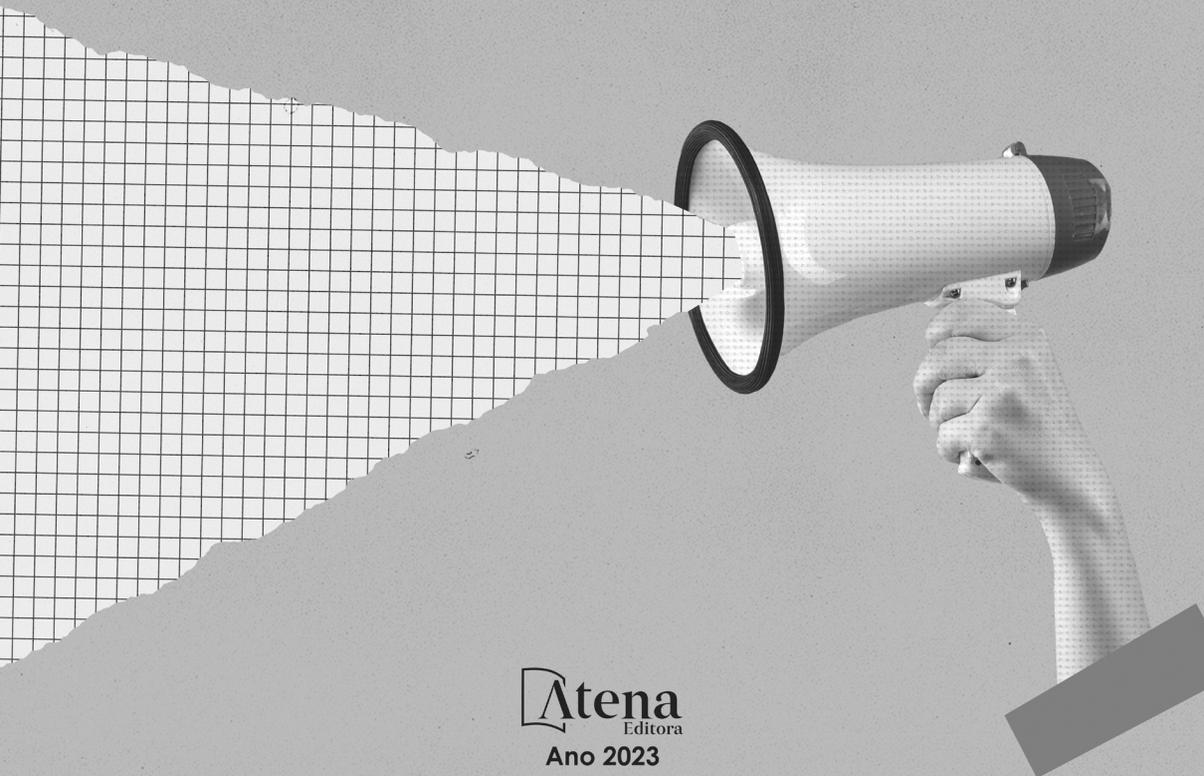




MARCELO PEREIRA DA SILVA (ORGANIZADOR)

# COMUNICAÇÃO

**BRANDING** *e storytelling*



**Atena**  
Editora  
Ano 2023

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2023 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2023 Os autores

Copyright da edição © 2023 Atena

Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena

Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial**

**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade de Coimbra

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
 Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
 Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
 Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
 Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Caroline Mari de Oliveira Galina – Universidade do Estado de Mato Grosso  
 Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
 Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
 Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
 Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
 Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
 Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Geuciane Felipe Guerim Fernandes – Universidade Estadual de Londrina  
 Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
 Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
 Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco  
 Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
 Prof. Dr. Jodeyson Islony de Lima Sobrinho – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
 Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Juliana Abonizio – Universidade Federal de Mato Grosso  
 Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
 Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Kátia Farias Antero – Faculdade Maurício de Nassau  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre  
 Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
 Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Marcela Mary José da Silva – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
 Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
 Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campina  
 sProf<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
 Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
 Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás  
 Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
 aProf<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
 Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
 Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
 Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
 Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Federal da Bahia / Universidade de Coimbra  
 Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
 Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

## Comunicação, branding e storytelling

**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Flávia Roberta Barão  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Marcelo Pereira da Silva

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)</b>	
C741	<p>Comunicação, branding e storytelling / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2023.</p> <p>Formato: PDF  Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  Modo de acesso: World Wide Web  Inclui bibliografia  ISBN 978-65-258-0964-9  DOI: <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.649231601">https://doi.org/10.22533/at.ed.649231601</a></p> <p>1. Comunicação. I. Silva, Marcelo Pereira da (Organizador). II. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDD 302.2</p>
<b>Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166</b>	

**Atena Editora**  
Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

Os estudos, teorias e análises da comunicação, do branding e do storytelling têm ganhando robustez na sociedade contemporânea, dialogando e duelando universos que envolvem cultura, informação, consumo, linguagem, organizações, consumidores, práticas, dados, tecnologias, informações, afeições, sujeitos etc.

A comunicação imbrica processos humanos e tecnológicos permeados pelo diálogo, pela colaboração, pela cocriação, pela afeição às marcas e pela contação de histórias, mas, também, pela necessidade de funcionamento e da dinamização das sociedades, das relações, das conexões e da cotidianidade em um tempo recortado por mídiatizações nas quais as dimensões humanas e tecnológicas ensejam o nascedouro de pesquisas acerca dos desafios e das oportunidades comunicacionais diante do surgimento e consolidação das marcas e de suas estratégias de relacionamento com públicos de interesse.

Destarte, o e-book “Comunicação, Branding e Storytelling” surge da urgência de pesquisas que posicionem essas áreas do conhecimento com base em um contexto social, econômico, político, cultural, mercadológico e ideológico complexo, nos convidando a (re) pensar as relações entre marcas, consumidores e comunicação bem como o papel das estratégias mercadológicas e de relacionamento entre organizações e públicos, de uma perspectiva multi/inter/transdisciplinar da comunicação organizacional.

Aos pesquisadores que constituem este e-book, cabe a responsabilidade de responder, por meio da investigação teórica, epistemológica e aplicada, os problemas, dilemas e carências sociais ligados à comunicação, à construção de marcas e às estratégias de storytelling. Instauram-se desafios para as organizações em um cenário de exponencial concorrência, paridade de preço e qualidade de marcas, pontos de contato com consumidores e produção de conteúdos relevantes. Como assevera Ayn Rand, podemos ignorar a realidade, mas não as consequências de a ignorarmos.

