

## **VALOR EM JOGO: estudo estético de reportagens ligadas a questões sociais do Esporte Espetacular<sup>1</sup>**

Natalhi Alves RIBEIRO<sup>2</sup>

Poliana Sales ALVES<sup>3</sup>

Faculdade Estácio de São Luís, São Luís, MA

### **RESUMO**

Este artigo visa compreender o poder de afetação das reportagens esportivas que falam do esporte como meio de superação. Com destaque para os conceitos de experiência estética e de categorias estéticas, e com base nos estudos da Estética da Recepção, buscamos demonstrar como o jornalismo explora a dimensão do sensível e transforma fatos em potencialmente estéticos. Tomando por aporte teórico as considerações de Belo (2017), Jauss (1989) e Recuero (2009), referências fundamentais, analisamos a reportagem do programa Esporte Espetacular, da Rede Globo, inserida em uma série de reportagens que levam o selo “#ValorEmJogo”, a qual conta a história de Miguel, menino de sete anos que possui uma doença pulmonar rara, mas apesar das dificuldades, pratica karatê, mostrando ao público valores como persistência e inclusão social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Reportagem; Estética da Recepção; Twitter; Esporte Espetacular.

### **INTRODUÇÃO**

A todo momento nos deparamos com histórias que nos comovem e nos fazem refletir sobre alguns aspectos da vida, talvez por esse motivo, tem se tornando comum se deparar com essa situação no jornalismo, que tem a capacidade de contar histórias em todas as especialidades e meios. Por esse motivo, optamos por analisar a reportagem que conta história do Miguel, veiculada no Esporte Espetacular, programa jornalístico esportivo, que destina-se a apresentar resultados dos jogos e séries de reportagens, dentre elas, a analisada por nós, qual leva selo “Valor em jogo”.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

<sup>2</sup>Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Estácio São Luís- MA, e-mail: natalhi.alves@gmail.com.

<sup>3</sup>Mestra em Cultura e Sociedade, e professora do curso de jornalismo da Faculdade Estácio de São Luís, e-mail: polianasales@gmail.com

O selo está inserido no setor de Responsabilidade Social da Rede Globo, que engloba uma série de projetos envolvidos com a mobilidade social. Segundo a explicação do site da emissora, o Valor em Jogo pretende mostrar como o esporte também emociona e serve como mobilizador social. Tais reportagens possuem uma construção narrativa carregada de subjetividade e elementos que levam o telespectador não apenas a se emocionar, mas compartilhar seus sentimentos em uma rede social digital. Para medir a interação e processo de afetação nos telespectadores com a reportagem escolhida por nós, utilizamos cinco postagens no *Twitter* que levavam a hashtag com o nome da série (#valor em jogo). Através desses twittes apontaremos como essa reportagem, mesmo jornalística, comoveu quem estava assistindo.

### **1. A narrativa jornalística**

Com a aproximação da literatura, o jornalista passou a ser considerado, por alguns autores, como narrador literário. Sodré (2009, p.144) afirma que com tal definição o jornalista “não está “fazendo literatura”, e sim lançando mão de recursos da retórica literária para captar ainda mais a atenção do leitor”.

Apesar de em alguns momentos jornalistas misturarem o fato com a ficção, a exemplo dos autores do *New Journalism*, movimento que teve como principais expoentes: Truman Capote, Tom Wolfe, Norman Mailer e Gay Talese, a narrativa jornalística propriamente dita não segue esse modelo. Mesmo reconhecendo a genialidade desses autores e a importância das suas reportagens para o jornalismo o cerne da produção de reportagens deve estar baseado em contar histórias baseadas na realidade.

A descrição e a humanização de uma reportagem não são justificativas para deixar de lado a veracidade e a objetividade. Para Belo (2017, 45), o jornalismo “precisa ser profundamente calcado na realidade. Mesmo quando romanceado. Principalmente hoje, em que a disponibilidade de informação e os meios de consulta são tão acessíveis”. Essas características geralmente acompanham todas as especificações do

jornalismo, mas no dedicaremos a falar sobre como esse recurso é empregado nas reportagens esportivas.

