

# **Jornalismo esportivo: da cobertura olímpica ao projeto Rio 2016**

Carlos Augusto Tavares Junior

Universidade de São Paulo (USP). São Paulo. SP. Brasil.

Contato com o autor: ctavares98@gmail.com

**Resumo:** O potencial das interfaces nos processos comunicativos evidencia a produção midiática com informações em recursos interativos. Esses recursos são convergentes em meio ao desenvolvimento das transmissões esportivas, do entretenimento permeado pelo jornalismo, das tipicidades do Brasil e a identificação local do Rio de Janeiro, com cidade-sede dos Jogos Olímpicos de 2016. As pautas passam a aglutinar especialidades de diferentes editorias, além do tratamento multieditorial, como por exemplo, turismo e política na seção esportiva. Este trabalho visa a elaborar uma análise que se parte da mensagem jornalística olímpica diante dos processos comunicacionais da contemporaneidade.

**Palavras-chave:** Comunicação e esporte. Pauta jornalística. Jornalismo esportivo. Interfaces.

**Abstract: The sports Journalism: Olympic coverage of the Rio 2016.** The communication processes interfaces have made evident how the media productions and its interactive resources brought the convergence from the sport newsmaking: journalism and entertainment and the Brazilians identities on Rio de Janeiro, as the local host of the 2016 Summer Olympic Games. Sport agendas might deal with another specialty, such as tourism and politics at the same headline. This paper has the purpose to tackle the processes comprised from the message to the media production.

**Keywords:** Sports and Communication. Journalism agenda. Sports newsmaking. Interfaces.



## 1 Introdução

Este texto propõe discutir a pauta do jornalismo e as interfaces do esporte nesse processo comunicacional, a partir de um olhar externo a essa prática profissional. A escolha de um viés diferenciado se faz necessário para pontuar essa proposta: as diferentes especialidades em diversas leituras da produção em Comunicação Social, dividida entre as áreas de Jornalismo, Audiovisual, Publicidade, Propaganda e Relações Públicas.

Um primeiro fator aborda o eixo teórico, compartimentado em seções: ao utilizar termos técnicos próximos, do mesmo tema e, possivelmente, na mesma equipe de transmissão, a diferença de abordagem do termo pauta exige uma separação e uma definição em comum, de modo que esse tema não significa, na prática, algo como “roteirizar” tampouco “agendar”. Recorrer à deontologia, prática da produção jornalística, torna-se uma necessidade para uma experiência de âmbito transdisciplinar, ainda que algumas das teorias do jornalismo (MARQUES, 2012, p. 219) possam soar ecoadas e recicladas a esses profissionais.

Assim, uma definição de pauta, escrita ou explicada pelos próprios especialistas, pode exprimir *a priori* a busca pelo esclarecimento técnico e teórico sobre os assuntos reunidos e escritos em uma reportagem jornalística, definido previamente ou à medida que fatos, repercussão e desdobramento tangenciam (e cobrem) um assunto. Nesse contexto, o termo pauta assume uma conotação técnica, que sumariza uma compilação temática de assuntos definidos. Para Edvaldo Pereira Lima (1995, p. 60):

A criação de pauta não é ficção – inventar uma metarrealidade, contar histórias literárias sobre a vida, mas é, sem dúvida, a descoberta de ângulos, a busca de problemas iminentes ou subjacentes dessa mesma realidade. E nesse sentido os pauteiros e editores que se reúnem para programar seu dia de amanhã e o de hoje precisam de preparo técnico (conjunto de repertório cultural, aprendizado jornalístico e maturidade para assumir mudanças das rotinas) para desenvolver essas pautas, sugerir reportagens, relacionar temas, prever edições especiais. Porém raras vezes nos defrontamos com reportagens que articulem e aprofundem um determinado problema social o que reflete uma deficiência do jornalismo brasileiro.

Nesse sentido, a correlação imediata entre produção e difusão de conteúdo comunicativo, em que uma editoria cria conteúdos para uma assimilação facilitada e possibilita a obtenção de um resultado que dinamiza o entendimento da notícia. A produção de notícias esportivas possui um perfil diferenciado das demais editorias, com *modus operandi* diferenciado.