Marcelo Pereira da Silva

<b>CAPÍTULO 1 .....</b>	<b>1</b>
MARCAS, PERCEÇÃO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: PESQUISA DE OPINIÃO SOBRE A INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NO BIG BROTHER BRASIL	
Marcelo Pereira da Silva Beatriz Mitica Troncoso Isadora Favarelli Ramos Paola Dias Aprigio	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316011">https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316011</a>	
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>14</b>
O DESEJO INVEJOSO: UMA PERSPECTIVA DE CERCAS E PONTES NO ATO DO CONSUMO	
Karen Muzany	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316012">https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316012</a>	
<b>CAPÍTULO 3 .....</b>	<b>24</b>
REBRANDING NO ENSINO SUPERIOR: A PERCEÇÃO DOS DISCENTES DO POLITÉCNICO DA GUARDA À NOVA ESTRATÉGIA DE MARCA	
Bruna Rolo Gabriela Silva Henrique Marques	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316013">https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316013</a>	
<b>CAPÍTULO 4 .....</b>	<b>36</b>
A ACADEMIA VAI AO MERCADO: REFLEXÕES SOBRE A MEDIAÇÃO DO SABER CIENTÍFICO NA PROFISSIONALIZAÇÃO JORNALÍSTICA	
Milton Júlio Faccin	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316014">https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316014</a>	
<b>CAPÍTULO 5 .....</b>	<b>48</b>
OS TRÊS TEMPOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA REDAÇÃO DE NOTÍCIAS	
Regina Zandomênicó	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316015">https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316015</a>	
<b>CAPÍTULO 6 .....</b>	<b>57</b>
JORNALISMO INTERNACIONAL ESPORTIVO: O TRABALHO DE ENVIADOS ESPECIAIS NA COBERTURA DOS JOGOS OLÍMPICOS DE TÓQUIO	
Gianmarco de Vargas Gláise Palma	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316016">https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316016</a>	
<b>CAPÍTULO 7 .....</b>	<b>70</b>
RELACIONES COMUNITARIAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO	

MUNICIPAL DE ZITÁCUARO, MICHOACÁN

Anaid Pérez Monteagudo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316017>

**CAPÍTULO 8 .....85**

ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO NAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS

Fenias Sabino Mutuque

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6492316018>

**SOBRE O ORGANIZADOR .....95**

**ÍNDICE REMISSIVO .....96**

# JORNALISMO INTERNACIONAL ESPORTIVO: O TRABALHO DE ENVIADOS ESPECIAIS NA COBERTURA DOS JOGOS OLÍMPICOS DE TÓQUIO

*Data de aceite: 02/01/2023*

### **Gianmarco de Vargas**

Graduado do Curso de Jornalismo da UFN  
- Universidade Franciscana, Rio Grande  
do Sul, RS

### **Gláise Palma**

Professora do Curso de Jornalismo da  
UFN - Universidade Franciscana, Rio  
Grande do Sul, RS e Orientadora da  
pesquisa

jornalismo esportivo de ambas emissoras sucederam suas atividades durante a Olimpíada de Tóquio? Como embasamento teórico, é utilizada a autora Agnez (2014). Já como método de pesquisa: Bardin (2015), Gil (2009), Duarte (2009) e Barros (2009).

**PALAVRAS-CHAVE:** BandSports; Correspondentes Internacionais; Jornalismo Esportivo; Jogos Olímpicos; SporTV.

Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

**RESUMO:** O presente artigo objetiva analisar o trabalho de jornalistas esportivos na cobertura de um evento em âmbito internacional a partir dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2021, pelas emissoras de televisão nacionais: BandSports e SporTV. Busca-se, por meio desta perspectiva, compreender o quanto a pandemia modificou o método de trabalho de cada um destes profissionais. Como objeto de avaliação, as Olimpíadas são utilizadas para compreender o problema de pesquisa: como os profissionais do

## 1 | INTRODUÇÃO

O jornalismo internacional é considerado uma especialização do ofício jornalístico, embasado no trabalho de profissionais da comunicação na cobertura de ocorrências estrangeiras. Essa lógica de atuação divide-se em duas ocupações: os enviados especiais, que saem de um país sede, associados a um veículo nacional, apenas para desempenhar a cobertura de diferentes pautas presenciadas no exterior, com foco na elaboração de conteúdos informativos; e os correspondentes internacionais, que são jornalistas que permanecem fixos em outras nações, para cobrir possíveis eventualidades em uma determinada região continental.

Por conseguinte, o exercício destes repórteres divide-se em editoriais. Entre elas, a de esportes, nicho referente à cobertura de eventos, abrangendo dezenas de modalidades. Ao levar em consideração este parâmetro, há emissoras que destinam 100% de suas atividades para o setor. Entre elas estão o SporTV e o BandSports, pertencentes aos grupos Globo e Bandeirantes de Comunicação, respectivamente. Nacionais e sediados no Brasil, ambas dedicam todo seu trabalho de produção a esportes locais e estrangeiros. Neste caso, destacam-se em sua estrutura de trabalho: produtores, repórteres, comentaristas e apresentadores identificados com o assunto.

Por meio destes conceitos, um estudo de caso foi realizado acerca dos Jogos Olímpicos de Tóquio 2021, com o propósito de analisar a rotina de trabalho dos jornalistas esportivos do Brasil, enviados pelas emissoras SporTV e BandSports na cobertura da competição, junto aos protocolos de saúde frente à pandemia de Covid-19. No decorrer da pesquisa, análises e entrevistas foram os métodos usados para responder ao problema: como os profissionais do jornalismo esportivo de ambas emissoras exerceram suas atividades durante a Olimpíada de Tóquio? O material desenvolve-se com o objetivo de compreender o quanto a questão da pandemia modificou suas logísticas de trabalho.

Com caráter qualitativo, a metodologia do estudo de caso (BARROS; DUARTE, 2009) ocorre a partir da avaliação do trabalho dos jornalistas do SporTV e do BandSports, enviados a Tóquio para a cobertura dos Jogos Olímpicos. Buscou-se realizar entrevistas estruturadas e semi-estruturadas (GIL, 2009) com alguns destes repórteres, a fim de obter depoimentos que pudessem esclarecer o objetivo da pesquisa.

## 2 | PERCURSO METODOLÓGICO

A partir da escolha dos Jogos Olímpicos 2021 como objeto de estudo, a natureza de pesquisa qualitativa foi utilizada, pois o trabalho refere-se a um estudo de jornalistas pertencentes a duas emissoras, em um caso de cobertura esportiva internacional. Optou-se por realizar um mapeamento de dados entre pré e pós cobertura, pelos canais SporTV e BandSports. A metodologia de apuração consistiu na observação das produções de cada emissora (programas e reportagens relacionadas às Olimpíadas) e de jornalistas enviados especiais (stories no Instagram e publicações no Twitter), de modo a auxiliar na coleta de informações ligadas às suas logísticas de trabalho em Tóquio. O mapeamento foi feito com a finalidade de apurar o máximo de dados referentes à reportagem e bastidores, desde a pré até a pós-cobertura.

