



O Papel do Rádio na Divulgação do Futebol Local¹

André Luiz de Mesquita Vieira²

Fabiano José Morais da Silva³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN

RESUMO

O rádio possui papel fundamental na propagação, divulgação e informação sobre o futebol, um dos únicos produtos a serem divulgados de forma gratuita por esse veículo de comunicação. O futebol possui o privilégio de ser divulgado sem nenhum custo, visto que também pode ser considerado um produto, um evento. As resenhas esportivas nas rádios ocorrem diariamente, com repórteres que cobrem o dia a dia dos clubes e deixam o torcedor ouvinte de futebol informado sobre o que ocorre e divulga a marca dos clubes. Em Mossoró-RN rádios AM e FM também transmitem e divulgam o futebol, no entanto possuindo modelos um pouco diferentes na propagação do esporte. Vale salientar ainda a força que o rádio possui nas cidades do interior, principalmente no caso do radiojornalismo esportivo que possui mais espaço para a divulgação do futebol do que as tevês. Estas muitas vezes destinam pouco tempo da sua programação para o esporte. Logo o rádio é mais procurado pelos torcedores que buscam informações dos seus clubes locais. O presente artigo tem como objetivo saber como as equipes esportivas de rádio ajudam a divulgar o futebol local, como é feita essa divulgação e como as informações são coletadas. Observa-se também que o rádio esportivo, mesmo sendo um veículo de grande importância, não possui o apoio necessário e reconhecimento pelos empresários locais.

Palavras-chave: Rádio, futebol, divulgação, equipes esportivas de rádio.

ABSTRACT

The radio has a primary role in the propagation, dissemination and information on football, one of the only products to be released for free through this communication vehicle. Football has the privilege of being published at no cost, as it can also be considered a product, an event. Sports reviews on radios occur daily with reporters covering the day to day club and leave the listener football fan posted on what happens and disclose the brand of clubs. In Mossoró- RN - AM and FM radios also transmit and distribute football, however having a bit different in the spread of the sport models. It is also worth highlighting the strength that radio has in inner cities, especially in the case of sports radio journalism that has more space for the dissemination of football than TVs. These often meant little time in your schedule for the sport. Soon the radio is most sought after by fans who seek information from their local clubs. This article aims to find out how sports teams radio help promote local football, as such disclosure is made and how the information is collected is observed also that the sports radio, even being a vehicle of great importance not Have the necessary support and recognition by local entrepreneurs.

Keywords : Radio, football, dissemination , radio sports teams

¹Artigo científico submetido a análise para publicação no INTERCOM Nordeste 2014 – João Pessoa/ PB.

² Autor. Discente do curso de Comunicação Social, 4º período – Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN Campus Central de Mossoró/RN.

³ Coautor. Docente do curso de comunicação social na Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN Campus central de Mossoró/RN.



1 INTRODUÇÃO

Sendo um dos veículos de comunicação de massa mais antigos o rádio promove eventos, músicas, artistas e produz programas de gosto popular. Desde o início de suas transmissões esportivas, em especial a transmissão do futebol, o rádio fascina o torcedor e amantes do esporte. Mesmo quando estão no estádio acompanhando as partidas dos clubes de coração, muitos torcedores não abandonam o rádio e optam por acompanhar a partida também pelo veículo, sempre em busca de emoção e de informações.

De acordo com Ribeiro (2007, p. 89)

O rádio não fascinava apenas os profissionais que queriam praticar a arte do jornalismo. Jogadores e dirigentes sabiam que o novo veículo de comunicação seria um importante instrumento de divulgação de suas conquistas e realizações.

Entende-se que o rádio é bastante importante para os clubes de futebol, dirigentes e abnegados a partir do momento em que promove e divulga esse evento de forma gratuita, sendo, talvez, o único evento promovido sem custos para os donos do produto, no caso os clubes e federações que organizam as competições.

O presente artigo tem como tema o papel do rádio na divulgação do futebol local, tendo como problemática saber como as equipes esportivas de rádio ajudam a divulgar o futebol local. A partir deste tema e da problemática levantada tem-se como objetivo geral saber como as equipes esportivas de rádio ajudam a divulgar o futebol local e, como objetivo específico, saber como é feita a divulgação nas rádios, como são coletadas as informações e se esse trabalho contribui para os clubes locais.

