

A EMOÇÃO NO JORNALISMO ESPORTIVO: UMA ANÁLISE DO PROGRAMA ESPORTE ESPETACULAR À LUZ DA PATEMIZAÇÃO¹

Lucas Guilherme MONTEIRO²
Marília MANFREDI GASPAROVIC³

RESUMO: O presente trabalho analisa duas reportagens veiculadas pelo programa Esporte Espectacular, da Rede Globo, com base nas principais características do telejornalismo e na Teoria Semiolinguística do Discurso, proposta por Patrick Charaudeau. O objetivo é identificar, na linguagem utilizada pelo programa, os efeitos da patemização, conceito cunhado pelo mesmo autor. Tendo em vista que o esporte ocupa um considerável espaço na sociedade e um grande público o aprecia e se identifica com a vida dos atletas, o jornalismo esportivo surgiu e passou a se desenvolver, ao longo dos anos, com a produção de reportagens com viés emocional. Dessa forma, considerando o processo analítico, foi possível identificar que os efeitos de patemização, constituídos pelas escolhas linguísticas e extralinguísticas do programa, pretendem produzir no telespectador emoções melancólicas, mas, em certos momentos, também alegres, de empatia entre outras. Nota-se, também, que a reportagem telejornalística usa todos os recursos disponíveis para conseguir produzir no público o efeito visado pela reportagem.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo esportivo, patemização, discurso jornalístico.

1 INTRODUÇÃO

Quando se trata de futebol, paixão nacional no Brasil, parte da população se emociona facilmente com materiais midiáticos produzidos. Justamente por isso, os meios de comunicação, inclusive programas telejornalísticos e de entretenimento, utilizam linguagens, efeitos sonoros e imagens específicas para comover os telespectadores.

O esporte, naturalmente, mexe com as emoções da população. No caso do povo brasileiro, o futebol é o esporte em mais destaque, haja vista que o jogo está na cultura da pátria e é simbolicamente reconhecido como *o esporte do Brasil*, até mesmo por outros países, como bem pontuado por Toledo (2000, p. 9): “Futebol: símbolo brasileiro que ultrapassa as fronteiras nacionais, tal como se nota através

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Jornalismo do Centro Universitário FAG, no ano de 2020.

² Acadêmico do 8º período do curso de Jornalismo do Centro Universitário FAG. E-mail: lg.monteiro@hotmail.com.br

³ Professora orientadora. E-mail: marilia@fag.edu.br

da notoriedade alcançadas por inúmeros jogadores, sobretudo Pelé, que condensa na imagem de ‘atleta do século’ o estilo brasileiro de jogar”.

Tamanho encantamento pelo jogo torna a sociedade mais propícia a ser “conduzida” pelo jornalismo esportivo, considerando a identificação do público com as práticas esportivas. Dessa maneira, esta pesquisa trata-se de uma análise semiolinguística do discurso, com base especialmente no conceito de *patemização*, de Charaudeau (2005), de matérias esportivas televisivas, a fim de destacar marcas linguísticas e extralinguísticas que podem interferir ou guiar a interpretação do público em relação ao material e ao esporte em si.

Para tanto, foram escolhidas, como *corpus* de análise, duas reportagens do programa Esporte Espetacular (história do treinador Léo Percovich, tragédia familiar, veiculada no dia 18/10/2018⁴; e história de Emanuel, um jovem goleiro sem um braço, gremista com contexto na conquista da libertadores, veiculada na data de 18/08/2019⁵), da Rede Globo, que traz, semanalmente, uma matéria com personagem que enfrentou uma superação na vida por meio do esporte, buscando, assim, apontar elementos utilizados no intuito de fazer os telespectadores se emocionarem e se identificarem ao assistir.

Apresentado todos os domingos pela manhã, o Esporte Espetacular se tornou referência nacional por levar informações esportivas com emoção ao telespectador. Essa razão justifica a escolha do programa como material para o processo analítico, que será apresentado após discussões teóricas acerca da Teoria Semiolinguística do Discurso e do telejornalismo esportivo.

