

## **O PAPEL DAS EMOÇÕES NO JORNALISMO:** um estudo da série de reportagens “O Brasil na Copa da Rússia” do Jornal Nacional.<sup>1</sup>

Jullyana Patrícia Soares PINTO<sup>2</sup>

Poliana Sales ALVES<sup>3</sup>

Faculdade Estácio de São Luís, São Luís, MA

### **RESUMO**

Este trabalho resulta da análise das emoções no jornalismo com base no estudo da Estética da Recepção. Com o objetivo de estudar as possibilidades de produção de experiência estética em reportagens de cunho esportivo, escolhemos como objeto de análise a série de reportagens “O Brasil na Copa da Rússia” veiculada pelo Jornal Nacional pouco antes do início deste evento mundial, em 2018. Considerando aspectos como recepção, mídia, produção dos sentidos e enquadramento narrativo, utilizamos os autores Gadret (2016), Braga (2012) e Zilberman (1989) como bases teórico-metodológicas para esse estudo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Emoção. Estética. Reportagem. Recepção.

### **Introdução**

Este artigo é resultado da pesquisa de experiência estética no jornalismo, baseada na produção de reportagem e estudo das emoções. Seu objeto de estudo é a série “O Brasil na Copa da Rússia” exibida pelo Jornal Nacional entre os dias 15 de maio e 11 de junho de 2018. Elas se configuraram pela apresentação dos perfis, trajetória profissional e história de vida de cada um dos 23 jogadores e mais um episódio voltado ao técnico da seleção de futebol masculina que defendeu o Brasil na Copa do Mundo no mesmo ano de sua exibição. Essas reportagens terão como base os conceitos de “Horizonte de Expectativas” e “*Katharsis*”.

---

<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> Recém-graduada pela Faculdade Estácio de São Luís, e-mail: [juhsoarespinto@gmail.com](mailto:juhsoarespinto@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho: Professora do Curso de Jornalismo da Faculdade Estácio São Luís. Mestre em Cultura e sociedade pela UFMA, e-mail: [polianasales@gmail.com](mailto:polianasales@gmail.com).

---

Trata-se de uma análise da experiência estética condicionada pelas reportagens da série, sua apresentação e seu padrão de narrativa. Com o foco na estrutura, enquadramento e elementos sensoriais contidos, ela buscará esclarecer a relação: público e mídia no campo estético e jornalístico.

Com o objetivo de estudar as possibilidades de produção de experiência estética em reportagens de cunho esportivo, este trabalho utilizou a metodologia de pesquisa bibliográfica, por sua necessidade de referências, recortes e documentos sobre e para compor a temática e seu contexto. A segunda metodologia empregada é a análise estética com base na estética da recepção, com a finalidade de explicar o processo receptivo no meio televisivo, já que visa compreender as experiências estéticas em detrimento do telespectador.

Inicialmente apresenta uma abordagem literária em função das considerações de Regina Zilberman sobre as conferências de Hans Robert Jauss. Nelas, ele apresenta o conceito de Estética da Recepção, mas é em José Luís Braga que todo esse campo teórico se apresentou alinhado à mídia e suas variações. Utilizando dos conceitos teórico-metodológicos da estética da recepção (horizonte de expectativas e a *katharsis*), no âmbito televisivo e voltado para o gênero reportagem, se conclui que, a construção da reportagem para a televisão, se devidamente trabalhada, é capaz de despertar o emocional nas pessoas e as estimular para obtenção de experiências sensoriais. Ao fim e dada todas as considerações, este artigo se propõe a contribuir nos estudos do campo estético e receptivo do jornalismo.

### **A emoção no jornalismo**

A discussão sobre a emoção no jornalismo tende associar ao sensacionalismo e a colocá-la em segundo plano na produção, porém, na visão de Gadret (2016) deve ser compreendida como fator particular e íntimo do jornalismo. É comum que se associe o significado de emoção à sentimentos ou expressões. Alegria, angústia, raiva, esperança, medo ou paixão; certo é que a psicologia a interpretou “como um estado corpóreo ou mental autônomo, caracterizado por vívidas sensações e agitação física” (FILHO, 2017, p. 64).