Para melhor compreensão e organização o presente artigo está organizado através de alguns tópicos, onde se aborda assuntos sobre a problemática envolvida. Inicialmente explana-se, através de um breve histórico, sobre a chegada do rádio no Brasil, explicando e contando a história de como aconteceu à primeira transmissão de uma partida de futebol no Brasil. Em seguida, explica-se como acontecem às resenhas nas rádios locais e as transmissões de futebol, detalhando ainda as características das resenhas e transmissões do rádio AM e do rádio FM fazendo, também, uma comparação sobre os dois tipos de rádio e como trabalham o produto futebol. Aborda-se, ainda, a questão da propaganda gratuita que o rádio faz do futebol e da força deste veículo de comunicação nas cidades do interior, Por fim é feita a análise dos questionamentos aplicados aos chefes das equipes esportivas de rádio estudadas.



A metodologia utilizada no trabalho é de pesquisa descritiva e qualitativa, tendo como objeto de estudo as rádios AM e FM de Mossoró-RN que transmitiam futebol até o ano de 2013. A coleta de dados se deu através de fontes primárias, com o questionamento aberto aplicado aos chefes das equipes esportivas e de fontes secundárias, como a pesquisa em livros e artigos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 BREVE HISTÓRICO

O rádio possui grande importância na divulgação e promoção de eventos na sociedade em que vivemos. A muitos anos esse meio divulga e promove os mais variados tipos de eventos, tornando-se ainda mais importante quando se trata de futebol, onde as pessoas buscam no rádio informações e ouvem as transmissões ao vivo que o veículo realiza de maneira única, com suas peculiaridades. De acordo com Ribeiro (2007), logo quando chegou ao Brasil Charles Miller buscou junto a amigos a divulgação do futebol que o mesmo trazia na bagagem, em grandes jornais de São Paulo e da então capital, Rio de Janeiro. No entanto naquela época o futebol ainda não era um esporte tão tradicional como hoje em dia e logo foi recusado pelos jornais da época.

De acordo com Ribeiro (2007), com vários outros fatos importantes, sem contar a política local e nacional, não havia tanto espaço para a divulgação do futebol que era praticado nas várzeas e em alguns campos de terra da cidade. Porém não se podia negar que o esporte era a diversão de toda a turma de imigrantes. No entanto, mesmo sem muita divulgação inicialmente, uma hora ou outra aquele esporte que começava a atrair tanta gente teria que ser divulgado em algum lugar.

Ribeiro (2007, p. 23) explica:

Emplacar pautas relacionadas ao futebol naquele cenário de São Paulo era muito difícil. Mas fechar os olhos para o crescimento do futebol nas várzeas parecia um grave erro de avaliação dos responsáveis pelos principais jornais da época.

As notícias sobre o esporte, até então pouco conhecido, estavam cada vez mais próximas de serem divulgadas, com o apelo popular. Os jornais começavam a ceder e divulgar pequenas notas sobre o futebol. Ribeiro (2007, p. 26) caracteriza que: “o jornalismo esportivo brasileiro teria nascido em 1856, com *O atleta*, passando receitas para o aprimoramento físico dos habitantes do Rio de Janeiro”. Assim o futebol passou a ser



divulgado de forma frequente nos grandes jornais de São Paulo e do Rio de Janeiro. Começou com notinhas sobre os jogos, resultados e depois ganhou espaço próprio, sendo criado até cadernos de esporte para divulgação especial do futebol que tomava de conta dessas cidades do Brasil. Porém as notícias nos jornais chegavam apenas no dia seguinte, depois de algum tempo. Faltava algum veículo que transmitisse o futebol em tempo real.

Como Ribeiro (2007, p. 75) descreve:

Se no início do século XX Charles Miller batalhou para que notícias do futebol fossem divulgadas pelos jornais paulistanos, Nicolau Tuma, um jovem estudante de Direito, de apenas 20 anos, foi quem convenceu seus patrões da Rádio Educadora Paulista a transmitir na íntegra, pela primeira vez na história do rádio, uma partida de futebol. O jogo escolhido para a transmissão foi entre as equipes de São Paulo e Paraná, válido pelo Campeonato Brasileiro de 1931.