1 SEMIOLINGUÍSTICA DO DISCURSO

A teoria semiolinguística do discurso (doravante, TS) foi desenvolvida por Patrick Charaudeau na década de 80 e tem como objetivo entender a tridimensionalidade da linguagem – já que retrata uma *dimensão cognitiva*, a qual prevê uma classificação e compreensão do mundo, uma *dimensão social*, que compreende os padrões de interferências dos atos de linguagem, e também a *dimensão semiótica*, que descreve como se realiza a semantização –, bem como demonstrar a semiotização e discursivização existentes no mundo (SOBREIRA, s/d),

⁴Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/6512291/>>. Acesso em: 01 ago. 2020.

⁵Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7852248/>>. Acesso em: 01 ago. 2020.

haja vista que as palavras assumem sentidos conforme são empregadas. A teoria propõe uma indagação sobre a linguagem analisada de acordo com dois pontos correlacionados: o sentido das ações e intervenções sociais e, de outra parte, a construção dos sentidos tanto da linguagem quanto dos textos. Nesse sentido, a semiolinguística considera os aspectos linguísticos e extralinguísticos para apreender os sentidos dos textos.

Primeiramente, é importante descrever o significado e a importância a respeito da TS, a qual será base teórica deste projeto. Assim, entende-se que, de acordo com o descrito por Charaudeau (2005, p. 11), um dos objetivos é analisar como ocorre a apreensão “do sentido de um texto, tomando por base o exame de operações discursivas realizadas pelos sujeitos enunciadorees durante o ato de comunicação, em uma determinada situação social, reguladas por um contrato comunicativo”. Ademais, de acordo com o autor, em relação à nomenclatura da teoria:

Semio-, de “semiosis”, evocando o fato de que a construção do sentido e sua configuração se fazem através de uma relação forma-sentido (em diferentes sistemas semiológicos), sob a responsabilidade de um sujeito intencional, com um projeto de influência social, num determinado quadro de ação; linguística para destacar que a matéria principal da forma em questão - a das línguas naturais (PAULIUKONIS; GAVAZZI, 2005, p. 11).

A partir disso, conforme exemplificado por Charaudeau (2005), demonstra-se que é fundamental um processo duplicado da semiotização para que esta se realize. O autor se refere primeiramente ao *processo de transformação*, o qual se divide em quatro formas de operação: *identificação*, uma forma de denominar e definir os elementos existentes no mundo para que seja possível referir-se a eles; *qualificação*, pois estes elementos necessitam de uma descrição de suas próprias peculiaridades, tendo em vista que cada um detém de seus atributos específicos; *ação*, partindo da ideia que os seres dependem de um determinado “fazer” para produzirem ou sofrerem uma ação; *causação*, a qual se resume em uma conjunção de determinados pretextos que juntos formam conforme dito pelo autor em uma “cadeia de causalidade”.

Como exemplo desse processo de transformação, considerando nossa análise do jornalismo esportivo, tem-se:

Matéria: “Léo Percovich tenta reconstruir vida após tragédia familiar”

Nesse caso, a *identificação* se dá por todos os substantivos descritos na frase de chamada da matéria, como o próprio nome do atleta; a *qualificação* ocorre pelas palavras “tragédia familiar”, que são as características mais impactantes da notícia; a *ação* e a *causação* ficam pelo “tentar” e “reconstruir a vida”, tendo em vista a produção do “fazer” e sua determinada causalidade.

O segundo processo, ainda consoante Charaudeau (2005), chama-se *processo de transação*, que se procede a partir de quatro princípios: alteridade, pertinência, influência e regulação. O primeiro princípio revela que há um contato entre dois indivíduos e que isso gera um envolvimento e uma reconhecimento entre si. Já o segundo relata que aqueles que fazem parte do ato de linguagem precisam verificar as informações constituintes do objeto de linguagem. O princípio da influência diz que toda pessoa que realiza um ato de linguagem quer fazer com que o outro indivíduo seja atingido de alguma forma. Por último, o princípio da regulação informa que, para que exista a troca de linguagem de forma correta, há regulação para que haja tolerância, mesmo que mínima, sem que ocorram ações precipitadas.