Além dos registros levantados durante os três turnos diários, do dia 8 de julho a 10 de agosto, alguns questionamentos obtiveram respostas por meio do contato com algumas das enviadas ao longo das Olimpíadas, em rede social. Após o encerramento do evento desportivo, o contato com todos os enviados especiais foi considerado outro método de apuração. Foram elaboradas perguntas para a realização de entrevistas estruturadas e

semi-estruturadas, com o propósito de coletar mais informações referentes aos protocolos de saúde e trabalho de cobertura realizados no Japão.

Os nomes de todos os jornalistas enviados do SporTV e BandSports foram separados junto das perguntas, em um diário de campo utilizado para transcrever todos os registros. Com o SporTV, a intenção foi conversar ao menos com uma flecheira<sup>1</sup> e um repórter<sup>2</sup>, entre os encarregados destas funções. Já no BandSports, apenas um enviado já seria suficiente, em razão de todos terem assumido ambos papéis durante a cobertura. As primeiras opções de entrevista giraram em torno do contato com as próprias emissoras, por meio de telefonemas, envio de e-mails e mensagens por números de Whatsapp disponibilizados nos websites dos veículos de comunicação. Sem ter obtido retorno, a alternativa foi contatar por Whatsapp o editor-chefe dos programas 'Tá na Área' e 'Seleção SporTV', Carlos Eduardo de Sá. Novamente sem retorno, optou-se por chamar cada um dos jornalistas em suas redes sociais. Após o encaminhamento de mensagens, os seguintes enviados se propuseram a explicar as questões selecionadas: André Gallindo, Carol Barcellos, Marcelo Courrege, Carlos Gil e Thiago Kansler. Contudo, não foram todos que retornaram os questionamentos. Até o final do período destinado para o contato, encaminharam as respostas: Gil e Kansler.

Cada estilo de entrevista foi utilizado de maneira única com cada um dos entrevistados. Formulou-se como modelo de entrevista estruturada, uma série de perguntas de ordem invariável que direcionou o entrevistado Gil a respondê-las por contato via e-mail, o que não possibilitou tanta abertura no diálogo. Já no caso da construção do modelo semi-estruturado, junto do jornalista Kansler, pôde-se realizar uma conversa mais ampla pelo chat do Instagram, onde os questionamentos foram respondidos e esclarecidos conforme novas dúvidas do autor, ao aproveitar-se a acessibilidade da plataforma.

## 3 | ANÁLISE

### 3.1 SporTV

O canal contou com um vasto grupo de jornalistas, produtores, editores e técnicos que viajaram ao oriente. Em cada equipe, cada comunicador encarregou-se das seguintes modalidades: Gil (Ginástica Artística); Edgar Alencar (Judô); Guilherme Pereira (Surf); Guilherme Roseguini (Natação e Atletismo); Kiko Menezes (Skate); Lizandra Trindade (Futebol Feminino); Courrege (Vôlei de quadra); Pedro Bassan (Canoagem); Erick Faria (Futebol Masculino); Julia Guimarães (Vôlei de areia). Além deles, Diego Moraes assumiu alguns estilos de artes marciais, e Gallindo, tênis de mesa e outras modalidades de modo mais amplo. Já Karine Alves, Barcellos, Bárbara Coelho e Tiago Medeiros assumiram o

---

1 Auto-atribuição dada pelas jornalistas encarregadas de fazer as entradas ao vivo em Tóquio, com boletins gerais sobre os Jogos Olímpicos 2021.

2 Jornalistas que ficaram encarregados de cobrir um esporte em específico durante as Olimpíadas. Eram encarregados da produção de VTs e participação nas transmissões ao decorrer das modalidades.

papel de flecheiros, destinados a fazer as entradas ao vivo, com boletins diários até o final da competição.

Após a chegada dos enviados ao Japão, os protocolos de saúde foram aplicados a todos os jornalistas de maneira obrigatória. Além dos registros audiovisuais compartilhados nas redes sociais de alguns deles, Coelho, em uma das suas entradas ao vivo no Esporte Espetacular, revelou em primeira mão a rotina dos dias de confinamento dentro dos quartos no hotel, com a realização de testagens periódicas de Covid, por meio de um exame antígeno com coleta de saliva - repetido até o final do evento. Todo registro das testagens era feito no aplicativo OCHA, monitorado pelo governo japonês, o qual exigia preenchimentos de temperatura, relatórios de saúde e atividades, caso o enviado pudesse ter entrado em contato com terceiros que tivessem sintomas da doença. As restrições jornalísticas estenderam-se nos 14 primeiros dias, período em que foi proibido o uso de transporte público (somente uso de vans com motoristas particulares) ou restaurantes. Só foram permitidos cafés da manhã nos quartos e saídas do hotel por 15 minutos, dedicadas à compra de alimentos.

Desde a chegada, todos foram submetidos a permanecer em confinamento nos quartos por 72 horas. Posteriormente, na fase dois de quarentena, mais 10 dias foram acrescentados, viabilizando o deslocamento apenas entre hotel e áreas de competição. Só após esse período houve a licença para circulação na cidade, contanto que fossem utilizados somente traslados particulares, como parte dos regamentos de segurança. Os protocolos permaneceram ativos até o final, o que fez com que cada enviado usufrísse da criatividade para a produção de conteúdo.

Gil, correspondente da Globo no Japão de 2018 a 2022 e repórter nos Jogos Olímpicos, relatou outro modelo relacionado aos protocolos de saúde no seu caso. O jornalista, graduado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com passagem entre 2013 e 2014, como apresentador do Bom Dia Brasil e apresentador substituto do Globo Esporte, edição Nacional, também precisou se adaptar à rotina de checagens.

A quarentena foi diferente para mim porque sou residente. Tive que baixar dois aplicativos, sendo um deles para preenchimento diário obrigatório, com temperatura e detalhes sobre o estado de saúde. Além disso, desde o momento em que retirei a credencial até o início dos Jogos, precisei fazer testes de COVID (saliva) a cada quatro dias. (GIL, 2021)

Com o passar dos primeiros dias na pré-cobertura, entradas ao vivo e gravações de VTs<sup>3</sup> foram sendo realizadas, com o objetivo de levar ao público curiosidades e informações sobre as arenas olímpicas, acompanhar a chegada das delegações, assim como apurar todas novidades sobre possíveis casos de Covid. No total foram aguardados 11 mil atletas que participaram da cerimônia de abertura. Mais de 80% dos 302 atletas do Time Brasil,

---

3 Abreviatura de videoteipe, a expressão designa o conteúdo de um tipo específico de produto, como uma reportagem gravada, para reprodução. Pode também designar a forma genérica de uma mídia editada, como uma reportagem, uma chamada ou uma matéria de jornal para TV.

além do restante da delegação, já foram vacinados para Tóquio. Vale ressaltar que a vacina não era requisito para participar da competição, ao levar em consideração os desportistas que não se imunizaram.