A reportagem possui o conceito básico de ser a notícia mais aprofundada e detalhada, mas sua definição não se limita apenas a essas características. O compromisso de contar uma boa história, sem deixar de lado a veracidade dos fatos e ao mesmo tempo utilizar recursos que prendam a atenção do leitor ou espectador é o maior desafio do jornalista para produzir uma boa reportagem.

No jornalismo, a reportagem é o que mais se aproxima da literatura. Com o fim da II Guerra Mundial e o envio de correspondentes para as áreas de conflitos, os jornalistas estavam imersos em um ambiente repleto de histórias que mereciam não apenas ser noticiadas, mas exploradas e detalhadas. A forma narrativa dessas histórias abandonou o lead, mas sem deixar de se preocupar com a objetividade, uma das características principais de todo o fazer jornalístico. As reportagens passaram a se destinar a contar de uma forma em que os leitores se aproximassem do que estava escrito, já que todo o mundo, de uma forma ou de outra, havia sido atingido pela guerra.

O viés narrativo passou a estar tão presente no jornalismo que se perpetuou e alcançou os demais meios de comunicação, principalmente a TV, que como vemos até os dias atuais, utiliza tal artifício para contar histórias em grandes reportagens e, por vezes, com programas destinados apenas para esse fim.

## **1.2 Jornalismo Esportivo**

O jornalismo esportivo está presente em todos os meios de comunicação, seja no impresso, rádio ou TV, as abordagens são sempre semelhantes, com a divulgação dos resultados dos jogos e, em sua maioria, sempre com o futebol como foco principal. Característica talvez justificada pelo fato de que desde o início das coberturas, como até hoje, a modalidade é considerada a grande paixão dos brasileiros.

Como se refere a uma das especificações do jornalismo é importante ressaltar que o esporte sempre possui temas comuns e uma linguagem por vezes específica a quem está consumindo. Lage (2011) afirma que o jornalista especializado deve ser visto como um tradutor de discurso, já que cada área possui jargões próprios e desenvolve seu próprio esquema de pensamento. A cobertura do esporte no Brasil nasce na década de 20 e apenas com pequenos espaços nas páginas dos jornais. Segundo Coelho (2004), a pouca disponibilização de espaço nos jornais não era justificada pela falta de interesse dos jornalistas e editores, pois utilizavam o espaço que lhes era possível.

Após o primeiro título mundial da seleção brasileira de futebol, aumentou não apenas a paixão dos brasileiros, mas também os relatos sobre a modalidade. Tendo como destaque as crônicas de Nelson Rodrigues e Mario Filho, publicadas em jornais cariocas, com fatos nem sempre verídicos, as publicações foram conquistando de forma profunda a atenção dos leitores, pois traziam uma narrativa romântica, característica marcantes dos cronistas.

Com o passar do tempo as narrativas deixaram as crônicas e dedicaram-se a passar da forma mais fiel possível os relatos. O comprometimento com o relato era necessário para que a cobertura não fosse tratada como entretenimento, mas sim um ramo jornalístico. “A noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos tempos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra do jornalismo” (COELHO, 2004, pág. 22). Com essa transição foi perceptível a valorização que a cobertura esportiva foi adquirindo. A cada ano, com o crescimento proporcional a prática de esportes no país, os jornais cederam mais espaços para notícias esportivas.

A chegada dessa cobertura nos outros meios de comunicação não demandou muito esforço, já que o rádio e a TV, além de noticiar, possuíam a capacidade de transmitir em tempo real os jogos e exercer comentários bem mais contundentes sobre o assunto. A transmissão de jogos, principalmente dos torneios mundiais, era o grande trunfo das emissoras para conquistar cada vez mais audiência.