---

## Diversas áreas estudam as emoções e

[...] observam seu funcionamento no cérebro, registram suas expressões na face humana, analisam seu papel nas práticas sociais ou preocupam-se com a sua expressão e a construção do seu significado por meio da linguagem” (GADRET, 2016, p. 21).

Pode-se dizer também, que as entendem como aspecto biológico humano e universal, logo, a perspectiva pode ser voltada ao cenário jornalístico, e para tanto, é necessário que se tenha certo equilíbrio na construção informativa do fato. Pelo ao menos é o que apresenta Gadret (2016) – autora que servirá de base para parte desse artigo—. Para ela o fator emoção deve estar imerso no discurso jornalístico, centralizada no eixo da relação entre público e jornalismo e no enquadramento organizado. Ela se posiciona quanto ao primeiro ponto, alegando que

[...] o jornalismo é um espaço discursivo no qual as emoções circulam, ancoradas em temas universais, reificando, reelaborando e construindo discursivamente crenças sociais supostamente compartilhadas, baseadas em avaliações morais que devem ser aceitas pelo público para que este adira ao contrato de comunicação proposto (GADRET, 2016, p. 2).

Nele a preocupação com a narrativa e com a resposta dada aos estímulos provocados pelos jornalistas são evidentes, por isso, há um cuidado em preparar esse tipo de reportagem. É o que demonstra Benetti e Reginato (2013) ao explicar esse contrato de adesão por meio da emoção. Eles mostram

[...] que a conexão do leitor com o jornalismo depende do nível de satisfação que o veículo é capaz de provocar. Não basta que as regras “do bom jornalismo” sejam cumpridas, é preciso que o leitor se sinta recompensado pela confiança que deposita no veículo. Quando o leitor se sente triste, decepcionado, traído ou ressentido, tende a afastar-se do contrato e precisa, de certo modo, ser novamente “resgatado”. Nos níveis mais baixos de adesão ao contrato, percebemos a forte presença dos sentimentos de desprezo, raiva e aversão. [...] O nível de adesão do leitor ao contrato depende de sua identificação subjetiva com a proposta do veículo jornalístico. Depende de como o leitor vê a si mesmo e de como ele percebe que o veículo o vê. (BENETTI e REGINATO, apud GADRET, 2016, p.48).

Dado isto, é o caso de se debater o eixo e a relação entre público e jornalismo. Gunter (2015) se posiciona e diz que ela deve ultrapassar o apenas informar, e que se ater dos recursos audiovisuais além dos verbais é de grande valia para esse relacionamento, pois as qualidades estéticas são essenciais para a fixação na memória. Nesse quesito, diversos fatores são levados em consideração para se construir a tal interação, e como primordial, é a emoção, que se posiciona como elemento central nesse discurso. A

---

utilização dela nos conteúdos é uma excelente ferramenta para a adesão proposta pelo campo comunicacional e estabelecimento do vínculo.

Por outro lado, se tem o segundo eixo: “como a emoção é percebida pelos jornalistas e construída por eles como estratégia discursiva de captação da audiência” (GADRET, 2016, p. 5). Nele a atenção é dirigida aos profissionais que a fazem. Nessa perspectiva, há um questionamento acerca da objetividade no jornalismo, pois se acredita que se a produção for composta de emoção, ela torna subjetivo o formato.

“Jornalistas usam estratégias narrativas para exibir emoção, como a justaposição da normalidade a um evento inesperado, para buscar a adesão emocional do leitor” (WAHL-ORGENSEN apud GADRET, 2016, p. 5). Tal funcionamento pode desempenhar de forma mais eficiente quando se organiza o enquadramento na narrativa já em sua construção, atendo-se a elementos como tema, ângulo e harmonia entre envolvimento e distância no conteúdo.

A organização da emoção no discurso depende da situação sociocultural e das circunstâncias na qual a troca comunicativa ocorre. No contrato de comunicação do jornalismo, a informação é finalidade primeira (fazer saber) e a captação do público é finalidade secundária (fazer sentir). Nesta troca, a recepção é convidada a colocar-se como espectador do mundo (GADRET, 2016, p. 7).