O SporTV contou com o Instagram e Twitter como grandes aliados na divulgação de dados, curiosidades e bastidores gravados pelos jornalistas até o final dos Jogos, mantendo uma relação mais próxima com o público. Entre eles, Alves e Coelho responderam dúvidas sobre as metodologias de produção e curiosidades sobre os locais que conheciam.

Do dia 20 de julho a 8 de agosto, período que marcou a realização dos Jogos, Gil destaca que os testes contra Covid se tornaram diários e mais rigorosos, já que novos protocolos surgiram em razão dos jornalistas começarem a interagir com os entrevistados nas zonas mistas.

Entre alguns protocolos a serem seguidos na hora das entrevistas, estava o distanciamento obrigatório, com uso de hastes para os microfones: um para o entrevistado e um para o repórter, já que nós não podíamos estender o nosso equipamento na direção dos atletas. (GIL, 2021)

Ele salienta que o uso de máscara, a checagem de temperatura e a constante aplicação de álcool nas mãos na entrada de cada ambiente desportivo também foram obrigatórias. O jornalista explica que, como parte dos regramentos, cada um foi solicitado a realizar entrevistas curtas, controladas pela OBS (empresa que forneceu todos os serviços de televisão durante os Jogos).

Posteriormente, quando o autor questionou como eram formulados os dias de trabalho com matérias pré-estabelecidas, na rede social de Alves, a repórter frisou que em decorrência da instantaneidade noticiosa ser muito acelerada, nada era definido antecipadamente 100%, pois os acontecimentos entre jogos e partidas mudavam constantemente. Gil também destacou que cada equipe recebia na véspera de algumas competições, suas demandas de entradas ao vivo e reportagens.

Já havia sido previamente estabelecido a qual esporte cada um de nós seria dedicado em especial. Nem todas as modalidades duraram o evento inteiro, como foi meu caso, com a ginástica artística. A escolha das pautas para os outros dias poderia vir da chefia de reportagem ou ser sugerida pelos próprios repórteres, dependendo dos temas e atletas envolvidos na competição. Muita coisa planejada foi mudando ao longo dos Jogos. Por exemplo, eu cobriria uma eventual final do tênis caso a Naomi Osaka estivesse presente, pelo fato de ser japonesa e de tudo o que envolveu a vinda dela. Mas, por não ter avançado, não fomos cobrir a final feminina do tênis in loco<sup>4</sup>. (GIL, 2021)

A cada dia, o trabalho dos 'gatekeepers' tornou-se cada vez mais importante, devido à quantidade de materiais produzidos e ao número de transmissões, o que, segundo Gil, são encargos distintos, pertencentes aos papéis de apuração, construção e divulgação da notícia: "No dia a dia em Tóquio, a chefia de reportagem local, composta por três jornalistas, era quem decidia, em conjunto com os repórteres, o que cobrir" (GIL, 2021). As divisões

<sup>4</sup> Termo referente à realização de uma cobertura no local do evento onde acontece.

de demandas eram realizadas conforme os pedidos de cada telejornal no Brasil, contando que os produtores de cada equipe selecionassem os locais das gravações, enquanto as transmissões ao vivo das modalidades eram necessidades do departamento de eventos. “Neste caso, os gatekeepers referem-se à nossa edição editorial no Brasil, frente ao envio dos sinais de cada modalidade pela OBS. E aí foi uma decisão baseada em vários fatores determinantes de qual esporte seria exibido” (GIL, 2021).

Ele aponta que um dos fatores que mais descaracterizou esta edição foi a falta de público, que segundo ele é o que “proporciona o ambiente”, o qual ganha papel fundamental na construção dos VTs: “Não ter público afeta diretamente as produções, em razão de um VT de televisão ser fruto do ambiente. TV não é só texto, é imagem, é som, é movimento e sensação” (GIL, 2021). Ao abordar-se as limitações presentes em âmbito profissional, por conta da pandemia, esta edição propiciou novas experiências presentes na rotina dos jornalistas envolvidos. Gil considera a falta das ‘matérias de comportamento’, como a diferença entre esta edição das Olimpíadas e outros eventos esportivos internacionais.

É possível que nunca mais - ou que demore muito - para termos edições de Jogos Olímpicos e Paraolímpicos disputados com tantas restrições e características específicas como foram esses. Isso já torna a cobertura histórica. Ficamos muito limitados aos eventos em si, já que as restrições de circulação pelo Japão não permitiram o que chamamos de “matérias de comportamento”, ou seja, reportagens que usam os Jogos como pano de fundo, mas trazendo aspectos culturais e curiosidades do Japão. (GIL, 2021)

O jornalista realça que foram momentos únicos para todas as pessoas se permitirem sentir emoções como alegria, decepção, nervosismo e de torcida, mas que, em específico, soou mais especial aos desportistas, que independente de estar sobre o pódio, prestaram reconhecimento à pandemia, às dificuldades, ao sofrimento, ao dedicarem as medalhas e participação às vítimas e parentes das vítimas. “Foram entrevistas e declarações muito lúcidas da grande maioria. Seja de atletas adolescentes ou mais experientes. Deram razão e sentido à realização do evento”, finalizou Gil (2021).

## 3.2 Bandsports

A BandSports, por outro lado, apresentou algumas distinções em relação ao SporTV. Durante a pré-cobertura, do dia 8 a 19 de julho, a equipe contou com apenas alguns de seus jornalistas enviados a Tóquio. Entre os nomes selecionados para fazerem a cobertura local, Kansler foi um dos primeiros a partir rumo ao oriente, dias antes da chegada das delegações. Em sua trajetória profissional, já teve passagem pelo Diário ‘O Lance’, além de ter sido editor de texto na ESPN Brasil. Hoje é repórter na BandSports, onde pôde cobrir Copa do Mundo, Jogos Olímpicos, Roland Garros, Libertadores, Sul Americana e Copa do Mundo de Ski. Com vasta experiência na esfera esportiva, o jornalista não pôde partir à Tóquio com alguns dias de antecedência, em razão de um comunicado do Comitê Olímpico do Brasil (COB). “O COB determinou que não teríamos como ir antes para fazer as matérias

de preparação, em razão da pandemia. Então eles nos arquitetaram entrevistas virtuais para abastecermos a mídia da emissora no Brasil” (KANSLER, 2021), relatou.