A partir daí começaram a tomar forma às transmissões do futebol no rádio, onde o torcedor acompanhava em tempo real e com muita emoção um dos esportes mais populares do mundo. Como aponta Ribeiro (2007), em 19 de julho de 1931, Tuma e sua equipe, com os equipamentos de transmissão, pegaram um táxi e foram rumo ao estádio da Floresta. Faltando poucos minutos para iniciar a partida o jovem locutor anunciou para os ouvintes: “Como repórter, vou transmitir daqui tudo aquilo que for acontecendo em campo...” Assim iniciaram-se as transmissões de futebol pelo rádio.

2.2 RESENHAS ESPORTIVAS E AS TRANSMISSÕES DAS RÁDIOS LOCAIS

As resenhas esportivas e transmissões de jogos dos clubes locais são um dos produtos de algumas das rádios da cidade de Mossoró-RN. Historicamente as rádios AM possuem maior tradição e departamentos esportivos ativados durante o ano todo. Os departamentos contam com resenha diária, geralmente de uma hora, onde nesse tipo de programa esportivo participa um apresentador/âncora e dois repórteres, os chamados setoristas, cada um cobrindo o dia a dia de um clube e passando as informações, detalhadamente, naquele horário, como veremos com mais precisão no tópico seguinte, onde detalharemos a maneira de cada rádio.

Até o ano de 2013 três rádios transmitiam os jogos dos clubes de Mossoró, tanto quando os mesmos jogavam na cidade de origem, como também quando atuavam fora. A transmissão geralmente começa antes de a bola rolar, com informações e, dependendo da emissora, participação do ouvinte. A transmissão do jogo não foge do tradicional modelo, como descreve Barbeiro e Rangel (2006, p. 65):



A transmissão esportiva que se consagrou no Brasil foi a irradiação do futebol. Um locutor postado na cabine, no centro do estádio, um repórter atrás de cada gol, um comentarista ao seu lado, um plantão esportivo com informações de outros jogos e repórteres em outros estádios.

E até hoje as transmissões de futebol no Brasil acontecem assim, desde o menor ao maior campeonato. Em Mossoró o modelo não é diferente.

2.2.1 Modelo das rádios AM

Até 2013 duas rádios transmitiam todos os jogos dos clubes locais e mantinham uma resenha diária com informações dos clubes. A rádio Difusora de Mossoró é uma delas e, das que ainda estão em atividade, a mais antiga. A rádio Difusora mantém uma resenha de segunda a sexta, das 18h às 19h, (Panorama Esportivo), apresentado pelo coordenador da equipe de esportes, Pádua Júnior e com a participação de dois repórteres, Ítalo Praxedes, que cobre o dia a dia do Potiguar de Mossoró e, Alcivan Silva, que cobre o dia a dia do Baraúnas e, é também, um dos narradores da emissora.

A resenha sempre começa com o apresentador chamando os repórteres que dão os destaques do dia do clube que cobrem em seguida. Cada um detalha as notícias mais importantes do dia do clube. Frequentemente, mas não obrigatoriamente todos os dias, algumas reportagens são apresentadas, o que é muito importante na divulgação da notícia. De acordo com Barbeiro e Rangel (2006, p. 20): “uma boa reportagem depende de boas perguntas feitas para as pessoas certas no momento adequado”.

O programa também abre espaço para o torcedor participar ao vivo, através do telefone, contando também com uma boa dose de bom humor por parte dos cronistas envolvidos, o que pode-se dizer que é uma marca do programa. A resenha ajuda a divulgar o futebol local mantendo o torcedor por dentro das notícias dos clubes e ainda divulgando o futebol da cidade além-fronteiras, pois a rádio também pode ser sintonizada ao vivo e em tempo real pela internet. Além disso, promove sempre os jogos de forma gratuita. Tais partidas de futebol, como qualquer outro produto, são um evento e se fossem outro produto só seriam divulgadas perante pagamento. Logo, o que não ocorre dessa forma, pode-se dizer que acontece uma propaganda gratuita do evento.

As transmissões dos jogos são realizadas com o narrador, os repórteres, um comentarista e um plantonista. O narrador trata de transmitir o que ocorre no campo com muita emoção, já que o público não tem imagens do que está acontecendo.