Soma-se a isso que ambos os processos são dependentes entre si; não é plausível utilizar-se somente dos procedimentos de transformação, mas também do procedimento de transação, tendo em vista que estes são complementares e necessitam um do outro para ajudarem no estudo da linguagem (SOBREIRA, s/d).

A TS, descrita por Charaudeau, traz a existência de uma vinculação entre forma/sentido para a concepção do sentido: este “é resultante de operações discursivas de entidades subjetivas, a partir de uma situação bem determinada, sob a égide de um contrato comunicativo” (PAULIUKONIS, 2016, p. 107). O contrato comunicativo classifica-se como um padrão de atos discursivos, sendo que ele detém várias moderações para que sejam consideradas pelos indivíduos como requisitos para que este se realize; caso quebrados esses requisitos, há a possibilidade de não ocorrer o ato comunicativo (MONNERAT; LIMA, 2010).

Não obstante, existem dentro da TS algumas finalidades primordiais:

- a) analisar corpora de textos escritos institucionalizados (daí o menor interesse pela análise da conversação, que é área maior de interesse dos estudos interativos conversacionais);
- b) dar relevo ao intertexto e ao interdiscurso – todo texto é perpassado por outros textos/discursos;
- c) enfatizar o dialogismo, em uma relação privilegiada com as teorias da enunciação;

- d) interessar-se não só pela função discursiva, como principalmente por visões discursivas de unidades da Língua. O maior interesse dos pesquisadores está em fatores linguístico-discursivos;
- e) fazer reflexões sobre como se dá a inserção dos sujeitos no discurso, com ênfase no estudo das modalidades da enunciação, os tipos de texto, os gêneros e os modos de organização do discurso (PAULIUKONIS; GOUVÊA, 2012, p. 55).

Tratando-se a respeito da enunciação, tal termo fez-se relevante nos debates acerca da relação entre o sujeito, a linguagem e o mundo. Existem dois conceitos principais que constituem o feito comunicativo, o princípio da alteridade e o princípio da identidade. O primeiro relata que existe uma troca entre dois indivíduos que são considerados como similares e, ao mesmo tempo, distintos, pois ambos têm um mesmo intuito, mas também exercem papéis diferentes entre si. Já o princípio da identidade dispõe sobre informações biológicas, psicológicas e sociais, concedido pelos demais, mas também dados do respectivo comportamento, os quais levam a elaboração de uma *identidade social e discursiva*.

Conclui-se que, considerando que o jornalismo esportivo trabalha com aspectos linguísticos e extralinguísticos na disseminação de informações ao público, apresenta-se uma análise semiolinguística do discurso em relação aos diferentes sentidos do que cada ato discursivo pode apresentar, demonstrando a existência do vínculo entre a forma e sentido. Além da semiotização, há os efeitos patêmicos nos atos de linguagem, assim sendo, consideram-se os traços de emoção nos processos de edição do programa, como também os planejamentos feitos para que esses efeitos sejam sucedidos. Cabe, nesse sentido, abarcar a noção de “patemização”, proposta por Charaudeau, que dará sustentação para nossa análise.

1.1 A PATEMIZAÇÃO DO DISCURSO

Charaudeau (2000) define a emoção como um prisma de *efeito discursivo* elaborado a partir de um “discurso ou ato de linguagem”. Nesse sentido, a patemização pode também ser considerada como correspondente de emoção. Neste caso, Charaudeau (2010) anuncia que a razão pela qual opta pelos termos

“pathos”, “patêmico” e “patemização” em lugar de emoção. Isso me permite, por um lado, inserir a análise do discurso das emoções na filiação da retórica que desde Aristóteles trata os discursos em uma perspectiva de visada e de efeitos [...], por outro lado, me permite dissociar a análise do

discurso, caso seja necessário, da psicologia e da sociologia (CHARAUDEAU, 2010, p. 35 *apud* RIBEIRO; SILVA, 2020).