A emissora contou com um número inferior de comunicadores em Tóquio em relação ao SporTV, ao ter optado por diversificar os encargos de cobertura aos seus jornalistas, que durante todo o tempo trabalharam de modo versátil com entradas ao vivo e produção de VTs. “Fomos com quatro repórteres, dois produtores, um narrador e parte operacional da engenharia que já morava em Tóquio” (KANSLER, 2021), explicou Kansler, ao citar quais profissionais foram selecionados para a cobertura no Japão. Do mesmo modo, ele frisa que a vacinação contra a Covid não foi considerada um requisito para viajar. De acordo com ele, o governo japonês optou por não exigí-la frente aos atuais níveis de imunização: “No fim, o COB nos garantiu as dosagens da vacina. Para cada dose aplicada em um de nós, uma foi doada para o SUS” (KANSLER, 2021). Além dele, os jornalistas Caio Capatto e Marcelo Rosemberg também foram enviados a Tóquio, encarregando-se de entradas ao vivo e reportagens.

Conforme as equipes de cobertura da BandSports chegavam ao Japão, os protocolos de segurança mantiveram-se padrões com todos profissionais. Segundo registros instantâneos feitos por Glenda Kozlowski em sua rede social, ela permaneceu dentro do aeroporto esperando o resultado do exame de Covid em uma sala com outros profissionais da comunicação, das 11h às 15h, momento em deslocou-se para o check-in no hotel. Kansler conta que desde a preparação para ida rumo à Tóquio, os regramentos foram bem exigentes. Segundo ele, a equipe de produção assumiu toda a preparação para a viagem, como cadastros, testes de Covid e documentos que precisavam ser aprovados para a autorização da viagem.

Ao longo dos 14 primeiros dias no Japão, ficamos em um hotel determinado pelo governo japonês e só poderíamos sair para as arenas olímpicas e centro de imprensa, desde que usássemos os táxis credenciados ou transporte particular. Não podíamos usar táxis comuns ou transportes públicos. Só podíamos sair durante 15 minutos para comprar comida em algumas lojas de conveniência ou mercadinhos próximos ao nosso hotel. Tínhamos que fazer tudo nesse tempo, além dos nossos testes de saliva, nos três primeiros dias. (KANSLER, 2021)

O enviado conta que após as primeiras 72 horas em solo japonês, cada profissional teve um intervalo de três a quatro dias para preencher um cronograma e deixar um novo pote com o teste de saliva nas instalações do hotel. “A delegação e imprensa do Brasil passaram ilesas, não houve casos do Brasil até o final dos Jogos”, esclareceu Kansler (2021).

Elia Júnior e Kozlowski foram os últimos a chegarem. Além das entradas ao vivo com boletins, ele assumiu a frente da apresentação de quadros ao vivo junto do narrador Álvaro José, com debates ao vivo sobre Olimpíadas, em pequenos “estúdios” improvisados dentro do quarto de hotel ou em frente às arenas. Ao lado de Kozlowski, ele também

deu sequência ao quadro Show do Esporte. A comunicadora, por outro lado, repercutiu nacionalmente com seu método inovador de cobertura. Desde a saída do Brasil, Kozlowski utilizou de sua rede social para mostrar cada segundo, desde bastidores no quarto de hotel até os momentos de interação e entrevistas com a delegação do Time Brasil. Os conteúdos digitais produzidos por ela registraram momentos oportunistizados pelos acessos dados pelo COB até o final da edição olímpica. A comunicadora participou de perto dos treinos do 'Time Brasil', onde mostrava tudo que ocorria com atletas do vôlei de praia, ginástica, vôlei de quadra, surf, boxe e outras modalidades. Neste meio tempo, suas interações renderam além do divertimento e descontração com os desportistas, bastidores de preparação física, fisioterapia, treinos e entrevistas exclusivas dentro das bases, com atletas e membros da delegação ligados a fisioterapia e preparação física. A iniciativa resultou no quadro 'Mundo Glenda', originado pela ex-atleta de bodyboard, e dividido em episódios no IGTV do Instagram.

Ela ganhou, igualmente, um espaço na programação da emissora, com o quadro 'De Olho em Tóquio', destinado a reproduzir os conteúdos registrados pela comunicadora, mas em âmbito televisivo. Até o final dos Jogos, Kozlowski foi o grande nome do jornalismo digital, dedicada exclusivamente às redes sociais.

Logo após a cerimônia de abertura dos Jogos, os protocolos de saúde foram seguidos à risca, principalmente quando as entrevistas em zonas mistas começaram.

No decorrer das entrevistas, tínhamos que ficar dois metros de distância dos atletas, com duas grades na frente, além de providenciar um pedestal para o microfone do entrevistado. A OBS (empresa responsável pela mídia) reduziu o número de espaços das zonas mistas nas olimpíadas. Geralmente tínhamos como agendar a nossa ida em uma instalação para um evento de alta demanda, onde há muita procura por entrevistas. Neste caso, tivemos que agendar as nossas idas às arenas diariamente, para a OBS ter um controle maior do fluxo da imprensa. (KANSLER, 2021)

Kansler ressalta as oportunidades cedidas pelo COB como fundamentais para a produção de conteúdo dentro da base do Time Brasil: "Houve um determinado dia em que eles abriram a sede para conhecermos a base de Yota e a delegação brasileira. Lá fizemos um PCR e depois uma agenda rápida no período da tarde para acompanhar os treinos da região" (KANSLER, 2021). Por mais que os produtos audiovisuais relacionados à delegação do Brasil fossem mostrados em massa televisivamente pela BandSports, Kozlowski conseguiu levar com exclusividade ao Instagram inúmeras curiosidades locais do Time Brasil, todas muito bem exploradas em um nicho de caráter instantâneo, como a rede social.

Sobre as escolhas de pautas, Kansler conta que, junto de sua equipe, arquitetou desde o princípio a definição de quais seriam os assuntos abordados, mesmo sem nada ter sido pré-estruturado pela produção da emissora. Segundo o jornalista, todo o processo referente ao gatekeeping, com boletins e entradas ao vivo, partiam da factualidade,

coordenada pelos editores chefes da BandSports.

Minha equipe era composta por mim, um cinegrafista, Anderson Gomes, e um produtor, Rafael Santana. Como nós fomos doze dias antes do restante da equipe, tivemos ideias de pautas, o que mostrar e produzir, mesmo com as nossas restrições. Não havia nenhum roteiro, o que posteriormente se tornou uma cobertura factual, dividindo equipes para não perder nenhum detalhe. (KANSLER, 2021)

As coberturas da BandSports utilizaram bastante da criatividade. Diferentemente do SporTV, além da série de VTs, das entradas ao vivo e do uso das mídias sociais, Júnior e Kozlowski realizavam entradas ao vivo na madrugada de Tóquio, em localidades distintas para fazer o 'Show do Esporte' - quadro apresentado por ambos no Brasil. Do mesmo modo que a programação do canal era mantida, os comunicadores trabalhavam com pautas quentes sobre o desempenho do Time Brasil a cada semana olímpica.