Esse crescimento vertiginoso fez com notícias de outros esportes fossem aparecendo, mesmo que em menor escala, em todas as mídias. A transmissão das olimpíadas era e é o momento em que as demais modalidades ganham destaque e passam a receber uma cobertura mais completa da grande mídia. Apesar de o jornalismo esportivo ainda está permeado de notícias factuais sobre o futebol, os programas de TV, em especial, sempre trazem grandes reportagens com fatos que fogem da normalidade e chamem a atenção do público. Para Silva (2014, p.2), “uma história só merece ser contada se uma norma- moral ou probabilística, ou as duas coisas juntas- for violada”.

O fato de o esporte ser usado em diversas situações de maneira educativa e social, fez com que as reportagens esportivas, como a analisada neste trabalho, tragam em suas narrativas personagens diferentes dos grandes jogadores de futebol ou dos demais recordistas de outras modalidades, mas tentam mostrar para o público não como o esporte é praticado e como os resultados são obtidos, mas como prática amadora e despreziosa é capaz de obter resultados diferentes e medalhas e troféus.

## **2. Experiência e comunicação**

Para compreendermos o conceito de experiência estética nos valemos dos apontamentos dados por Barilli (1989), que divide três tipos de experiências, sendo elas a comum, que compreende as ações do cotidiano, as quais realizamos de forma sistemática; a científica, que tem função de analisar as situações e encontrar uma solução para superar os obstáculos; e a experiência estética, que Barilli (1989) define como a descoberta de um paraíso terrestre, “o seu objetivo seria introduzir na terra um estado paradisíaco onde se possam viver os vários aspectos do mundo, exatamente, com a máxima intensidade, sem a preocupação de gastar energias” (BARRILLI, 1989, p. 36).

Outro conceito importante a ser destacado é o de categorias estéticas, pois nos dará base para identificar como as características do objeto de estudo tem o potencial de gerar reações nos receptores. Segundo Silva (2009, p. 90)

As categorias estéticas resultam de um esforço compendiário em torno da presença de traços recorrentes, de convenções de gênero, dados estilístico-formais e de configurações de relações afetivas entre objetos e público. Elas são combinatórias organizadas, um sistema relativamente coerente de exigências para que certa composição artística ou extra-artística alcance um determinado gênero, como o patético, o trágico, o dramático, o cômico, o grotesco, o satírico, o agradável, o gracioso, o sublime etc.

A divisão inicial dessas categorias, citada por Silva (2009), foi feita pelo esteta francês Étienne Souriau, em 1933, na qual ele montou um diagrama com 24 ramos, dividido em categorias clássicas, românticas e menores.

Antes identificarmos as categorias, é importante destacar as classes onde, segundo Silva (2009), se agrupam os elementos que mantêm aspectos semelhantes entre si, e em cuja organização interagem quatro dimensões, são elas: o ethos, o equilíbrio de forças, o valor estético e o trânsito estético.

O ethos refere-se às impressões emocionais do receptor ao ter contato com objetos estéticos; O equilíbrio de forças busca apresentar como a organização das obras condiciona os impactos afetivos do sujeito que estiver em contato estético; O valor estético “diz respeito ao valor agregado à categoria, sua determinação qualitativa, e corresponde ao ideal estético que a obra deve alcançar (ALVES, 2012, p. 34); Já o trânsito estético é capacidade de uma categoria poder ser observada em diferentes materiais, como exemplo, obras literárias, pinturas, esculturas e etc.

A categoria clássica está dividida em: cômico, sublime, belo, trágico, bonito e grotesco. A romântica divide-se em: enfático patético dramático, irônico e fantástico. Já dentre das menores estão: o nobre, o grandioso, o humor, o pitoresco, o gracioso, o lírico, heróico, pírrico, melodramático, caricatural, satírico e o elegíaco. Diante dessa divisão, apresentaremos, então, o diagrama de Souriau, onde está inserida a categoria estética do Melodrama, a qual utilizamos em nossas análises.

Deteremos-nos, portanto, no melodramático, que está inserido dentre as categorias menores e surge no início do século XVIII, possuindo como característica

principal a identificação marcante dos personagens. “No melodrama as personagens são separadas em boas e más, sem qualquer outra opção trágica: elas são donas de bons ou maus sentimentos, certas que não apresentam qualquer sinal de contradição.” (SILVA, 2009,p. 103).