Diante disso, é necessário abordar tal conceito, cujo propósito é gerar certos sentimentos de emoções em um receptor, ou seja, um meio pelo qual não se trata apenas de uma exposição de fatos consistentes, mas sim uma expositora de premissas que geram emoções, através de efeitos patêmicos, tendo diversas vezes o intuito de fazer com que o espectador de uma divulgação torne-se um ‘comprador’ do que é enunciado (MONNERAT; LIMA, 2018).

Efetivamente, a visão de Charaudeau (2000) é que a emoção deve ser explorada como um “efeito visado (e não produzido) pelo sujeito enunciator, isto é, como um efeito que este pretende ver atingido por meio de sua encenação discursiva” (ROSADO; MELO, 2017). O denominado *efeito visado* é aquele que é utilizado pensando em qual seria a sensação do interlocutor ao ter contato com o material, como ao assistir a um vídeo ou a uma filmagem. Além disso, essa emoção é visada no planejamento e poderá ou não ser atingida, tendo em vista que essa prática tem como objetivo ver quais serão os efeitos aflorados no espectador após ele ter proximidade com a notícia/reportagem entre outros (RIBEIRO; SILVA, 2020).

Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 23) definem

visada como sendo uma intencionalidade psico-sócio-discursiva que determina a expectativa do ato de linguagem, correspondendo, com isso, a uma atitude enunciativa de base definida tanto pela intenção comunicativa do sujeito comunicante, quanto pela identidade que ele atribui ao sujeito interpretante.

Em contrapartida, temos o nominado *efeito produzido*, que, no entanto, é aquele em que o planejamento feito anteriormente foi atingido tanto pelo espectador quanto pelo sujeito que realizou o “ato de linguagem”, ou seja, a emoção que foi visada acabou por ser também produzida (RIBEIRO; SILVA, 2020).

Ao passo que existe uma conexão entre o *efeito visado* e o *efeito produzido*, também existe uma brecha, tendo em vista que as comoções podem se tornar equivocadas, caso, na verdade, sejam sentimentos. Assim sendo, Charaudeau (2007, p. 240) faz a distinção entre as emoções e os sentimentos, conforme relata:

[...] a emoção seria da ordem moral, enquanto o sentimento seria da ordem do sensível. Pelo que explica o autor, o que mais se adequa à análise da reportagem é mesmo a noção de emoção pela ordem da moral, tendo em

vista que essa noção permite articular todo o arcabouço de características que os sujeitos compartilham socialmente.

Podemos relatar que os esportes trazem essas emoções de ordem moral, já que, nas reportagens, há diversos instrumentos utilizados que levam o público à certa comoção. Esses instrumentos são a trilha sonora, imagens e até mesmo textos com palavras escolhidas que se adaptam à reportagem e que são usadas para sensibilizar os telespectadores.

Charaudeau (2010) aponta que, em se “tratando da linguagem verbal, [...] o efeito patêmico pode ser obtido por meio do emprego de certas palavras, assim como por meio do não emprego de palavras que remetam a um universo emocional”. Dessa forma, o autor relata que alguns termos, por mais que sejam *visados* os efeitos destes em quem ouve, podem não produzir o que se almeja, mas esses termos demonstram certa “comoção” mais facilmente, como “raiva, angústia, horror, entre outros” (MONNERAT; LIMA, 2018). Ademais, existem algumas palavras que, apesar de não demonstrarem certa comoção, podem despertar no ouvinte o *efeito produzido* da patemização, são essas palavras “assassinato, vítimas, entre outros”. Fica certificado que, a depender do meio de emissão feito, os efeitos patêmicos são capazes de diversificar, como também podem ou não ser produzidos (MONNERAT; LIMA, 2018).

Embora a patemização seja vista por Charaudeau como realizada somente por meio verbalizado, Feres (2014) aponta a possibilidade de esse processo acontecer graças a recursos não verbais, isto é, pelo “não significável pela palavra, mas por uma imagem, por um diagrama, pela plasticidade, pelo gestual, sonoro, tátil, gustativo, pela prosódia” (FERES, 2014 *apud* MONNERAT; LIMA, 2018, p. 65).