As entradas ao vivo foram realizadas sequencialmente em inúmeras oportunidades. Enquanto a dupla de apresentadores encarregou-se dos programas de debate ao vivo, Kansler, Capatto e Rosembergue assumiram os VTs e boletins: "Já fazíamos várias entradas em quase todos os horários na Band, BandNews, BandSports, BandNews TV, BandNews FM e Rádio Bandeirantes" (KANSLER, 2021). Já relacionado às pautas, o enviado relata também que as localizações para as gravações mudavam conforme os horários, principalmente em dias de restrição.

Gravamos durante o dia nas arenas, e à noite, no quarto do hotel via celular. O BandSports tinha os direitos de transmissão, a Band não, o que implicava que, para o BandSports podíamos gravar dentro das arenas, já para a Band ficávamos na cidade ou dentro de uma arena, mas com a imagem apontada para o lado de fora do estádio. (KANSLER, 2021)

Outro fator curioso é que a BandSports foi a emissora que, com exclusividade, transmitiu diferentes modalidades ao vivo com as narrações de Álvaro José, de dentro das arenas olímpicas. Por meio do que foi entregue após cada produção, tanto pela televisão, como pelo celular, observou-se a apuração de toda factualidade presente em Tóquio, com uma grande instantaneidade de informações.

O maior desafio foi trabalhar em meio a uma pandemia, atravessar o planeta com surto de Covid-19, mesmo vacinado. Chegamos em Tóquio sabendo que os Jogos iriam acontecer, mas com temor de serem cancelados se os casos aumentassem. Por outro lado, foi uma experiência incrível, pelo reencontro dos povos, pessoas de todo mundo se reunindo para o maior evento esportivo do planeta. Olimpíada para mim é a coisa mais importante dentro do esporte, pessoas de diferentes cantos do mundo reunidas para uma grande festa. Sempre voltamos diferentes de um evento como esse. (KANSLER, 2021)

O enviado reitera que o Japão contabilizava, até o começo das Olimpíadas, 500 novos casos diários em média de Covid-19. Após o cancelamento da presença de público local nas arenas, o total chegava a 900 casos por dia. Já com o retorno das delegações

e jornalistas para o Brasil, os números batiam na casa dos 5 mil novos casos diários no Japão. Kansler demonstra o sentimento de gratificação pela oportunidade de cobertura, principalmente pelas adversidades apresentadas desde o começo a cada um dos profissionais presentes em Tóquio. “Foram 40 dias em uma cultura distinta, onde pude acompanhar várias histórias de pessoas, atletas, conquistas e superações, algo incrível” (KANSLER, 2021), completou o jornalista.

### 3.3 Similaridades e diferenças

Em meio aos dois estilos de cobertura, evidenciou-se que tanto o SporTV, como o BandSports trabalharam com a antecipação de conteúdos relacionados às suas programações na televisão. O surgimento de novos quadros, o vínculo de ex-atletas em ambas televisões, bem como os nomes dos enviados que iriam para Tóquio, já eram conhecidos desde semanas antes da pré-cobertura começar. Outras similaridades apontadas em ambas rotinas televisivas foram os estilos de notícias divulgados, ao levar em consideração a factualidade para os Jogos Olímpicos. Dificilmente, alguma informação emitida em VT ou boletim de uma emissora era ignorada pela concorrente.

Por outro lado, as distinções entre os dois veículos de comunicação puderam ser encontradas em alguns pontos. O primeiro deles foi no número de enviados especiais que cada canal teve. Enquanto o SporTV contou com 16 jornalistas (12 repórteres e quatro flecheiros), o BandSports manteve em sua equipe cinco enviados (três jornalistas assumindo as entradas ao vivo e as reportagens, simultaneamente, enquanto outros dois estiveram à frente da realização de programas ao vivo na capital japonesa). A apresentação do ‘Show do Esporte’, pertencente à grade de programação da emissora, foi apresentada por Júnior e Kozlowski. Ambos deram seguimento às transmissões, por meio de entradas ao vivo no final de cada dia.

	<b>SporTV</b>	<b>BandSports</b>
<b>Nº de enviados</b>	16 jornalistas enviados (12 repórteres e 4 flecheiros)	5 jornalistas enviados (3 encarregados das reportagens e entradas ao vivo, e 2 para seguirem com a grade de programação da emissora)
<b>Transmissões dos Jogos</b>	Sem acesso às cabines das arenas – transmissões realizadas no Brasil	Transmissões realizadas in loco, nas cabines de cada arena
<b>Estilo de Cobertura</b>	Cobertura televisiva, com amplo número de produções (VTs e entradas ao vivo), com cada um dos enviados	Cobertura televisiva, com um menor número de VTs e entradas ao vivo; Cobertura para mídias sociais

Além desta peculiaridade, o Bandsports destacou-se por outras características. Uma delas foi o acesso às cabines de transmissão nas arenas olímpicas, com narração e

comentários *in loco*. Enquanto o canal optou por contar com Álvaro José para tal encargo, o SporTV manteve seus narradores nos estúdios brasileiros. Em razão de estarem em menor número, cada jornalista do BandSports abraçou uma maior quantidade de nichos esportivos - motivo pelo qual notou-se a grande quantidade de materiais que o SporTV produziu, em comparação ao BandSports.

Outro ponto, se não o mais importante, foi a cobertura por mídias digitais, encontrada nos perfis de Instagram de Coelho, Alves e Kozlowski. De um lado, Alves e Coelho pelo SporTV, além de compartilharem questões relacionadas à bastidores de gravação, curiosidades culturais e momentos de descontração com suas equipes de reportagem em seus stories, a interação com o público por meio da ferramenta 'caixa de perguntas' do Instagram aproximou seus seguidores por meio de dúvidas sobre a cobertura das Olimpíadas. Do outro, Kozlowski foi a grande protagonista das mídias digitais. Desde a pré-cobertura, a ex-atleta e campeã mundial de bodyboard já registrava no seu Instagram a viagem rumo à Tóquio, informações relacionadas aos protocolos de saúde, dados culturais japoneses, idas aos centros de imprensa, hotéis e arenas olímpicas. Mas, o que de fato distinguiu sua cobertura das demais foi o aprofundamento e o resultado de cada produção.