Já o narrador de rádio deve criar imagens na mente do ouvinte e transportá-lo para o estádio. Muitas vezes a transmissão esportiva é tida como um espetáculo porque, em sua maioria, se centra em uma única pessoa, o narrador. (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 66)

Os repórteres participam quando chamados pelo narrador e detalham algo que o mesmo ou que o comentarista queira saber com mais precisão, já que está bem próximo ao campo de jogo. O comentarista tem a função de comentar o que ocorre em campo e fazer uma análise mais técnica e, por fim, o plantonista informa durante o jogo o placar de outros jogos.

Na rádio Tapuyo, da Rede Potiguar de comunicação (RPC) ocorre de maneira parecida como na Difusora, a resenha diária, o (RPC Esportes). Também vai ao ar diariamente, no mesmo horário da emissora concorrente. Também conta com um apresentador, Julimar Rodrigues, um dos narradores da emissora e, dois repórteres setoristas, Ubiratan Saldanha, que cobre o dia a dia do Baraúnas e Sueldo Leite, que cobre o dia a dia do Potiguar de Mossoró. O programa também começa com o apresentador chamando os repórteres para as manchetes do dia; em seguida o apresentador, que também comenta, faz sempre uma análise inicial de um assunto de maior relevância; depois entram os repórteres detalhando o que de mais importante ocorreu no dia a dia dos clubes. A resenha da RPC possui um caráter mais jornalístico não possuindo tantas pitadas de humor e, dificilmente, abre as linhas telefônicas para a participação dos ouvintes.

A transmissão de jogos na RPC é a que começa mais cedo. Aos domingos tem início às 14h com o programa “Nas ondas da RPC”, onde o torcedor liga e opina sobre o que está acontecendo com seu clube. Na transmissão do jogo ocorre praticamente da mesma forma que a Difusora, com um narrador, os repórteres, o comentarista e o plantonista. A RPC é conhecida por ter um dos melhores comentaristas da região, Alcindo Júnior, que é chamado de “o racional” por opinar com a razão. Segundo Barbeiro e Rangel (2006, p. 79): “o óbvio não precisa ser comentado”. Esse talvez seja um dos diferenciais desta equipe esportiva de rádio.

2.2.2 Modelo da rádio FM

Até o ano de 2013 apenas uma rádio FM transmitia jogos na cidade de Mossoró, no caso a Rádio Resistência (93 FM), transmitindo jogos tanto na cidade de origem dos clubes como os jogos fora de casa. Diferentemente das rádios AM a rádio 93 FM não possui resenha



diária, pelo menos não vinculada a equipe esportiva. Na transmissão dos jogos a rádio já começa bem próximo do horário do jogo, faltando apenas trinta minutos. Assim como nas rádios AM existe o narrador, o comentarista, o plantonista. A diferença neste caso é que utiliza apenas um repórter, mesmo na partida na cidade de origem, considerado o jogo principal. A rádio FM tem a vantagem de possuir uma maior qualidade no som e estar presente em praticamente todos os celulares. Assim como nas rádios AM, na FM se divulga e promovem as partidas de forma gratuita.

2.3 COMPARATIVO ENTRE OS MODELOS DE RÁDIO AM E FM

Após detalharmos como acontecem as resenhas e transmissões de jogos na rádio AM e FM, é relevante comparar esses dois modelos no âmbito esportivo. A primeira diferença que se pode perceber é que até o momento, em nossa cidade não existe a resenha esportiva no rádio FM; o mesmo se detém a transmissão dos jogos, começando inclusive próximo da hora da partida e não se alongando ao final. Outra diferença é a interação e detalhes que possuem no rádio AM, tanto nas resenhas diárias, como também nas transmissões que na rádio AM começam bem antes do horário dos jogos, permitindo interação com os ouvintes e muitas informações; por outro lado no rádio FM se tem um melhor som e a versatilidade de estar presente nos celulares.

Diante disso pode-se dizer que as equipes esportivas de rádio ajudam a divulgar o futebol local diariamente nas resenhas, quando divulgam as notícias dos clubes e, principalmente, promovem os jogos, no caso o evento, o produto. Ainda ocorre a divulgação nas partidas, como a transmissão daquele evento, momento em que se reúnem milhares de ouvintes e se divulga o produto, assim a divulgação nas rádios é feita nas resenhas e no momento dos jogos.