## A pauta esportiva do jornalismo: interfaces olímpicas e o projeto Rio 2016

Daí, a necessidade da compreensão de processos que envolvem um evento. “[...] editoria de esporte é o local da redação leve, suave, fácil, viva, em que cabem o humor, o pitoresco, o fato engraçado, as expressões consagradas pelo espírito popular e os modismos empregados em doses racionais”. (AMARAL, 1982, p. 89). A especialidade encontrada na “editoria esportiva” (ERBOLATO, 1981) acrescida da peculiaridade regional, local e global, além do âmbito geográfico do Brasil (DA MATTA, 1986), faz com que essa cobertura tenha um tratamento e diferencia de outras produções jornalísticas. A articulação da notícia passa a discorrer sobre assuntos multifacetados e podem envolver outras áreas. Dessa forma, uma destinação em apresentar a prática desportiva da maneira mais simplificada, ficar no encaixo do fácil entendimento (ou assimilação).

## 2 A Olimpíada de 2016 no Rio de Janeiro

A realização de torneios mundiais no Brasil proporcionou uma oportunidade de aproximação da pauta esportiva e olímpica de temas que não teriam a mesma consideração se o local do evento não fosse aqui, como: gastos com os jogos e construção infraestrutural, normalmente associada a uma editoria internacional, teve uma oportunidade de se expandir por um motivo que sem ser aqui, não teria o mesmo impacto.

Desse modo, as editorias passam a tratar as matérias da cobertura esportiva e fornecem indícios para o pressuposto de uma comunicação. Ou seja, passa a envolver assuntos mais complexos do cotidiano do brasileiro, como se qualquer problema se resolvesse (DA MATTA, 1986) pela abordagem esportiva. A identidade não apenas aproxima, mexe com as tipicidades locais e regionais, como a figura do carioca descrita por Roberto Da Matta (1986, p. 14):

Sei, então, que sou brasileiro e não norte-americano, porque gosto de comer feijoada e não hambúrguer; porque sou menos receptivo a coisas de outros países, sobretudo costumes e ideias; porque tenho um agudo sentido de ridículo para roupas, gestos e relações sociais; porque vivo no Rio de Janeiro e não em Nova York; porque falo português e não inglês; porque, ouvindo música popular, sei distinguir imediatamente um frevo de um samba; porque futebol para mim é um jogo que se pratica com os pés e não com as mãos; porque vou à praia para ver e conversar com os amigos, ver as mulheres e tomar sol, jamais para praticar um esporte.



Carlos Augusto Tavares Junior

A apresentação das notícias desportivas dos jogos olímpicos Rio 2016 pode oferecer a possibilidade de ampliação e operação de interfaces com outras editorias. Ao mesmo tempo, envolve modalidades diferentes, cujas práticas são desconhecidas (sem recorrência) em um cenário inscrito por modalidades preponderantes: futebol, basquete, vôlei e natação; estação de campeonatos e períodos intertorneios; valores esportivos (como a moral e a ética das modalidades) e a história dos atletas. Tal contexto passa a protagonizar sagas de luta e superação, a partir da conquista de uma medalha. Um caldeirão efervescente, contendo assuntos de planejamento de infraestrutura, pode trazer especialidades distintas do jornalismo, como as editorias política, econômica, incluindo comportamento, lazer, turismo e moda.

Para exemplificar o rol dos argumentos listados, em um primeiro momento, foi realizado um estudo de caso, entre abril e maio de 2015, no website do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), por meio da seção “notícias”, das quais se sublinham as seguintes matérias:

- Elegância e brasilidade marcam uniformes de desfile no Pan de Toronto 2015 (interface com Moda)<sup>1</sup>;
- Governador Pezão firma termo de compromisso de cessão de terreno ao COB (Política)<sup>2</sup>;
- Comitê Olímpico do Brasil realizará reunião com rede hoteleira de Fortaleza (Turismo)<sup>3</sup>.