Ao tornar-se integrante do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), ela assumiu junto de sua rede social o Instagram da entidade, com o objetivo de levantar dados relacionados ao 'Time Brasil'. A partir desta parceria, a comunicadora teve acesso exclusivo aos treinamentos, refeições e outros bastidores das delegações brasileiras, o que a viabilizou acompanhar de perto os treinos das modalidades do vôlei de praia, ginástica, vôlei de quadra, surf e boxe, garantindo furos, entrevistas e bate-papos com atletas, técnicos, fisioterapeutas e massagistas do Time Brasil. Toda essa produção acarretou no surgimento do quadro 'Mundo Glenda', dividido em episódios no IGTV da ex-atleta. Porém, as apresentações da comunicadora não permaneceram só em rede social, ao ganharem também um espaço na grade do BandSports, com o programa 'De Olho em Tóquio'.

## 4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o princípio, imaginou-se produzir um estudo de caso que pudesse discorrer detalhadamente sobre os Jogos Olímpicos de Tóquio. Observações que partissem da atuação jornalística, até o estilo de informações destacadas em cada entrevista, matérias e debates televisivos. E não foi à toa que o caderno de campo, no qual pôde-se compreender a dinâmica dos produtos jornalísticos que estavam circulando, contabilizou mais de 65 páginas de observação - entre o dia 8 de julho na pré-cobertura, até o dia 10 de agosto em um período pós. Para além das perspectivas de coleta de informação por meio do registro diário de dados, via televisão, websites e redes sociais, o contato direto com grande parte dos jornalistas locais foi considerado uma grande aposta desde os primeiros dias, por intermédio da realização de entrevistas semi-estruturadas e estruturadas. Até o

final do projeto, apenas dois jornalistas foram entrevistados (Gil, via e-mail; e Kansler, via chat do Instagram), embora outros tenham se disponibilizado e aceitado responderem as perguntas.

Ao chegar no desfecho da avaliação do objeto de estudo, compreende-se que o objetivo da ‘análise do trabalho profissional em meio à pandemia da Covid-19’, foi alcançado por meio das informações registradas durante a realização do evento, onde pôde-se conhecer os encargos de cada comunicador, rotinas de produção, protocolos de saúde, aplicação do gatekeeping, reportagens, entradas ao vivo e entrevistas com atletas, a partir dos contatos remotos promovidos com ambos. Fator este que leva à resposta do problema de pesquisa: ‘como os profissionais do jornalismo esportivo de ambas emissoras desenvolveram suas atividades durante a Olimpíada de Tóquio?’.

A conclusão do projeto auxiliou no entendimento pessoal do autor, sobre como ocorrem as tarefas jornalísticas diárias em uma competição de grande magnitude mundial - a qual reúne milhares de pessoas do mundo inteiro - ainda mais levando em conta a pandemia da Covid-19. Ponto este que reforça a necessidade do grau de preparo e improvisação acerca dos métodos de trabalho, junto a situações inimagináveis de uma rotina jornalística. Isso porque, os trabalhos devem seguir sendo executados, independentemente das circunstâncias em que o comunicador se encontre.

Outro ponto que elucidou de maneira reforçada as concepções do autor, é de que há sim como realizar uma cobertura de esportes bem apurada e com inúmeros furos jornalísticos, apenas usando as mídias sociais. O método que possibilitou uma imersão do público consumidor de notícias por meio digital, utilizado por Kozlowski, mostrou o engajamento, fidelidade e repercussão das mesmas informações veiculadas em rádio e tv, na rede social, a qual ganha com a instantaneidade e ferramentas de acesso, que permitem deixar as pessoas em contato direto com o jornalista.

Pretende-se por meio da pesquisa, disponibilizar fatos e noções sobre a atuação profissional em meio à pandemia de Covid-19, com dados para pesquisa e consulta sobre a vivência de correspondentes internacionais e enviados esportivos contemporâneos.

## REFERÊNCIAS

AGNEZ, L. **Identidade profissional no jornalismo brasileiro**: a carreira dos correspondentes internacionais. Brasília: Ed. UNB, 2014.

AGNEZ, L.; MOURA, D. **Perfil profissional dos correspondentes internacionais brasileiros**. Porto Alegre: Ed. Revista Famecos, 2015.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Coimbra: Ed. Edições 70, 2015.

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. Curitiba: Ed. Atlas, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Ed. Atlas, 2009. GIL, Carlos. Entrevista sobre a atuação jornalística durante os Jogos Olímpicos de Tóquio [set. 2021]. Entrevistador: Gianmarco Soares de Vargas. Santa Maria. Entrevista concedida ao Trabalho Final de Graduação, em Jornalismo, de Gianmarco de Vargas.

KANSLER, Thiago. Entrevista sobre a atuação jornalística durante os Jogos Olímpicos de Tóquio [set. 2021]. Entrevistador: Gianmarco Soares de Vargas. Santa Maria. Entrevista concedida ao Trabalho Final de Graduação, em Jornalismo, de Gianmarco de Vargas.

## B

BandSports 57, 58, 59, 62, 63, 64, 65, 66, 67

BBB 1, 2, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12

Bens 2, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 23

Branding 24, 25, 27, 33, 34, 35

## C

Comportamento do consumidor 1, 2, 14, 15, 23

Consumidores 1, 2, 3, 4, 5, 9, 11, 19, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 33, 95

Consumo 1, 2, 4, 5, 6, 8, 11, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 54, 91

Correspondentes internacionais 57, 68

Cultura 14, 15, 16, 18, 19, 22, 23, 37, 40, 41, 46, 47, 55, 66, 72, 75, 77, 81, 83, 84, 87, 90, 94

## D

Dados 5, 6, 24, 29, 30, 32, 36, 41, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 53, 54, 58, 61, 64, 67, 68, 76

Desejo 8, 9, 11, 14, 15, 16, 20, 21, 22

Desenvolvimento social 85

## E

Emoção 14, 15

Ensino superior 7, 24, 26, 27, 28, 33, 39, 42, 43, 44, 45

Estudantes 24, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 36, 39, 41, 42, 45

Experiência 10, 30, 34, 40, 42, 45, 50, 62, 65, 89

## F

Fatos 41, 45, 53, 68

Fontes 23, 41, 48, 53, 54

Formação superior 36, 41

## G

Geração Z 36, 38

## I

Identidade profissional 36, 68

Imagem institucional 85, 86, 91

Informação 1, 2, 12, 29, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 46, 49, 52, 66, 67, 85, 88, 89,

90, 91, 92, 93

Instituições públicas 85, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93

Inteligência artificial 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56

Interatividade 95

Inveja 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23

## J

Jogos Olímpicos 57, 58, 59, 60, 62, 66, 67, 69

Jornalismo 36, 37, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 54, 56, 57, 58, 64, 68, 69

Jornalismo esportivo 57, 58, 68

## M

Marcas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 25, 35, 49

Mercado jornalístico 36, 41, 42

Mercado municipal 70, 80

Mídia 2, 14, 21, 22, 46, 47, 60, 63, 64, 95

## N

Notícias 36, 37, 38, 40, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 66, 68

