas e outros profissionais. O que também ocorreu nos impressos.

Dessa maneira, os textos não apresentam grandes novidades ou mudanças. Isto aconteceu nas matérias veiculadas nos dias 13/04 e 14/04, que eram um stand up com entrevista do técnico do Tupi, Zé Luís. Nas duas matérias a fala do repórter destacava que só havia treinos físicos e as perguntas giravam em torno das mudanças no time para o próximo jogo.

Vale ainda destacar que nas entrevistas realizadas no programa, na maioria das vezes, o repórter já “anunciava” as respostas, o que é negativo no jornalismo: “Não faça perguntas que já vêm com a resposta embutida, ou perguntas que já vêm com várias respostas, como uma questão de múltipla escolha, para o entrevistado apenas escolher uma delas” (BARBEIRO, 2006, p.36). O ideal seria apresentar questões que consigam fugir do lugar comum, para despertar um interesse maior no público.

O telespectador é fundamental no jornalismo. Atingir um maior número de pessoas seja, qualquer editoria, é um objetivo a ser perseguido. De acordo com nossa análise o programa consegue atingir apenas os torcedores do Tupi, já que o bloco esportivo é quase todo dedicado a ele. Isto ocorreria pelo fato do Tupi ser o único representante do futebol profissional na cidade. Mas existe interesse em outras atividades, algumas amadoras, que não são veiculadas pela hegemonia do futebol profissional na cobertura esportiva de Juiz de Fora.

Esse domínio faz com que as matérias relacionadas ao time do Tupi tenham destaque, tendo sempre aparição garantida nas escaladas<sup>3</sup> e nas passagens de blocos<sup>4</sup> do programa. Esta, é uma estratégia importante pois desperta o interesse do telespectador em assistir o último bloco, que é dedicado ao esporte.

Esse destaque dado ao Galo Carijó, forma pela qual o time é conhecido, também é percebida no tratamento dado as derrotas e dificuldades enfrentados pelo Tupi. Nesse sentido há o uso recorrente de adversativas mostrando que existem problemas, mas destacando os pontos “positivos” e as possibilidades de recuperação do clube.

Além disso, percebemos que o texto das matérias utiliza adjetivos para enfatizar um gol, um jogador, uma ação. Mas deve-se registrar a necessidade de cuidado para não

---

<sup>3</sup> As escaladas aparecem no início dos telejornais e são as manchetes do programa.

<sup>4</sup> Passagem de blocos são textos curtos que anunciam as matérias que serão exibidas nos próximos blocos.



destacar demais um acontecimento ou um jogador. É necessário também evitar “gerúndios, acúmulo de verbos em locuções e excesso de verbos auxiliares” (BARBEIRO, 2006, p. 52). Dessa forma, muitas vezes a objetividade do repórter nas matérias fica comprometida.

Ainda assim, o que falta nas matérias do MGTV 2ª edição e de forma mais específica no bloco de esportes é emoção, a capacidade de contagiar o público. Isto ocorre porque a maioria das matérias são entrevistas desinteressantes em que os textos só descrevem escalação, jogos e ações do cotidiano dos jogadores. “A linguagem utilizada pelos jornalistas esportivos é justamente aquela que, no campo do futebol, por exemplo, eles mais combatem: sem graça, equivalente a um empate sem gols.” (BARBEIRO, 2006, p. 51). Outra característica presente na cobertura esportiva dos meios de comunicação de Juiz de Fora é que o repórter muitas vezes é contaminado pela emoção. Esse clima envolvente e emotivo já é uma característica própria do jornalismo esportivo, mas seu uso excessivo pode prejudicar a reportagem porque, conforme o alerta já explicitado por Barbeiro (2006) “transformar um evento esportivo em grande espetáculo no qual o simples passe de um jogador para outro é narrado com grande entusiasmo é exagero” (BARBEIRO, 2006, p. 45).

Concluimos assim que há um viés político/emocional na cobertura que seria comum, sobretudo em veículos de comunicação que frágeis economicamente e/ou quando seus donos possuem algum envolvimento político ou econômico com um time / torcida.

A falta de questionamento, comprometimento público dos jornalistas em relação às ações de marketing, voltadas ao Tupi Futebol Clube foi além da cobertura do Campeonato Mineiro do Modulo Dois em 2006.