A seleção dessas reportagens adotou o critério de buscar, em um período pré-determinado (março a maio de 2015), as notícias publicadas pelo *website* do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), que se diferenciavam do arquétipo tradicional da cobertura esportiva: resultados e biografias de atletas. Tal tentativa de compreender, em um primeiro momento, como a pauta olímpica se desenvolvia a partir do organizador dos Jogos do Rio de Janeiro de 2016, o Comitê Olímpico Brasileiro e, por estar em tal posição, fica obrigada a divulgar a prática desportiva (RUBIO, 2015). Isso sem enfatizar a tônica de “vencedores e derrotados”, quando o(s) atleta(s) brasileiro(s) dependem dessa comissão para participar de torneios classificatórios para as olimpíadas.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://www.cob.org.br/pt/Noticia/elegancia-brasilidade-marcam-uniformes-desfile-de-toronto-2015>>. Acesso em 15 maio 2015.

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.cob.org.br/pt/Noticia/governador-peza-firma-termo-de-compromisso-de-cessao-de-terreno-ao-cob>>. Acesso em 31 abr. 2015.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.cob.org.br/pt/Noticia/comite-olimpico-do-brasil-realizara-reuniao-com-rede-hoteleira-de-fortaleza>>. Acesso em 31 abr. 2015.



### A pauta esportiva do jornalismo: interfaces olímpicas e o projeto Rio 2016

Como exemplo de diversificação, decidiu-se incluir também a seguinte matéria, que ganhou espaço na divulgação de resultados de alto rendimento durante os jogos pan-americanos de Toronto:

- Esgrimista brasileiro recebe prêmio internacional por *fair play*: Guilherme Murray alertou árbitro sobre erro em pontuação a seu favor<sup>4</sup>

Dessa forma, uma aproximação teórico-metodológica surge em torno das outras interfaces com o esporte olímpico, como turismo, moda, política, valores ético-morais; para posteriormente verificar a maneira com que a editoria esportiva atua em conjunto com outras. Como exemplo, verifica-se uma pauta recorrente no jornalismo esportivo brasileiro, na interface com a seção policial, sobre torcidas de equipes de futebol que cometem atos de violência.

Então, a escolha do Rio de Janeiro como cidade-sede para as olimpíadas de 2016 teve peculiaridades estudadas por José Carlos Marques (GURGEL *et al*, 2012), restrita ao âmbito da produção, que se analisa em um arquétipo teórico oposto ao desenvolvido por Marshall McLuhan (1964), quando se parte “da mensagem até os meios”.

### 3 Rio, cidade turística e o “legado” das olimpíadas de 2016

A possibilidade de sediar as olimpíadas, também, trouxe para a esfera do jornalismo esportivo uma interface com o turismo em uma dinâmica diferente: do planejamento urbano, ao incluir projetos de intervenção visual e infraestrutural, tratamento publicitário com ênfase em apresentações corporativas.

O canal de vídeos do COB no Youtube deixa pistas sobre a alegação, como as compilações audiovisuais (*playlists*) separadas por tópico: meio ambiente, transportes, infraestrutura e instalações olímpicas (Figura 1).

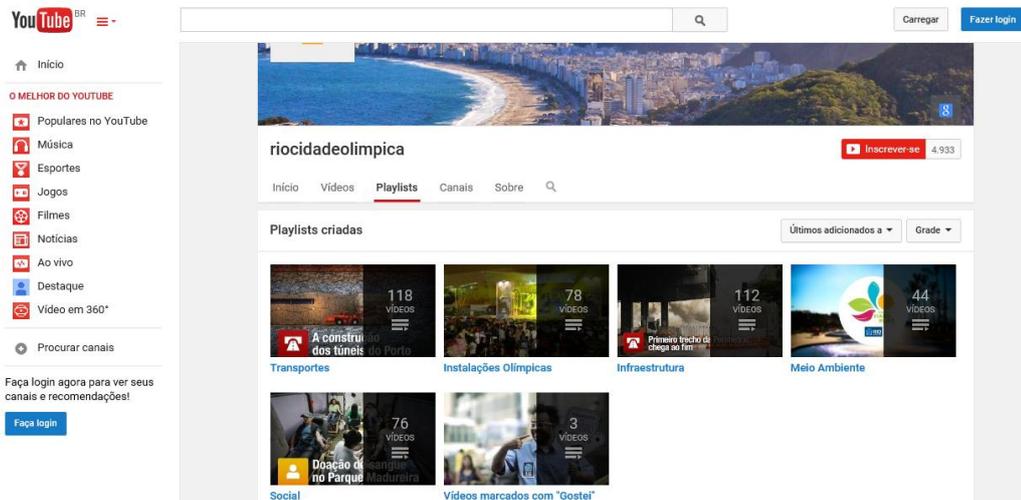
---

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://www.cob.org.br/pt/Noticia/esgrimista-brasileiro-recebe-premio-internacional-por-fair-play>>. Acesso em 31 abr. 2015.