Dessa maneira, nem se deixa de informar com objetividade e nem isenta a emoção do jornalismo, logo, deixa-se em evidência o papel social da profissão e sua relação midiática. A descrição e o detalhamento muito dependem da “situação sociocultural e das circunstâncias na qual a troca comunicativa ocorre” (idem, p. 7). As experiências culturais e o contexto no qual se encontra o receptor influenciam diretamente na forma como ele vai absorver a informação, bem como salienta Goffman (apud GADRET, 2016, p. 10),

[...] o agir humano está ligado a padrões culturais estabelecidos para o fazer e para o papel social que é construído a partir desse fazer. Esses padrões dizem respeito àquilo que recebe máximas aprovação ou desaprovação. O saber associado a eles baseia-se nas tradições morais da comunidade.

E então se percebe a questão dos valores morais presentes nessa abordagem. E se tratando de sociedade, há uma diversidade de mapas culturais, mas também há as questões de valores; o que emociona uma pessoa do Nordeste do Brasil, não necessariamente pode ter o mesmo efeito nas pessoas do Sul, ou para alguém de classe alta e outra de baixa

---

renda, por exemplo. E é justamente nesse ponto, que entra o jornalista e desempenha a função de mediador social com a finalidade de conciliar os diferentes mundos, preservando a audiência.

Se trazer tudo isso para o âmbito da televisão e se voltar para a reportagem, como é objeto desta monografia, conclui-se assim, que a

[...] construção discursiva da reportagem de TV está ancorada nas qualidades estéticas da televisão, que acionam a emoção como eixo de produção de sentidos. Nesse processo, a emoção organiza o enquadramento da reportagem por meio da articulação de uma avaliação moral (GADRET, 2016, p. 17).

Parte disso é dada pelo tratamento estético que a reportagem se constrói e inclui também fatores como mídia e recepção, que serão explanados nas abordagens seguintes.

### **Estética da recepção**

Para compreender a teoria receptiva no campo estético, primeiro deve-se conhecer a abrangência do termo “estética”. Fundada por Alexander Gottlieb Baumgarten, em 1750, ela surgiu como disciplina filosófica a fim de estudar o Belo, mas não ele por si só, e sim toda a reflexão acerca dele, bem como deriva do grego *aisthesis*, ela está diretamente ligada à sensibilidade. Ele dividiu a estética teroricamente entre o sensível e a beleza, e em prática, instaurando os “princípios necessários à formação do gosto e da capacidade artística”.

Frequentemente ligada ao conceito de Belo e da Arte, a estética foi consolidada por Emmanuel Kant em 1790 com a publicação da Crítica do juízo, na qual trata o Belo de forma subjetiva e em outra ótica, ele por sua vez, focou os estudos na experiência estética para explicar de forma mais próxima todas essas especulações acerca do Belo. Bem como salientou Nunes (2008), tal experiência “possui fundamentos na intuição ou no sentimento dos objetos que nos satisfazem”, o que fez Kant classificar o Belo como objeto da experiência estética.

“Dois são os aspectos de toda experiência estética: um, subjetivo (o sujeito que sente e julga), e outro, objetivo (os objetos que condicionam ou provocam o que sentimos e julgamos).” (NUNES, 2008, p.13) Essa divisão permite esclarecer as duas partes da moeda, a sua relação e como elas se estabelecem para se ter a experiência de fato.

---

As correntes inspiradas na psicologia, chamadas psicologistas, estudam, com exclusividade, o aspecto subjetivo, valorizando os seus elementos heterogêneos, como prazer sensível, os impulsos, os sentimentos e emoções. [...] As correntes que focalizam o aspecto objetivo valorizam os elementos materiais (sons, cores, linhas, volumes), as relações formais puras (ritmo, harmonia, proporção, simetria), as formas concretas no espaço e no tempo, capazes de produzir efeitos estéticos (NUNES, 2008, p. 14).