Divide-se em três vertentes a análise de discurso das emoções:

as emoções são de ordem intencional, uma vez que elas se experimentam no sujeito como a representação de um objeto em direção ao qual ele se move, ou que ele tenta combater. Elas se manifestam como um agir para chegar a um objetivo, sendo desencadeadas por algo que é da ordem do desejo;

as emoções estão ligadas aos saberes de crenças, visto que estão sujeitas a julgamentos que se apoiam nas crenças partilhadas por um grupo social, cujo respeito às normas ou não acarretaria uma sanção social. Assim, as emoções são estados mentais que se apoiam sobre os saberes de crenças, saberes esses estruturados ao redor de valores polarizados e dependentes da subjetividade do sujeito, uma vez que elas existem em razão dessa subjetividade;

as emoções se inscrevem em uma problemática de *representação psicossocial* pelo fato de serem estados mentais intencionais que se apoiam sobre saberes de crença. Dessa forma, as emoções são *representações patêmicas* que descrevem uma situação a propósito da qual um julgamento de valor, coletivamente partilhado e instituído em uma norma social, envolve um actante, que é um ser beneficiário ou vítima e ao qual o sujeito da representação se encontra ligado (ROSADO; MELO, 2017, p. 90, grifos dos autores).

Isto posto, temos que a patemização é a consequência entre as chamadas “instruções contratuais” e as “liberdades enunciativas”. Assim sendo, existem três requisitos com a intenção de ordenar este efeito na TS:

- a) **Dispositivo comunicativo:** os componentes do contrato de comunicação, sobretudo a finalidade e a identidade, devem predispor ao efeito patêmico, pois, como vimos, é a situação de comunicação que emana instruções discursivas para o desenvolvimento dos processos linguageiro do ato de influência;
- b) **Campo temático:** o campo temático em que o ato de linguagem se apoia deve prever um universo de patemização e produzir uma certa organização das tópicas (imaginários sociodiscursivos) para produzir um efeito patêmico;
- c) **Espaço de estratégia:** a instância enunciativa, ou o sujeito enunciador, deve, no interior do processo de dramatização, utilizar uma encenação discursiva com finalidade patemizante, isto é, as estratégias devem ser organizadas para produzir efeitos patêmicos (ROSADO; MELO, 2017, p. 91).

Destarte, o efeito de patemização é capaz de ser conquistado por meio *explícito e direto*, o qual ocorre quando um indivíduo que realiza um ato de enunciação faz uso de vocábulos que apresentam um meio comovente, com a utilização também de imagens ou sons que são capazes de gerar no telespectador os efeitos visados para aquele momento.

Além disso, pode também ser atingido por meio *implícito e indireto*, o qual ocorre quando este mesmo sujeito enunciador apresenta linguagens, ao que tudo indica, imprecisas para manifestarem alguma emoção (ROSADO; MELO, 2017).

Já em referência ao espaço de estratégia, tem-se uma ideia de que o chamado “sujeito comunicante” detém como objetivo gerar certos impactos para um determinado destinatário a fim de que isso desperte sensações nele, porém, como essas estratégias possuem o “efeito visado”, tendo em vista a definição deste, apesar da intenção do “sujeito comunicante” em provocar certa emoção ao destinatário, é possível que não haja a conclusão desse objetivo (ROSADO; MELO, 2017).

De acordo com o que é analisado neste trabalho em relação aos recortes do programa Esporte Espetacular, vê-se que existem muitos acontecimentos na área do jornalismo esportivo que objetivam provocar comoção à maior parte dos seus telespectadores. Assim sendo, conforme declarado por Charaudeau (2007), utiliza-se a emoção como um meio para atrair o interesse do público a algum ato, ou seja, existe um propósito de sentidos na construção do material jornalístico em relação à patemização.