Essa categoria pode ser observada em obras e narrativas que trazem personagens bons e heróicos, detentores apenas de qualidades e dignos de um final condizente com todas as suas características. Atualmente podemos observar esses aspectos, principalmente, em novelas televisivas, mas também em algumas reportagens, como a analisada.

A experiência estética é base principal da Estética da Recepção, a partir da compreensão deste conceito, nos aprofundaremos a entender como o receptor passou a ser valorizado no processo de criação e reprodução. É importante ressaltar que produtos midiáticos não obrigatoriamente causam impactos estéticos, já que essa uma característica originária de obras de artes e esses produtos não foram criados para esse fim. Tais produções midiáticas possuem, então, potencial de causar impactos em maior ou menor grau, dependendo da experiência de cada receptor.

### **3. Estética da Recepção**

Compreender a Estética da Recepção significa, antes de tudo, perceber a importância dada ao papel do leitor. Com seus estudos centrados a princípio nas obras literárias, a Estética da Recepção nasce a partir das considerações teóricas de Hans Robert Jauss, filósofo alemão que com a ministração da palestra “O que é e como que fim se estuda a história da literatura”, em 1967, apresentou ao mundo a discussão da produção de sentidos nos leitores da época.

O autor combatia correntes de pensamentos históricas que acreditavam que somente a interpretação dada pelo autor da obra devia ser levada em consideração, desvalorizando, assim, os efeitos causados nos leitores. Jauss considerava que as produções literárias poderiam modificar em alguns aspectos as vidas dos receptores,

ressaltando os sentidos que iam atribuindo a elas. “A contribuição da literatura na vida social se dá justamente quando, por meio da representação, ela promove a queda de tabus da moral dominante e oferece ao leitor possíveis soluções para problemas da vida” (COSTA, 2010, p.6).

Para Jauss (1989), se a literatura não servisse para modificar os padrões vigentes na época, seria uma produção com pouca qualidade estética, já que estava causando nos leitores apenas o sentido de reproduzir o que estava sendo apreendido.

Com o objetivo de basear sua teoria da estética da recepção, o autor então define sete teses. Focaremos, portanto, em duas delas, as quais nos levarão a compreender a forma como o Jauss (1994) entendia os impactos na vida dos leitores da época, são elas: o horizonte de expectativa e a que podemos definir como a função social da criação literária. Para Costa (2010), o horizonte de expectativas faz com que o leitor desperte lembranças e é responsável pela primeira reação à obra, considerando sempre o saber prévio que o público possui e ressaltando a influência do contexto histórico cultural do receptor na apreensão do sentido da obra. Já a função social discorre sobre como a leitura irá abrir novos caminhos para o leitor. “O fato de o leitor ser capaz, por meio da literatura, de visualizar aspectos de sua vida cotidiana de modo diferenciado é justamente o que provoca a experiência estética”. (COSTA, 2010, p. 6).

Para aprofundar os apontamentos sobre a estética da recepção se faz necessário apresentar os conceitos das três atividades primordiais da experiência estética. A *poiesis*, refere-se a satisfação do leitor em se sentir co- autor da obra. A *aithesis* está relacionada a como o saber adquirido na leitura proporciona uma nova concepção da realidade. Já a *katharsis*, que mais nos interessa, é o prazer proveniente da recepção ocasiona mudanças nos pensamentos e atitudes do leitor.

A *karthasis*, o horizonte de perspectiva e função social nos fazem compreender como o contato com objetos estéticos não apenas causam impactos nos receptores, mas também, mudam pensamentos, sentidos e atitude. Utilizaremos então esses conceitos



para observar como as reportagens que levam o selo “valor em jogo” possuem o potencial de causar sentidos diversos nos telespectadores.