Carlos Augusto Tavares Junior

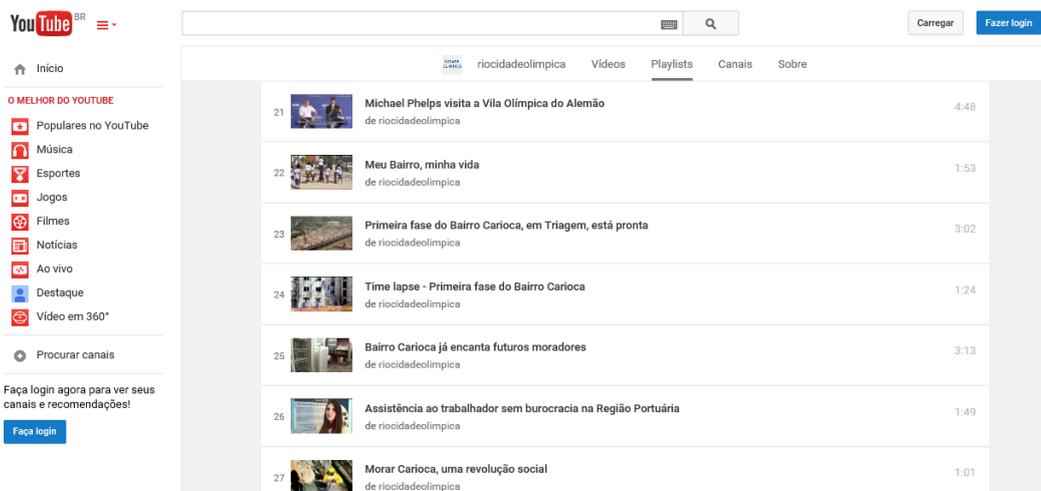
**Figura 01 - Vídeo institucional Cidade Olímpica**



Fonte: Cidade olímpica, 2015a.

Por outra parte, a seção social (destinada ao compartilhamento em redes) mostra aspectos interessantes, como os vídeos focados para enfatizar, junto à opinião pública, o policiamento nos morros como aceitação positiva para coibir (ou resolver) as mazelas da violência urbana. Na figura 2, são destacados os vídeos da seção “social”, como: “Michael Phelps visita a Vila Olímpica do Alemão”; “meu bairro, minha vida”; “morar carioca, uma revolução social”.

**Figura 02 - Cidade Olímpica (playlists).**



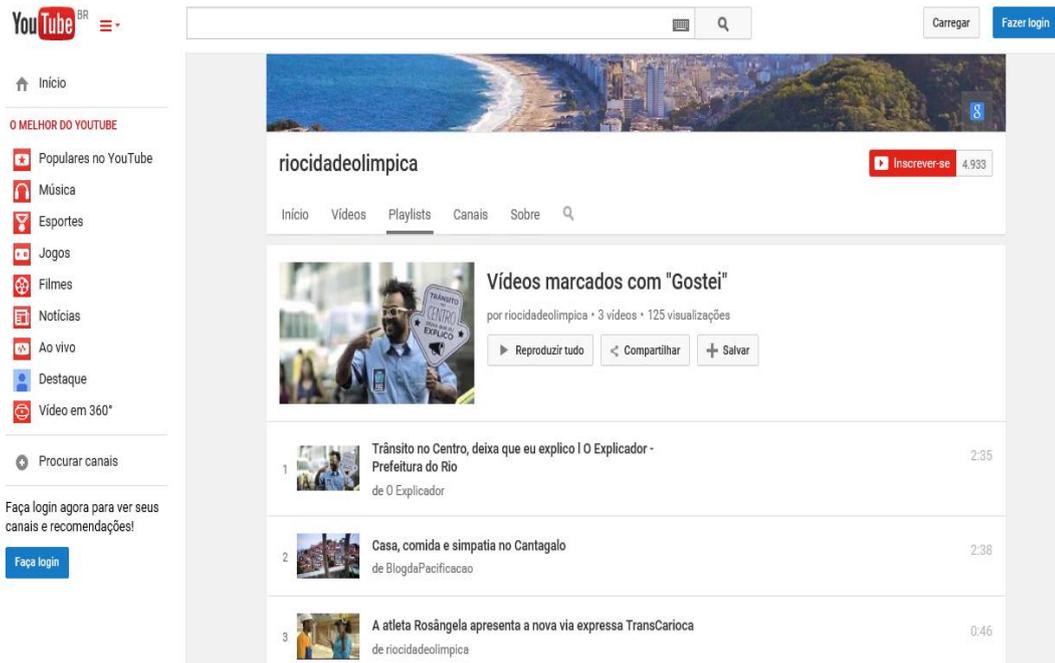
Fonte: Cidade olímpica, 2015b.