## P

Percepção 1, 2, 11, 17, 37, 39, 88, 91

Pesquisa bibliográfica 85

Pesquisa de opinião 1, 5

Público 5, 6, 11, 19, 36, 37, 39, 41, 42, 54, 60, 61, 62, 65, 67, 68, 71, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94

## R

Relações sociais 14, 19, 20, 21

## S

Saber científico 36

SporTV 57, 58, 59, 61, 62, 63, 65, 66, 67

## T

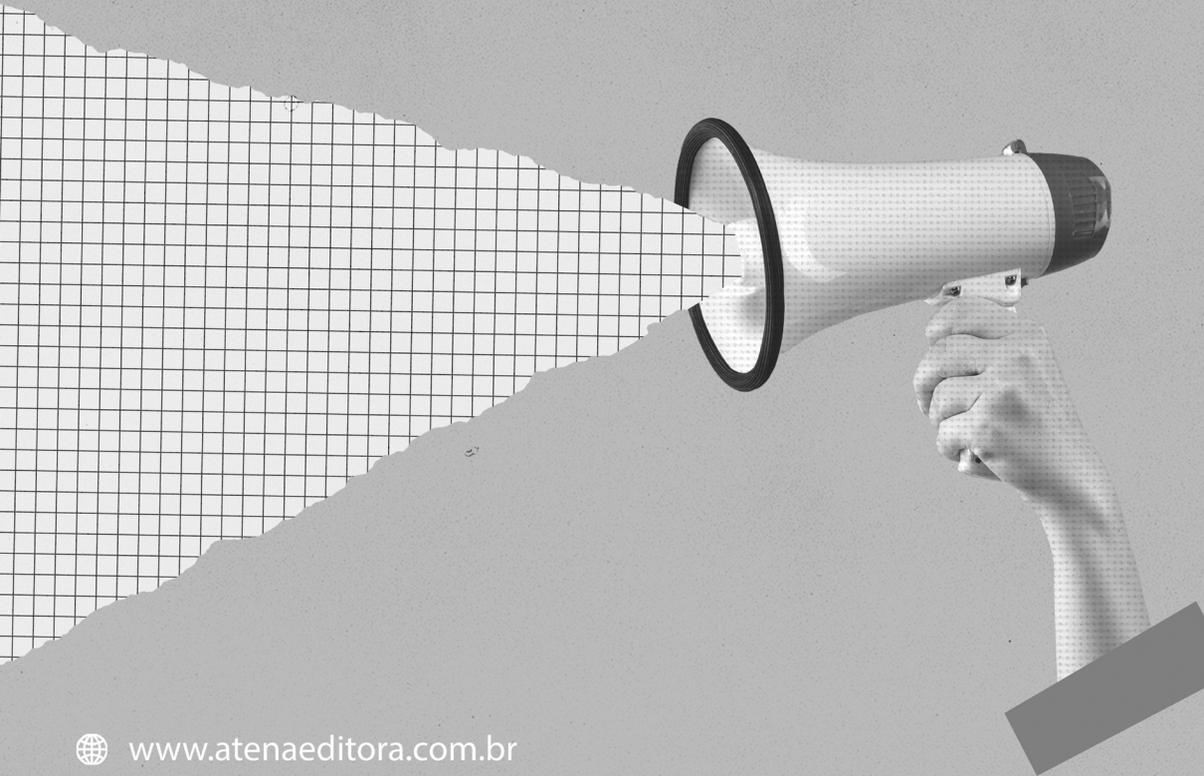
Tecnologias digitais 36, 40, 41, 46

## Z

Zitácuaro 70, 83

# COMUNICAÇÃO

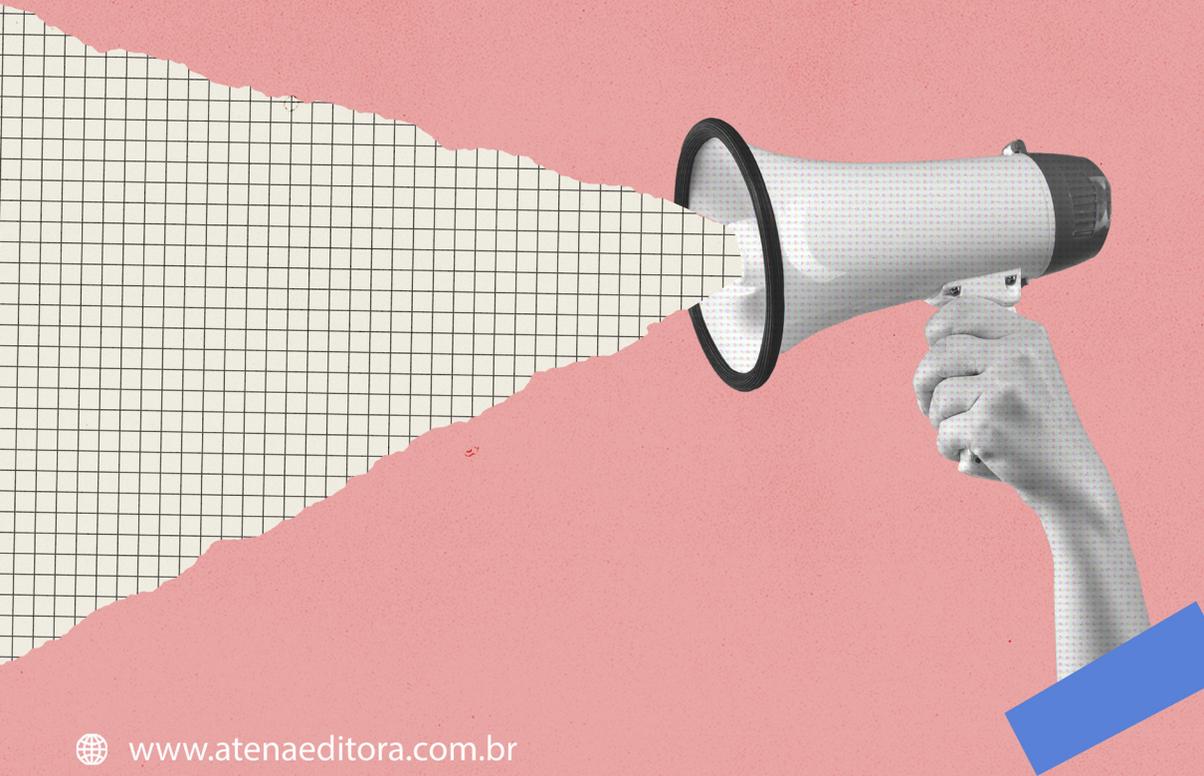
## BRANDING *e storytelling*



-  [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)
-  [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)



**BRANDING** *e storytelling*



-  [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)
-  [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)