#### **4. Redes sociais na internet: o *twitter***

As redes sociais digitais são “ambientes onde as pessoas podem reunir-se publicamente através da mediação da tecnologia”. (Boydapud Recuero,2009) como por exemplo, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. Essa diferença é importante pelo fato de qualquer interação grupal se tratar de uma rede social, mas apenas aquelas mediadas pela internet, ou seja, virtuais, é que são consideradas redes sociais digitais.

Segundo Boyd (2007), essas redes possuem quatro características principais, são elas: a persistência, a capacidade de busca, replicabilidade e as audiências invisíveis. A persistência refere-se ao fato de que tudo o que for postado irá permanecer no ciberespaço; A capacidade de busca compreende a possibilidade de encontrar pessoas ou informações através da ferramenta de busca; A replicabilidade diz respeito à atitude de compartilhar informações já postadas. Já as audiências invisíveis são consequências das características anteriores, pois através dos rastros deixados, outros usuários poderão acessar essas informações após a publicação. Tais características além de definir aspectos das redes sociais, nos fazem entender como o comportamento dos atores que estiverem utilizando de forma completa esse recurso poderá repassar informações e sentidos.

O *twitter* é uma rede social digital que tem como principal característica a limitação do uso de caracteres por postagens. Inicialmente esse valor era de apenas 140, mas em dezembro de 2017 foi ampliado para 280. Com essa característica em mente, os usuários podem expressar suas opiniões e sentimentos através de textos que serão lidos por seus seguidores, os quais podem ser compartilhados, processo também conhecido como “*retweet*”. Outra característica importante do *Twitter* é uso das *tags* ou *hashtags*, pois elas possibilitam a busca rápida de assuntos de interesses em meio a tantas

postagens. Cada usuário é capaz de criar suas próprias tags, além de poder se referir a um determinado assunto utilizando uma já pré-determinada para um tema de relevância.

“O Twitter não seria uma ferramenta de comunicação tão poderosa se não fosse pelas tags. E qualquer um pode inventar ou inserir tags, basta incluir nas mensagens palavras-chave precedidas pelo sinal “#” (SPYER *et al.* apud PEREIRA, 2018 p.28).

As tags passaram a dominar não apenas o *Twitter*, mas outras redes com o *Facebook* e o *Instagram*. A possibilidade de não apenas separar, mas evidenciar um determinado assunto encantou usuários e principalmente programas televisivos, os quais estabeleceram a prática de difundir tags que levam o nome do programa ou de um quadro específico no momento da transmissão, a fim de mensurar de forma mais rápida a audiência e o nível de interação dos telespectadores. Com essa opção, os telespectadores, que possuem uma conta no twitter, podem publicar sua opinião sobre o que está sendo transmitido e, quase de forma imediata, ver seu comentário no programa. Possibilita também que os usuários saibam a opinião de todas as pessoas que fizerem sua publicação com a *hashtag* determinada. Essa característica foi a forma que utilizamos para perceber a interação com o nosso objeto de estudo, a série de reportagens do Esporte Espetacular que levam o selo #valoremjogo.

## 5. #ValorEmJogo

“Valor em jogo: menino de sete anos encontra no karatê a superação de uma doença pulmonar”. Com este título, a reportagem que traz a história do Miguel foi exibida no dia 14 de janeiro de 2018, sendo a segunda da série de reportagens que levam o selo Valor em Jogo. A reportagem foi anunciada pela apresentadora Fernanda Gentil, na oportunidade ela diz:

- Fernanda Gentil: - Um garotinho de sete anos de idade, que nasceu com uma doença pulmonar rara, ligado a um fio e um cilindro de oxigênio, Miguel tenta levar a vida normalmente e encontrou no karatê uma forma divertida de vencer essa luta.

Vamos falar, portanto, de inclusão. É mais uma reportagem que leva o carimbo Valor em Jogo, para temas relevantes socialmente.

A partir desse momento, a reportagem, que é conduzida pelo repórter Diego Moraes, passa a apresentar a história de Miguel, contanto desde o diagnóstico da doença até o momento em que ele entra no karatê. Destacando como a família tenta proporcionar ao garoto uma vida normal, mesmo tendo que conviver com o cilindro de oxigênio.