A coleta das informações que são veiculadas nas resenhas é obtida através dos repórteres que participam diariamente da vida o clube, indo aos treinamentos, as concentrações dos clubes e, ainda, com participação ao vivo nos programas, de dirigentes, técnicos e jogadores, através de entrevistas. Esse trabalho acabando contribuindo na divulgação da marca de cada clube da cidade, divulgando suas atividades, seus jogos, que são o seu produto principal e demais eventos que envolvem cada clube.



2.4 A PROPAGANDA GRATUITA E A FORÇA DO RÁDIO NO INTERIOR

O rádio, como muitos veículos de comunicação, vive da receita gerada pela venda de espaços publicitários na sua grade de programação. Além da publicidade tradicional veiculada nos intervalos existe também a venda de promoção e divulgação de eventos. Funciona quando a rádio fecha alguma parceria para divulgar eventos e transmiti-los; entretanto com o futebol isso é diferente, pois esse produto é divulgado nas resenhas, de forma gratuita, da maneira que já foi explicado, sendo ainda transmitido ao vivo para a cidade e outras localidades através da internet, fazendo assim a propaganda gratuita e divulgando esse esporte de enorme apelo. Esse trabalho contribui com os clubes divulgando a sua marca, trazendo assim mais visibilidade à instituição de futebol. De acordo com Crepaldi (2009) “Dentro da perspectiva acerca do conceito de cultura popular, no caso brasileiro, o futebol se enquadra no âmbito da cultura de massa, já que foi absorvido por diversos estratos sociais”. Visando atingir essa massa e os mais variados públicos e, conseqüentemente, a maior audiência é que as rádios divulgam esse produto de maneira gratuita para as massas e elites apaixonadas pelo esporte.

É importante falar também da força que o rádio possui nas cidades interioranas principalmente quando se fala em rádio esportivo. Isso ocorre porque os noticiários de televisão, geralmente das afiliadas a alguma emissora nacional, são muito curtos, dando mais ênfase aos clubes da capita e informando muito pouco sobre o que acontece com os clubes do interior; já as televisões locais no interior são poucas ou nenhum e, quando existem, possuem pouco espaço para o futebol. Então nota-se que as rádios percebem esse filão a ser explorado e muitas realizam amplas coberturas do futebol local, possuindo noticiários mais completos e mais atrativos para o torcedor que busca por informações dos clubes de sua cidade.

Crepal di (2009, p. 54) explica que:

Os empresários perceberam que o rádio era muito mais eficiente do que os outros meios como o impresso, principalmente devido ao grande número de analfabetos que vivia no Brasil. O rádio passou por um processo de ampliação para que pudesse absorver as suas novas missões: popularizar a programação e fazer programas atraentes para o público.

O futebol se encaixa justamente nessa programação popularizada e que atrai um enorme público. Tal motivo explica o investimento de empresários da comunicação nessa área. Nosso país, que é o chamado país do futebol, é apaixonado pelo esporte, levando grandes públicos aos estádios e a buscar informações do futebol, o que também ocorre de



forma plena em Mossoró. No Brasil e, também na nossa cidade, o futebol não é apenas um esporte, mas uma paixão, uma religião e um modo de vida a seguir.

Como descreve Crepaldi (2009, p. 41):

O futebol no Brasil vai muito além de uma simples atividade esportiva capaz de enriquecer cidadãos desprovidos de renda, ele está presente na vida dos indivíduos desde seu nascimento. Ao mesmo tempo em que meninas aprendem a brincar com bonecas e a se maquiarem, milhões de meninos brasileiros recebem como presentes em suas infâncias, além de carrinhos, bolas de futebol e camisas dos clubes para os quais pessoas próximas torcem e insistem em que o pequeno indivíduo também o faça.

Diante de todos esses fatores apresentados as equipes esportivas de rádio possuem grande valor e importância nas cidades interioranas do Brasil. De um modo geral trabalham com dificuldade e dedicação, ajudando a divulgar e levar o nome dos clubes locais para o público desportivo nesse esporte de enorme apelo popular, que é o futebol.

3 ANALISE DOS QUESTIONAMENTOS AOS CHEFES DAS EQUIPES ESPORTIVAS

A presente pesquisa tem como objeto de análise um questionário com a intenção de responder ao problema levantado pelo estudo. Foi elaborado 4 (quatro) questionamentos a serem respondido pelos chefes das equipes esportivas de rádio das emissoras de rádio AM e FM. Segue análise das respostas.