É como dizer que o subjetivo é o que sentimos em função do objetivo. Por exemplo, o espírito natalino, que nasce da harmonia do período anual e das cores que surgem com mais evidência por ser característicos da festa, ou da apreciação de uma paisagem natural, que em todos os seus traços e calmaria, inspiram leveza ao sujeito. E é nessa perspectiva, de como determinada situação, cena ou objeto atinge cada pessoa, que se trabalha a estética da recepção.

Com base na literatura, Hans Robert Jauss, nos anos 60, apresentou timidamente as primeiras ideias da estética da recepção com o intuito de remodelar o cenário nas universidades europeias e aconteceu. Na conferência ministrada por ele, em 13 de abril de 1967, na Universidade de Constança, essa linha entrou de vez na teoria da literatura e propôs que o foco metodológico caísse sobre o leitor ou recepção. Ela propõe a relação entre sujeito e objeto e uma experiência estética a partir disso; Jauss acredita que o foco deve ser dado a recepção ou ao leitor e que para ser recíproco deve haver o que chamou de “padrões de interação, isto é, a situação de regras que envolvem o leitor e dizem o que lhe compete fazer.” (ZILBERMAN, 1989, p. 51). Na intenção de explicar o quão legítimo a experiência estética foi para a autonomia do sujeito, Jauss explica que ela

[...] liberta o ser humano dos constrangimentos e da rotina cotidiana; estabelece uma distância entre ele e a realidade convertida em espetáculo; pode preceder a experiência, implicando então a incorporação de novas normas, fundamentais para a atuação na e compreensão da vida prática (ZILBERMAN, 1989, p. 54).

Será necessária a premissa de horizonte de expectativa para entender todo o processo receptivo que se propõe. Ela foi criada por Hans George Gadame adaptada por Jauss, e se constitui no caráter do objeto. Essa premissa é voltada

[...] à recepção e o efeito de uma obra no sistema objetivo de expectativas que, para cada obra, no momento histórico de seu aparecimento, decorre da compreensão prévia do gênero, da forma e da temática de obras anteriormente conhecidas e da oposição entre linguagem poética e linguagem prática. (JAUSS apud ZILBERMAN, p. 34).

---

Ela caracteriza-se principalmente pela perpetuação de uma obra, ou seja, na ideia de que ela se atualiza todas às vezes que se propõe a ser vista. Esse horizonte tem como forte característica o papel de agente, aquele que proporciona a experiência já com a finalidade de atingir propositalmente o receptor, que por sua vez atende as expectativas da *katharsis*, que também é composta pelo prazer de sentir e pelo efeito estético, sendo que ambos precisam do critério de identificação para se concretizar. A *katharsis* pode ser reconhecida

[...] como a concretização de um processo de identificação que leva o espectador a assumir novas normas de comportamento social, numa retomada de ideias expostas anteriormente. Mais tarde esse conceito se alarga: coincide com o prazer afetivo resultante da recepção de uma obra verbal e que motiva “tanto uma transformação de suas [do recebedor] convicções, quanto a liberação de sua mente” (JAUSS apud ZILBERMAN, p. 57).

Logo, é um conceito teórico que conduz à prática e principalmente ao julgamento e reações em prol do objeto. Na condição de transferir algo para o leitor, a percepção desse processo comunicativo e aplicação dele, gera o fortalecimento dos vínculos e condicionam às melhores e qualitativas experiências na fase em que elas podem ser vivenciadas. Nessa condição, elas ficam ainda mais vivas, principalmente quando trabalhadas com recursos midiáticos.

### **Estética e mídia**

A sensibilidade e a comunicação se encontram quando Braga (2010) estuda o campo comunicacional e o estético, e os relacionam. Se antes o foco era sobre o objeto, agora se encontra voltado ao processo: o objeto como vetor. Ele defende essa ideia por dois aspectos:

[...] primeiro, porque uma parte de nossa vida cotidiana se organiza em torno de produtos mediatizados sobre os quais podemos sempre nos perguntar se podem ou não funcionar como vetores de experiência estética. Segundo, porque em minha perspectiva abrangente sobre mediatização [...] acredito que podem ser referidos à mediatização social interações muito mais diversas do que apenas os momentos de defrontação direta com as interfaces tecnológicas que nos expõem seus produtos (BRAGA, 2010, p. 74).