A forma como a narrativa da história é construída nos remete a categoria estética do melodrama, que pode ser entendida nesse contexto pela marcação clara dos personagens principais, mesmo não existindo o antagonismo entre o bem e o mal, a sequência cronológica conduz o telespectador a acompanhar a história esperando por uma espécie de final feliz

Essa condução é facilitada também pelo uso de trilhas sonoras, que variam de acordo com o momento da história que está sendo apresentado. No início, a reportagem é conduzida por um fundo musical alegre, pois está mostrando como o garoto consegue conviver de forma natural com o cilindro. Já quando passa para os depoimentos, em que a mãe e profissionais da área da saúde começam falar sobre a doença do garoto, a trilha passar a ser um instrumental triste. Mas, a partir do momento que passa a mostrar os treinamentos de karatê, o fundo altera para um ainda mais alegre e contagiante. Essa lógica segue no decorrer de toda reportagem, sempre com a preocupação de ambientar o telespectador e o conduzir ao final da história. O clímax da história pode ser visto como a participação do garoto em uma competição, nesse momento a narrativa do repórter visa mostrar todo o aspecto de superação que envolve a vida do garoto.

- Diego Moraes: “Cara de mal, entrada firma, Miguel não ‘tava’ pra brincadeira. Competiu de igual para igual com os amiguinhos que não têm deficiênciã respiratória. Ficou um pouco nervoso por causa do ambiente de competição, mas nada que apagasse o brilho dele”.

A narrativa durante toda a reportagem destaca os sentimentos de superação e força de vontade do garoto, temas que sempre comovem as pessoas, inclusive a

apresentadora do programa, que ao fim da reportagem está chorando e faz comentários acerca das lições que podem ser extraídas da história de Miguel.

Para perceber essa afetação, separamos quatro postagens no twitter, nas quais os usuários demonstram seus sentimentos em relação ao que foi mostrado na reportagem. Tal averiguação só foi possível por conta da *hashtag* do quadro (*#valoremjogo*), que estava a todo tempo evidenciada, incentivando, assim, os telespectadores a demonstrarem suas emoções ao mesmo tempo em que assistiam a exibição da reportagem.

**Figura 1:** Hashtag do programa evidenciada na reportagem

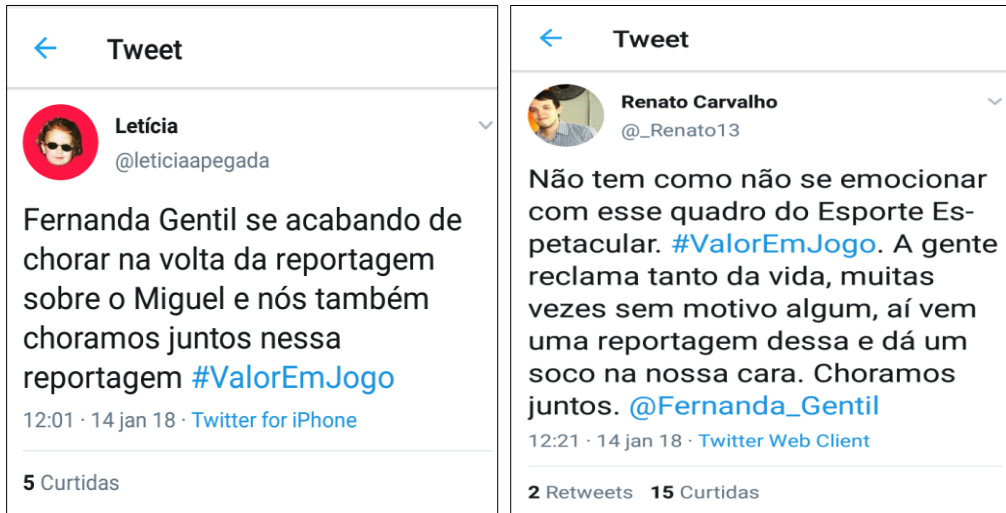


Fonte: Acervo Rede Globo

Os impactos gerados na apresentadora atingiram também os telespectadores. O choro é a emoção primária demonstrada por todos, o que nos faz nos destacar a necessidade de verbalizar essas emoções para se ter uma experiência estética completa. Para Braga (2010) a experiência estética corresponde ao momento em que ela é produzida em uma situação vivida. Como mostrado nos posts dos telespectadores, que assim como a apresentadora se emocionaram e verbalizaram seus sentimentos, como