A pauta esportiva do jornalismo: interfaces olímpicas e o projeto Rio 2016

Por fim, a seção “gostei” contém os vídeos intitulados: “Trânsito no centro? Deixa que eu explico – O explicador, Prefeitura do Rio”; “casa, comida e simpatia no cantagalo”; “A atleta Rosângela apresenta a nova Via Expressa Transcarioca”.

**Figura 03** - Cidade Olímpica (vídeos marcados com “Gostei”).



Fonte: cidade olímpica, 2015c.

Por consequência de uma elipse irônica, não se nota a mesma preocupação com produções voltadas às classes altas do Rio de Janeiro, como reforço no policiamento na Barra da Tijuca em contrapartida com os bairros da Zona Norte. Acabam, nessa hora e lugar, as identidades do brasileiro, do carioca.

Para Anderson Gurgel (2009, p. 207):

Além da inegável importância de se dialogar criticamente com o marketing esportivo em ascensão dentro do esporte brasileiro, a releitura do escopo da cobertura esportiva precisa atentar-ser para urgência no entendimento de novos conceitos como economia e legado do esporte.



#### 4 A cobertura olímpica pelo *website* do COB

A produção noticiosa esportiva com o sítio *web* do Comitê Olímpico Brasileiro parte da proposta da realização de uma análise da cobertura do COB nos períodos que antecedem e procederão aos jogos do Rio de Janeiro em 2016. Dessa forma, uma abordagem preliminar do noticioso do COB e a demonstração de pautas esportivas olímpicas multifacetadas envolvem o exemplo a seguir, que contempla o referido estudo de caso, realizado no primeiro semestre de 2015.

**Iustração 01** - Interfaces da pauta esportiva com outras áreas

TEMA	EDITORIA PRÓPRIA	ASSUNTO
Personalidades	Sim (narrativas e entrevistas com pessoas da convivência)	Especial sobre a conquista de títulos em determinada modalidade; nascimento ou morte de atletas.
Resultados (medalhas, recordes, vencedores e perdedores).	Sim (assunto típico da pauta esportiva olímpica, recorrente na cobertura dos Jogos Pan-americanos).	Vencedores, perdedores, classificados para etapas finais, placar.
Convocações	Sim (esporádico, depende de temporadas, tem perfil breve e dá lugar a especulações).	Campeonato Mundial; Equipes de modalidades pouco conhecidas classificadas para determinado torneio.
Valores olímpicos	Sim (ao contrário de <i>resultados</i> , se trata de uma seção rara).	<i>Fair play</i> , respeito, superação, opinião do(a) próprio(a) atleta.
Uniforme do Time Brasil	Não (seria um assunto de “Moda”)	Delegação olímpica brasileira
Realização de eventos esportivos	Mista (envolve política, economia, e turismo).	Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro 2016

Fonte: autoria própria

Nesta etapa, a emergência da questão que transcorre desde os dois últimos séculos – entremeios da pauta esportiva, no papel de fonte de informação – aproxima editoriais de setores diferentes, com tipicidades esclarecedoras. Mas, como as questões que tratam de política e sociedade no noticiário esportivo atingem visibilidade?

Provavelmente, alguma dúvida existia quando a crise econômica na Grécia, após a realização dos Jogos de 2004 se agravou. E quem iria abordar esse tipo de interface se o evento não ocorresse no Brasil?