Ele classifica o ambiente midiático como referência no processo interacional da sociedade, e por esse motivo, torna o meio favorável para as experiências estéticas.

A relação principal talvez ocorra (através de produtos mediáticos e em uma lógica de mediatização como processo interacional de referência) entre os

---

âmbitos de produção e aqueles de da recepção- desde que ambos se encontrem em um ambiente geral de sintonização, de entendimento dos materiais e sentimentos com que esse nível de interação possa contar (BRAGA, 2010, p. 80).

Aqui, o todo mudou de cenário. O que podia ser visto na literatura, agora se é dado no comunicacional e por intermédio dos meios de comunicação, mas a essência é a mesma: propor experiências. Há uma variedade de modos em que os fenômenos estéticos podem se manifestar. De um modo muito mais prático, tomemos como objeto de exemplificação a televisão e dela, a notícia. Quem a produz se preocupa com o discurso que irá utilizar para conduzir-la, com o tratamento da imagem como forma de despertar a atenção do telespectador e o cuidado que terá com os elementos de áudio e seus recursos sonoros na composição do material. Por outro lado e em detrimento, há o telespectador que precisa ser atingido com tais propostas e para que isso aconteça deve entender isso como um processo de experiência. Essa conexão pode ser entendida como forma de expressão recíproca: o meio expressa o seu conteúdo para que o polo receptor expresse suas emoções e afetos.

Braga (2010) insere um ponto denominado “a circulação social da experiência estética”, o qual Barros (2012) o simplifica dizendo que

[...] esses sistemas de circulação ampliam, no tempo e no espaço, os processos de produção de sentidos, que extrapolam, assim, não só os limites das representações da mídia, mas também os movimentos restritos da recepção. A recepção passa a ser vista não mais como algo individual, mecânico e efêmero, mas como processo que se prolonga no tempo e se difunde no contexto sociocultural. A produção de sentidos se dá nas apropriações vivenciadas pelos receptores em seu lugar social, em interação com seus pares, marcada por experiências de interpretação, balizada por mediações socioculturais (BARROS, 2012, p. 80)

Ou seja, as experiências se propagam a nível social e possibilitam trocas e compartilhamentos, logo o seu efeito não deve ser caracterizado como imediato e nem reduzido a apenas a uma reação psicológica, e sim uma condição de interação social, como propõe o campo da midiatização. E ao comunicador, cabe o papel de compreender todos esses processos e se entender como agente dele. Ser proporcionador de emoções e sentimentos requer o conhecimento do seu público para a adequada narração e abordagem.

## **O Brasil na Copa da Rússia**



---

Para fins de apresentação, percorremos todo esse caminho em função do objeto deste artigo: a série de reportagens “O Brasil na Copa da Rússia”. Ela consiste em narrar as histórias de vida dos jogadores que representaram a Seleção Brasileira nesse evento mundial. Foi apresentada pelo Jornal Nacional, programa que ocupa o horário nobre na televisão brasileira e pertencente ao Grupo Globo de Comunicação. Com quase 50 anos de história, ele é reconhecido pelas grandes coberturas jornalísticas e pelas inúmeras séries especiais. O jornal foi o primeiro a cobrir a seleção ao vivo em uma Copa do Mundo. Aconteceu no Estados Unidos em 1994 e, desde então segue nesse ritmo.

A série foi ao ar entre os dias 15 de maio e 11 de junho de 2018. Sem seguir um padrão de tempo, contou com 23 episódios dos atletas Neymar, Gabriel Jesus, Douglas Costa, Firmino, Geromel, Marquinhos, Miranda, Thiago Silva, Fernandinho, Fred, Casemiro, Paulinho, Allisson, Cássio, Ederson, Marcelo, Fagner, Filipe Luís, Danilo, Philippe Coutinho, Renato Augusto, Willian e mais um voltado ao técnico Tite, ambas produzidas e apresentadas pelo repórter da emissora, o Tino Marcos.