Primeiramente perguntou-se como as equipes esportivas de rádio ajudam a divulgar o futebol local, onde foi constatado que as emissoras divulgam bem o futebol, no entanto não possuem o reconhecimento devido perante a sociedade e também possíveis investidores, a venda de publicidade desse produto ainda é bastante difícil, mesmo assim as equipes tentam levar a melhor cobertura do futebol local até o torcedor, enfrentando ainda muitas dificuldades nesse trabalho diário. Os dois clubes locais possuem mídia gratuita, pois os jogos e eventos dos clubes são divulgados de graça pelas emissoras, assim o papel do rádio é fundamental para a divulgação e crescimento do futebol. Quanto à divulgação do futebol nas emissoras, tanto nas resenhas quanto nas transmissões, de acordo com as respostas as informações nas resenhas são divulgadas através dos chamados repórteres setoristas, onde um repórter é designado para fazer a cobertura de um clube diariamente e levar às informações ao



torcedor, quando os dirigentes necessitam também podem entrar em contato com as emissoras para esclarecer ou divulgar algo e até mesmo marcar entrevistas gravadas.

Perguntou-se ainda como são coletadas as informações das resenhas e podemos dizer que essas informações são coletadas nos treinos diários, através de assessor de imprensa, site oficial do clube e ainda através de fontes que os repórteres possuem. Para finalizar indagou-se sobre se esse trabalho contribui para os clubes locais, logo entende-se que contribui bastante, visto que sem mídia, sem propaganda, não há como divulgar os produtos e os clubes são uma marca que vendem um produto, são viáveis para a cidade e o estado, sendo donos de nomes fortes no cenário local e regional, necessitando de rádios fortes e o rádio de Mossoró, principalmente no que diz respeito a departamento de esporte é muito forte.

4 CONCLUSÃO

Percebe-se a importância que as rádios locais possuem para o futebol de Mossoró-RN, tanto na cobertura diária do nosso futebol, contribuindo com informações detalhadas para os torcedores que a buscam como também na transmissão dos jogos ao vivo, sendo muitas vezes o único veículo de comunicação a fazê-lo, possuindo assim enorme importância para os amantes do esporte, principalmente quando os clubes jogam fora de casa e a maioria da torcida não tem a possibilidade de acompanhar a partida *in loco* e nem a disposição outro meio para acompanhar a não ser o rádio.

Vale ressaltar também a importância das equipes esportivas de rádio para os clubes de futebol local já divulgam esse produto de forma gratuita, tanto nas resenhas quanto nos jogos, além de venderem a imagem dos clubes diariamente ao torcedor, levando informação e aproximando o clube da massa. Elas cumprem importante papel para o crescimento dos clubes, ajudam a divulgar e propagam o futebol local, muitas vezes sendo um elo entre a torcida e os clubes quando dirigentes se utilizam das resenhas para explicar algo a sua torcida ou promover um jogo.

Com esta pesquisa percebeu-se também a diferença entre o modelo de rádio esportivo AM e FM, onde no AM o futebol é um dos produtos carro-chefe, obtendo mais espaço, sendo mais detalhado diariamente e nas transmissões. Possui os tradicionais programas onde torcedores podem acompanhar detalhadamente o dia a dia do seu clube, ouvir dirigentes e saber tudo que ocorre dentro do seu clube de coração; já no rádio FM o produto é divulgado de forma mais sucinta, com transmissões mais enxutas, bem objetivas, dinâmicas e que tem a



facilidade de poder ser sintonizada além do rádio no tradicional, nos celulares, *smartphones* e novos meios digitais.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **MANUAL DO JORNALISMO ESPORTIVO**. 1ª ed.- São Paulo: contexto, 2006.

CREPALDI, Daniel Damasceno. **A PARTICIPAÇÃO DA RÁDIO NACIONAL NA DIFUSÃO DO FUTEBOL NO BRASIL NAS DÉCADAS DE 1930 E 40**. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Brasília, 2009. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S0102-69922010000100011&lng=en&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 15 jan. 2014.

RIBEIRO, André. **OS DONOS DO ESPETÁCULO: histórias da imprensa esportiva do Brasil**. 1ª ed.- [S.l.]: Terceiro none, 2007.