A pauta esportiva do jornalismo: interfaces olímpicas e o projeto Rio 2016

Diante desse cenário e do “jeito brasileiro de ser” (DA MATTA, 1986), ainda existe uma discussão sobre o legado das olimpíadas, as obras do Complexo Olímpico e de infraestrutura visando o deslocamento facilitado e uma decorrente expectativa de melhora na ambiência urbana da cidade-sede para os residentes do Rio de Janeiro.

Essa outra interface sai da pauta do jornalismo esportivo e passa a atuar no âmbito cultural. Isso mereceria uma análise complementar e delimitada neste setor. É um assunto recorrente aos jogos do Rio de Janeiro: o “legado” nas pautas esportivas envolve questões comunicacionais além da notícia, como por exemplo, o planejamento de instalações e dos eventos, dirigido a gestores esportivos.

## 5 Comitê Olímpico Brasileiro e a multimídia na web

A utilização de fotografias, como parte da produção noticiosa herdada do jornalismo impresso, constitui uma das seções analisadas do website: o caráter ilustrativo da ação reportada ajuda a reforçar o propósito da fácil assimilação, de modo que a disponibilização do conteúdo multimídia encontra-se em um cabeçalho no topo da página:

**Figura 04** - COB (cabeçalho da página web).



Fonte: Comitê Olímpico Brasileiro 2015.

A exposição do website do Comitê Olímpico Brasileiro não buscou empreender o questionamento estético acerca da disponibilidade de cada item. Dessa maneira, considera que o canto direito abaixo do *banner* com os elementos visuais e o destaque à ferramenta de busca, logo abaixo, possui um texto identificado com a cor cinza que traz três seções específicas de formatação midiática: “notícias, vídeos e fotos”.



Carlos Augusto Tavares Junior

A primeira remete ao conteúdo jornalístico, associado ao novo e às reportagens; a próxima seção traz um canal disponível no portal *YouTube*, na internet, as entrevistas com os personagens do esporte olímpico brasileiro. Por fim, a última parte fica incumbida de aglutinar os registros visuais das partidas disputadas.

No caso de uma comparação dos recursos multimídia, a elaboração da próxima ilustração, visa a explicar as características dos formatos, até então, utilizados no sítio *web* do COB:

**Ilustração 02** - Conteúdo multimídia do website do Comitê Olímpico Brasileiro

NOTÍCIAS	VÍDEOS	FOTOS
<p>Reúne o conteúdo textual e imagético.</p> <p>Uma exemplificação genérica consideraria a presença dos textos abrangentes da mídia impressa jornal, associada ao texto leve da revista (<i>magazine</i>) e às fotografias que ilustram a notícia.</p> <p>Na página <i>web</i> do Comitê Olímpico Brasileiro, faz-se incorporada diretamente à apresentação e à linguagem do hipertexto, junto com itens interativos de compartilhamento.</p>	<p>A seção apresenta um material audiovisual, centralizado exclusivamente nas personagens da notícia: a edição pautada pelo diálogo e a fala das pessoas busca o sujeito protagonizado nas figuras de atletas, praticantes, treinadores e especialistas.</p> <p>Esse ritmo de edição contribui para a expressão pessoal ao entornar a tonalidade pessoal de uma conversa diluída nos temas da pauta.</p>	<p>Inclui uma coleção elencada pela descrição e o vínculo com a reportagem publicada, por meio das “palavras-chave” (<i>tag</i> ou <i>keyword</i>).</p> <p>Ao contrário de compilar, as coleções revelam-se como subconjunto que contém partes (ou galerias).</p> <p>As identificações podem ser numéricas (quantidade e em sequência não linear, com partes do começo, metade e fim) aleatórias; e o nome do fotógrafo.</p>

Fonte: autoria própria

Com base no levantamento realizado a partir da tipificação midiática do conteúdo *online* do Comitê Olímpico Brasileiro, ficou evidenciada a comunicação visual, especialmente as ferramentas de acessibilidade e o uso de um *software Handtalk*, programado para representar na tela a linguagem brasileira dos sinais (Libras), como forma de estimular a interação de internautas com deficiência auditiva. Além do texto escrito, um *avatar* – representação gráfica com animação virtual – surge na tela e passa a representar a fala oral por Libras.