mostrado nos posts abaixo: Fonte: Arquivo Rede Globo

**Figuras 2 e 3:** Telespectadores usam a hashtag #valor para demonstrar as emoções sentidas e compartilhar do sentimento da apresentadora, Fernanda Gentil.



Fonte: Twitter

Outro ponto importante a ser destacado é a forma como os telespectadores refletem sobre suas vidas frente à história contada. O poder de afetação da *karthasis* é capaz de mobilizar as emoções dos telespectadores para um tipo de aprendizado e/ou de conhecimento, lição adquirida.

**Figuras 4 e 5:** Telespectadores demonstram como a história contada influenciou na maneira de ver a vida



Fonte: Twitter

O horizonte de expectativas pode ser compreendido pela concepção de que o esporte é uma alternativa para melhorar de vida, em uma sociedade com poucas oportunidades. Como um exemplo de superação, os espectadores não apenas compartilham desse sentimento como os expõem no *twitter* e pode ser percebido em termos como: “fica mais uma lição de que vale a pena lutar pelos nossos sonhos...”, destacando que, como o esporte proporcionou a superação para o Miguel, também é capaz de proporcionar isso para outras pessoas.

## 6. Considerações Finais

Contar histórias como forma de repassar conhecimentos sempre esteve presente na vida em sociedade, a diferença é que nos dias atuais essa prática pode ser realizada de diversas maneiras, como através de narrativas empregadas em reportagens jornalísticas. Talvez a história do Miguel nunca fosse conhecida e tido a capacidade de gerar impactos sensíveis e levar os telespectadores a repensarem suas vidas.

Os conceitos aqui apresentados, como a *karthasis* e o horizonte de expectativa, nos fazem perceber com o programa esportivo, que a princípio trataria apenas de resultados de jogos, é capaz de gerar sentidos, a partir do apelo às emoções dos telespectadores.

É importante destacar também o conceito de responsabilidade social adotado pela emissora, que toma para si esse discurso e leva ao público temas considerados relevantes, como uma da superação de vida do Miguel, usando uma linguagem menos jornalística e aproximando-se de um estilo mais romancado para expressar toda a carga emocional que a história carrega. Possibilitando, assim, que essas impressões não sejam percebidas apenas pelos números de audiências, mas, principalmente, através da interação pelo *Twitter*.

## REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luís. Experiência Estética & Mediatização. In. LEAL, B. S.; GUIMARÃES, C.; MENDONÇA, C. Entre o sensível e o comunicacional. Belo Horizonte, MG: Editora Autêntica, 2010.

BARILLI, R. Curso de Estética. Lisboa: Editorial Estampa, 1989.

BELO, Eduardo. Livro-reportagem. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2017.

COELHO, Paulo Vinicius. Jornalismo esportivo. São Paulo: Contexto, 2. ed., 2004.

COSTA, Márcia Hávila Mocci da Silva. Estética da recepção e teoria do efeitoDisponível em  
<[https://abiliopacheco.files.wordpress.com/2011/11/est\\_recep\\_teorias\\_efeito.pdf](https://abiliopacheco.files.wordpress.com/2011/11/est_recep_teorias_efeito.pdf)>  
Acesso em 03 de mar.2019

LAGE, Nilson. A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2011.

NOBLAT, Ricardo. A arte de fazer um jornal diário. 8. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2016.

SILVA, S. A. B. Estética Utilitária: interação através da experiência sensível com a publicidade- São Luís- EDUFMA, 2009.

SODRÉ, M. A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento- Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

GUIMARÃES, C.; MENDONÇA, C. Entre o sensível e o comunicacional. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2010.