Este trabalho consiste na análise de uma das reportagens da série, a do zagueiro Thiago Silva, que teve como critério de escolha a reicidência da Copa do Mundo anterior e por seu desempenho na posição em relação ao demais no mundial. A série ficou disponível na aba de “especiais” no portal G1.com logo após a sua exibição, em 07 de junho de 2018, e ela se apresenta da forma que demonstra a figura abaixo:

**Figura 1** - Apresentação da reportagem de Thiago Silva



**Fonte:** G1.com

A seguir, realizamos a análise dela com base nos conceitos teórico-metodológicos da Estética da Recepção, com foco em horizonte de expectativas e *katharsis*. O objetivo é identificar quais emoções são suscitadas pelos telespectadores da série e quais são os sentidos produzidos e partilhados pela emissora sobre a Copa do Mundo.

### **Análise quanto à Horizonte de Expectativas**

O Brasil é um país que carrega, em sua maioria, a paixão pelo futebol e em período de Copa do Mundo, todo esse sentimento tende a se intensificar. A ansiedade faz seus traços e a expectativa ganha um lugar na vida dos brasileiros. Vinda de uma derrota abalável que tirou a seleção da final em 2014 no jogo histórico contra a Alemanha, a convocação para a disputa em 2018 seria a esperança do brasileiro em mais uma vez acreditar no hexa da seleção. Pensando nisto, o repórter Tino Marcos entendeu que os brasileiros precisariam conhecer os “heróis” que iriam representá-los, e assim o fez. A essência das reportagens fez os telespectadores perceberem que os jogadores são “gente como a gente”, com histórias, anseios e desejos como os nossos.

---

O fato de sair de um bairro periférico e ganhar o mundo com a arte dos pés, como foi o caso de Thiago Silva, desperta a identificação de realidade no polo receptor e então, ele passa a sentir-se mais próximo do jogador, principalmente após conhecer seus dramas e percalços.

É notável na produção dessas reportagens, o cuidado do repórter em ambientar a história do personagem e suas origens para proporcionar ao telespectador a inserção na história. Utilizando de trilhas sonoras que despertam o sentimento de nostalgia, o jornalista descreve alguns dos pontos que marcaram o princípio de como tudo aconteceu. Ele atenta para o berço que formou o atleta na intenção de resgatar as memórias e induzir o público à sensibilidade do relato, o que reforça as expectativas na recepção. É o caso desse trecho na reportagem do camisa dois:

Tino Marcos: seis anos dirigindo pelas ruas de Paris, sem sair do subúrbio do Rio... O capitão do Paris San German é Brasil futebol clube.

Thiago Silva: claro que eu nunca vou esquecer que sou brasileiro, impossível!  
Tino Marcos: ainda que a referência "Brasil" traga junto muitos pesadelos, desde infância.

Thiago Silva: por ser uma favelinha, tinha sempre um tiroteio ou polícia entrando ou saindo, e eu tinha que esperar cessar um pouquinho e acalmar os ânimos pra me ir correndo pra casa. (MARCOS, 2018)

A importância do esporte na vida desses jogadores é algo que não se mede. Transformou realidades e permitiu sonhos em função do futuro de sucesso por meio do futebol, como mostra a narração de Tino Marcos, que em poucas palavras, resumiu a trajetória do zagueiro:

Tino Marcos: [...] o começo incerto, até se destacar no Juventude de Caxias do Sul e ir pra Europa. Uma passagem pelo time B do Porto de Portugal e logo chegou ao Dínamo de Moscou.

Tino Marcos: em 2006, superada a tuberculose, o Fluminense confiou na recuperação de Thiago e foram muito felizes. Virou ídolo e a carreira deslanchou, fez enorme sucesso no Milan e chegou ao PSG há seis anos, onde os atacantes Iago e Isago são sementinhas promissoras de futebol. Aos 33 anos o pai é jogador da seleção numa Copa do Mundo, pela terceira vez. (MARCOS, 2018)

Essa abordagem e a exibição, dias antes do início do evento, serviram para saciar, em partes, o sentimento de euforia do período e fazer florescer o sentimento de unidade, de torcida e de amor entre os brasileiros.