Neste mesmo ano, edição de 10 de outubro foi anunciada a contratação do atacante Romário, que jogaria no Tupi. O Jornal Panorama criou uma grande euforia e expectativa em parte da população. Porém, essa contratação não se confirmou pois, segundo a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), o atacante não poderia ter assinado contrato com o Tupi, já que jogava no Miami F.C até 17 de setembro, sendo 31 de agosto a data limite para a transferência internacional. Assim a informação da edição do dia 10 de outubro de 2006 do Jornal Panorama de que todas as providências seriam tomadas para que não houvesse impedimento na contratação não se concretizou e o

Romário não pode atuar pelo Tupi. Essa notícia, por sua vez, não foi noticiada pelos veículos de comunicação da OP. Com e não teve o mesmo destaque na Tribuna de Minas. Essa omissão de dados constitui um dos problemas percebido no jornalismo local. Na realidade o público tinha o direito a esta informação, mas não teve acesso aos desdobramentos do caso.

Percebemos de maneira geral, que o jornalismo esportivo local tem ganhado cada vez mais espaço nos dias atuais, uma vez que a globalização também da mídia aguça o interesse das pessoas por notícias da região onde estão instaladas.

Mas para atender a esse interesse concluímos que a mídia local de Juiz de Fora resolveu investir numa cobertura/ campanha do Tupi no Campeonato Mineiro do Módulo Dois. Fato que marcou a história do jornalismo esportivo juizforano.

Porém como evitar que os meios de comunicação da cidade tenham um envolvimento político e/ou emocional com o time da cidade? Para que isto não ocorra o primeiro passo é a conscientização dos próprios jornalistas. É necessário que os jornalistas tenham um suporte adequado, como por exemplo, acesso a um banco de dados atualizado. O jornalista esportivo tem que estar sempre investindo em cursos sobre o tema e também na profissionalização da área.

O perfil atual é de um profissional que fala no mínimo um idioma estrangeiro fluentemente e domina com facilidade importantes ferramentas de trabalho, como e-mail, processadores de texto, laptop, câmeras digitais etc. Este novo jornalista esportivo também exibe um conhecimento mais amplo de todas as modalidades esportivas e tem em geral menos resistência a fazer matérias tanto de futebol quanto dos chamados esporte olímpicos (BARBEIRO, 2006, p. 20).

Outra abordagem que deve ser colocada em prática é a proposta do jornalismo cívico, no qual os interesses na cobertura esportiva estarão condicionados aos interesses dos cidadãos e não dos mandatários. Segundo Nelson Traquina (2001, p. 180), o jornalismo público ou civil defende um papel mais ativo do jornalismo no espaço público e nas resoluções dos problemas das comunidades.

Para se implementar essa nova categoria do jornalismo, conforme Merritt (apud Traquina), são necessárias algumas mudanças. A função do jornalismo deve ir além da missão de publicar notícias, isto é, a proposta é trabalhar para melhorar a vida pública.

O novo jornalista tem que estar preocupado com as ligações adequadas. As fontes não devem ser vistas apenas como consumidoras e sim como agentes.

Além disso, é fundamental realizar matérias investigativas e questionamentos que são do interesse do leitor e telespectador, mesmo que isso contrarie os interesses dos poderosos locais. É importante também fugir da prática do jornalismo agenda e investir em profissionais que possam elaborar boas pautas, que gerem matérias de qualidade.

Os jornalistas esportivos precisam, assim como os jornalistas de outras editorias, atentar para a ética na profissão. Por isso é importante que ele mantenha de suas fontes um distanciamento profissional.

Além disso, é necessário dar voz igual para todas as fontes e não realizar “tietagem”: “Não arme para sempre cobrir ou fazer os jogos do seu clube de coração. Além de prejudicar o trabalho de outros colegas, você pode ficar taxado como ‘jornalista-torcedor’, o que arranhará sua imagem profissional” (BARBEIRO, 2006, p.114).

Com essas informações, o jornalista estará realizando de forma efetiva o jornalismo de proximidade e assim o receptor contará com uma mídia local de qualidade e um jornalismo esportivo que mereça destaque.

## REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto, RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

BITTENCOURT, Luís Carlos. **Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1993.

MALULY, Luciano. O jornalismo esportivo e a técnica de reprotagem. In: MARQUES, José Carlos, CARVALHO, Sérgio, CAMARGO, Vera Regina T. (Org.). **Comunicação e Esporte: Tendências**. Santa Maria: Palotti. 2005. p.45 – 60.

MARQUES, José Carlos, CARVALHO, Sérgio, CAMARGO, Vera Regina T. (Org.). **Comunicação e Esporte: Tendências**. Santa Maria: Palotti. 2005.

SHUEN, Li-Chang. Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento. In: IV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2006, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: SBJOR e UFRS. (CD’Rom).