A pauta esportiva do jornalismo: interfaces olímpicas e o projeto Rio 2016

**Figura 05** - Anúncio do conteúdo em Libras



Fonte: Comitê Olímpico Brasileiro (2015)

Entretanto, outro recurso importante do arcabouço multimídia da internet deixou de ser explorado: o som e a linguagem radiofônica. Para Balsebre (2005), o som permeia os sentidos, reconstrói a imagem codificada e decodificada pela escrita verbalizada (oralidade). O som faz com que a voz e o uso desses elementos se constituam como modo de acesso à realidade captada. Com isso, o que se oferece fica restrito à imagem visível e, conseqüentemente, à acessibilidade para internautas com deficiência visual estaria comprometida.

A fim de se tentar preencher uma lacuna constatada da ausência do som no site, ressalta-se uma emergência por prováveis alternativas viáveis de produção de conteúdo esportivo. A mensagem deve atingir virtualmente os diversos formatos multimídia, incluindo o som e a linguagem do rádio (BALSEBRE, 2005), nas tipicidades *streaming* (em tempo real) e *podcast* (gravações para serem escutadas, conforme a conveniência do ouvinte).

Além dos formatos mencionados tratarem especificamente de “som”, faz-se necessária a anotação de uma ressalva sobre a transposição integral do conteúdo dos documentários em vídeo, pois a fala da pessoa em enfoque tem apenas o acompanhamento da ambientação. Não existem vozes diferenciadas nem descrições da imagem, do ambiente ou nome da pessoa.

Nesse caso, o alerta sobre a popularização dos esportes e principalmente da modalidade futebol pelo rádio na década de 1920 recorre à pesquisa de Edileuza Soares (1999), que reuniu documentos sobre as primeiras transmissões esportivas no rádio paulista e fluminense e o papel histórico do locutor narrador em tempo integral. Esse destaque credencia e reconhece os méritos do radialista Nicolau Tuma em etapas específicas.



Carlos Augusto Tavares Junior

De acordo com Edileuza Soares (1999), em meados de 1924, a cobertura esportiva se baseava integralmente no resumo de resultados e a programação radiofônica se restringia a essa pauta. Posteriormente, o empresário Paulo Machado de Carvalho resolve a dar mais espaço para a transmissão esportiva integral (ao vivo), na década de 1930. Entretanto, faz-se necessária a ressalva de que profissionalização da programação esportiva como carro-chefe da programação decorreria da parceria da emissora de rádio Cruzeiro do Sul, que firmou contratos de exclusividade de transmissão torneios, com o Grupo Byington, o qual fabricava, no Brasil, o primeiro modelo de aparelho receptor voltado aos ouvintes de futebol.

Outro detalhe sobre os esportes no rádio, em 1928 (SLATER, 1998, p. 52), quando a Rádio Berna transmitiu oficialmente a cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos de Inverno de Saint Moritz. Em clima de ameaça de esvaziamento de estádios e quadras, o trabalho dos jornalistas e o rádio foram definidos pelo Comitê Olímpico Holandês para total restrição. O temor se justificaria na própria agilidade do rádio. A transmissão acompanhando o lance ao vivo e o uso, segundo John Slater (1998), ocorreram por meio de mensagens cifradas aos jornalistas, para garantir o fechamento e a impressão da edição do dia seguinte com os resultados finais.

Na elaboração de um panorama histórico sobre o rádio, esportes e olimpíadas, percebe-se a extrema valoração dos “direitos de transmissão”, que começaram a ser negociados em 1960, em Roma, com valor inicial aproximado a três milhões de dólares. Em 1998, já havia reserva de transmissão para 2008 estimado em 1,4 bilhões<sup>5</sup>. A justificativa para essa especulação financeira pode ser exemplificada pelos contratos publicitários de alto valor e adequação aos padrões mercadológicos compatíveis com os eventos esportivos em países desenvolvidos.

## 6 Considerações finais

A realização dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro e a possibilidade de produzir uma cobertura que incluía outras modalidades esportivas, além do futebol no cotidiano do brasileiro, ainda remetem à ideia de que a análise. Em caráter experimental, isso demonstra que a existência de diversas possibilidades decorrentes da pauta esportiva e olímpica engloba

---

<sup>5</sup> Em Portugal e nos países hispânicos, a cifra adequada corresponde a 1,4 mil milhões (milhardos).