### **Análise quanto à *Katharsis***

---

As narrativas obedeceram um certo padrão em sua construção. Em análise às reportagens, foi possível perceber o relato dos altos e baixos da vida dos jogadores, o caminho profissional que eles percorreram até chegarem como convocados na Seleção Brasileira para a disputa da Copa do Mundo de 2018, o mosaico de fotos e paisagens como critério de passagem de tempo e uso de recursos de áudio (fundo musical) para a valorização das imagens e das emoções que queriam ser transmitidas. No episódio do Thiago Silva, o eixo familiar foi bastante valorizado e indispensável na contextualização da reportagem.

Tino Marcos: o maior aliado do candidato a jogador era o padrasto, o Miro.  
Angela Silva (mãe): um pai, um amigo, um padrinho.  
Thiago Silva: foi meu pai, foi meu pai!  
Tino Marcos: arrumava testes, levava aos treinos.  
Thiago Silva: mesmo sem dinheiro de passagem, ele arrumava. Foi o cara que mais  
confiou me incentivou. (MARCOS, 2018)

Como propõe o conceito da *Katharsis*, o prazer gerado pela identificação e suas reações a isso, é o que podemos chamar de experiência estética. Elas foram bastante utilizadas no momento em que o repórter relembra o acontecido no mundial de 2014:

Tino Marcos: Thiago Silva era o capitão do Brasil na Copa de 2014... Thiago foi criticado pelo choro e o isolamento durante a disputa de pênaltis contra o Chile nas oitavas de final.  
Angela Sila (mãe): ele senta na bola, chamam meu filho de chorão como se meu filho não "tivesse" sentimento "né"! (MARCOS, 2018)

As palavras e o tom de sarcasmo com que a mãe do jogador utiliza para enfatizar e concluir aquele momento, enquanto a imagem descrita é repassada ao telespectador, induz o mesmo à reflexão, já que, à partir de então, se tem o momento pelos olhos da mãe e ainda o seu posicionamento. Nesse episódio em especial, é possível notar que a reportagem parte do viés “maturo”, com o intuito de associar à principal característica do jogador em campo: a experiência.

Tino Marcos propõe um paralelo entre Paris (atual cidade do personagem) e Brasil na perspectiva do jogador Thiago Silva. O enquadramento dessa reportagem foca nos altos e baixos da vida do jogador, nas mãos tremula de Thiago Silva sobre a perda do padrasto, na aproximação da câmera aos olhos em prantos da esposa Isabelle ao falar da tuberculose do marido:

---

Thiago Silva: eu treinava tossindo, treinava com dor no peito. Eu já vi que tinha alguma coisa que não "tava" legal.

Tino Marcos: foi internado neste hospital em Moscou e por aqui ficaria por seis meses. Diagnóstico: tuberculose. A mãe dele viajou pra Rússia.

Angela Silva: é que ele era muito triste, cheguei a imaginar que ele não sairia dali.

Tino Marcos: a então namorada, Isabelle, também seguiu pra Moscou. Isabelle tinha 17 anos.

Isabelle Silva (esposa): eu não tinha ideia de quão abatido e depressivo ele "tava". Gordo, com a cabeça baixa, com computador... E aí, quando a gente chegou, ele só levantou a cabeça assim "oh"! (MARCOS, 2018)

O trecho anterior possui elementos que condicionam ao choro e à sensibilidade. A esposa demonstra ao público os detalhes do que viveu o marido quando indica característica como “depressivo”, “abatido” e “gordo” (pois não é o físico adequado de um jogador de futebol de campo).

Considerando todos os aspectos estéticos, foi possível observar também o tratamento das imagens e a harmonização com que as cores se estabeleceram. Outro fator bastante interessante foi o movimento de imagens aéreas para configurar as mudanças de cenário e passagem de tempo. Aspectos como discurso, som, imagem, enquadramento, ambientação, personagens, enredo e período de exibição foram fatores essenciais e determinantes para esta análise, bem como o condicionamento de experiências estéticas e sensoriais com base na produção de sentidos.