### A pauta esportiva do jornalismo: interfaces olímpicas e o projeto Rio 2016

– de maneira simplificada e fácil de entender – as questões culturais do Brasil, de tratar exclusivamente dos resultados obtidos em jogos transmitidos ao vivo. Emerge, nesse caso, uma necessidade de se registrar como as coberturas noticiosas do esporte e dos jogos olímpicos ocorrem na mídia brasileira e que tipo de impacto a realização da olimpíada no Brasil pode trazer, ou não, ao jornalismo esportivo.

Nesse primeiro momento, a delimitação de se estudar o perfil de produção de conteúdos informativos restrita a um arquétipo teórico inverso ao modelo de Marshal McLuhan (1964), “da mensagem aos meios”. Não significa uma impossibilidade de expandir o estudo das linguagens jornalísticas, dos meios e, ainda, fornecer bases para a pesquisa como, por exemplo, o agendamento (MCCOMBS, 2009). A referida teoria, se aplicada em perfis diferenciados, ficaria evidenciada de aspectos conflituosos em relação à recepção de informação, como as comunicações especializadas, a partir de assessorias e sobre a divulgação de materiais de promoção de eventos esportivos; que, nesse caso, não se dirige a espectadores de noticiários, mas aos sujeitos envolvidos com a gestão de práticas esportivas.

Porém, o caminho a ser percorrido no estudo das interfaces esportivas do jornalismo, tenta verificar, por meio de futuras análises, entrevistas e estudos de caso, um teor exploratório acerca dos perfis de noticiários de modalidades olímpicas com pouca cobertura na mídia. E se a visibilidade a partir de website de confederações, além de serem fontes de informação, auxilia no desenvolvimento do esporte, atividades físicas e motoras, envolvendo pessoas que, ao assumirem o papel de atletas.

### Referências

AMARAL, Luiz. **Jornalismo**: matéria de primeira página. 3. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro/UFC, 1982.

BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005.

COMITÊ Olímpico Brasileiro. Disponível em: <<http://www.cob.org.br>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

CIDADE OLÍMPICA. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=-Ak6MdGfL8Q](http://www.youtube.com/watch?v=-Ak6MdGfL8Q). Acesso em 21 jun. 2015, 2015a

\_\_\_\_\_. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-Ak6MdGfL8Q>>. Acesso em 21 jun. 2015, 2015b.



Carlos Augusto Tavares Junior

\_\_\_\_\_ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/riocidadeolimpica>>. Acesso em 21 jun. 2015. 2015c.

DA MATTA, Roberto. **O que faz do Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo especializado**: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981.

GURGEL, Anderson *et al.* **Comunicação e esporte**: reflexões. Coleção GPS, v 1. São Paulo: Intercom: 2012.

GURGEL, A. “Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos”. **Motrivivência**, ano XXI, nº 32/33, p. 193-210, jun-dez, 2009.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. 3ª edição. Coleção “Momento”. Campinas: Unicamp, 1995.

MARQUES, José Carlos. Viva sua paixão: a escolha do Rio de Janeiro para sediar os XXXI Jogos Olímpicos e as capas de jornais do Brasil, EUA, Espanha e Japão. In: GURGEL, Anderson *et al.* **Comunicação e esporte**: reflexões. Coleção GPS, v 1. São Paulo: Intercom: 2012.

McCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: 2009.

McLUHAN, Marshall. **Understanding Media**. London: Routledge, 1964.

RIO Cidade olímpica. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCaHqCxzD3qiU-WRZwpwm7hw>>. Acesso em: 05 de jul 2015.

RUBIO, Kátia. “Biographical narratives of olympic athletes: an access road to identity and Brazilian sports imagery”. In: **american international journal of social science**, New York, v. 4, n. 1, p. 85-90, fev. 2015.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar**: o rádio esportivo em São Paulo. São Paulo: Summus, 1999.

SLATER, John. Changing partners: the relationship between the mass media and the olympic games. In: **fourth international symposium for olympic research**. London: University of Western Ontario, p. 49-69, 1998.

Artigo recebido em agosto de 2015  
e aprovado em novembro de 2015