### **Considerações finais**

Para condicionar emoções e reações nas pessoas, antes é necessário que o jornalista conheça o perfil do seu telespectador, para então adequar a narração ao meio midiático e ao público alvo. Aspectos como discurso, som, imagem, enquadramento, ambientação, personagens, enredo e período de exibição, foram necessários para caracterizar e configurar a reportagem como um todo. Esses elementos potencializaram a construção da narrativa, proporcionaram experiências emotivas, sendo o gatilho necessário para o condicionamento dos sentidos na reportagem analisada. Embora, neste artigo, há apenas a análise do jogador Tiago Silva, ela e as demais carregam alto valor informativo e de grande detalhamento, isto é, mesmo em seu padrão, os personagens permitiram possibilidades infinitas e de boas narrativas.

---

A apresentação teórica das emoções no jornalismo e da estética da recepção contribuiu para entender todo o processo receptivo do telespectador em detrimento das reportagens. Os conceitos contidos nas teorias de "horizonte de expectativa" e "*Katharsis*" serviram de embasamento ao estudo realizado no episódio apresentado e confirmou a hipótese de produção dos sentidos e experiência estética a partir disso.

Entender que ângulo, enquadramento, cores e os sons têm a capacidade de tornar as histórias em narrativas singulares foi importante para se concluir que as reportagens televisivas são bem mais que meios de conduzir emoções, elas são criadoras de emoções nos espectadores.

## REFERÊNCIAS

BARROS, Laan Mendes. **Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas**. In. MATTOS, M. A.; JUNIOR, J. J. JACKS, N. *Mediação e Midiatização*: Editora EDUFBA, Salvador, 2012. Disponível em: <<https://static.scielo.org/scielobooks/k64dr/pdf/mattos-9788523212056.pdf>>. Acesso em: 22 de novembro de 2018.

BRAGA, José Luís. Circuitos versus campos sociais. In. MATTOS, M. A.; JUNIOR, J. J. JACKS, N. **Mediação e Midiatização**: Editora EDUFBA, Salvador, 2012. Disponível em: <<https://static.scielo.org/scielobooks/k64dr/pdf/mattos-9788523212056.pdf>>. Acesso em: 22 de novembro de 2018.

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.

DALMONTE, Edson Fernando. **A narrativa jornalística e a representação da realidade**. Curitiba, PR, 2009. Disponível em: <[www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1451-2.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1451-2.pdf)>. Acesso em: 02 de novembro de 2018.

FILHO, João Freire. **Correntes da felicidade: emoções, gênero e poder**. São Paulo, SP, 2017. Disponível em: <<file:///C:/Users/aluno.ESTACIOACAD/Downloads/122954-Article%20Text-251106-4-10-20170816.pdf>>. Acesso em: 15 de abril de 2019.

GADRET, Débora Lapa. **A emoção no jornalismo e a organização do enquadramento: as qualidades estéticas e a organização do enquadramento.** Trabalho acadêmico (Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, RS, 2016. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/143019/000995945.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 19 de novembro de 2018.

GADRET, Débora Lapa. **A emoção no jornalismo e a organização do enquadramento.** Palhoça, SC, 2016. Disponível em: <[http://www.academia.edu/31732789/A\\_emo%C3%A7%C3%A3o\\_no\\_jornalismo\\_e\\_a\\_orga\\_niza%C3%A7%C3%A3o\\_do\\_enquadramento](http://www.academia.edu/31732789/A_emo%C3%A7%C3%A3o_no_jornalismo_e_a_orga_niza%C3%A7%C3%A3o_do_enquadramento)>. Acesso em: 19 de novembro de 2018.

NUNES, Benedito. **Introdução à filosofia da arte.** São Paulo, SP, 2008. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/307984792/Introducao-a-Filosofia-Da-Arte-Benedito-Nunes>>. Acesso em: 15 de abril de 2018.

\_\_\_\_ **Confira a história do JN.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/04/confira-historia-do-jn.html>>. Acesso em: 23 de novembro de 2018.

\_\_\_\_ **O Brasil na Copa da Rússia.** Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/jornal-nacional/2018/o-brasil-na-copa-da-russia>>. Acesso em: 27 de setembro de 2018.

ZILBERMAN, Regina. **Estética da recepção e história da literatura.** São Paulo: Editora Ática, 1989.