O sujeito então recorre a estratégias discursivas que tendem a tocar a emoção e os sentimentos do interlocutor – ou do público – de maneira a seduzir ou, ao contrário, lhe fazer medo. Trata-se de um processo de dramatização que consiste em provocar a adesão passional do autor atingindo suas pulsões emocionais (CHARAUDEAU, 2007, p. 245 *apud* RIBEIRO; SILVA, 2020, p. 91).

Por conseguinte, temos que, diante de uma circunstância discursiva, os propósitos patêmicos são meramente concluídos quando há a interação do público, bem quando este se sente identificado com o conteúdo debatido. Porém, nem sempre os *efeitos produzidos* são concluídos, conforme já explanado anteriormente, dessa forma, requer uma estimativa primeiramente nos *efeitos visados*, já que, além do planejamento, existem grandes chances de não haver o efeito produzido (RIBEIRO; SILVA, 2020).

Compreende-se que o efeito visado em tudo aquilo que se quer apresentar ao público é aquele que analisa e propõe uma forma de atingir aquelas pessoas, almejando um estado emotivo, a partir do uso de instrumentos que auxiliam nesse objetivo. Porém, o que se entende pelo efeito produzido é quando preparação e objetivos elaborados no efeito visado são concluídos e atingidos.

Mais precisamente, é visto que a emoção:

atinge os espectadores de maneiras distintas, ao mesmo tempo que as personagens falam, uma série de recursos sonoros e visuais ativam a patemização. Os cenários, a fala dos personagens reais, enquadramentos, iluminação e os sons favorecem a patemização, ao tornar tudo tão verossímil à realidade dos sujeitos apresentados (RIBEIRO; SILVA, 2020, p. 384).

Consoante com isto, para a especificação deste artigo, serão analisadas duas reportagens do programa Esporte Espetacular, conforme já mencionado. Existem alguns elementos a serem verificados:

Todos os elementos argumentativos apresentados levam o espectador a refletir sobre as informações apresentadas sobre o tema abordado, enquanto a análise desse discurso permite compreender os elementos que levam o espectador a sentir certas emoções sobre as reportagens em vídeo, através da patemização (RIBEIRO; SILVA, 2020, p. 385).

Serão verificados os efeitos que se mostrem patêmicos, bem como serão observados os efeitos visados e os efeitos produzidos. Ainda, “a emoção como efeito patêmico dependerá da relação que cada interlocutor terá com o que vê, escuta e interage com o vídeo mostrado” (RIBEIRO; SILVA, 2020, p. 386).

Para realizar a análise a que este artigo se propõe, é necessário discutir o contexto do jornalismo esportivo, com ênfase na abordagem televisiva, o que é feito no tópico a seguir.

2 TELEJORNALISMO ESPORTIVO

Os esportes sempre tiveram espaço na sociedade, porém não é desde sempre que eles fazem parte dos meios comunicativos. Assim, segundo Silveira (2009), começaram a ser noticiados gradativamente, principalmente em comunicações impressas; estes passaram a fazer sucesso e a trazer audiência e, dessa forma, tornaram-se uma categoria representativa nas formas em que eram divulgados. Além disso, “um dos feitos mais significativos que representam a importância do esporte, de modo internacional, foi à inclusão de páginas esportivas no *The New York Journal*” (SILVEIRA, 2009, p. 20).

Como houve relevante audiência acerca dessas notícias, os demais jornais e páginas começaram também a realizar um lugar específico para publicar a respeito dos esportes. Ainda, após o sucesso nos jornais e demais veiculações escritas, a mídia falada também começou a transmitir pautas sobre esportes (SILVEIRA, 2009).

Com a ampliação da divulgação dos esportes e também a importância dela tanto para os meios de veiculação quanto para a população que apreciava, ele foi alocado como uma categoria especial no jornalismo. No Brasil, também foi crescendo a necessidade de ser veiculado sobre o jornalismo esportivo, dessa forma, de acordo com Bahia (1990), esse feito se iniciou no ano de 1856 com “O Atleta”, o qual informava sobre o desenvolvimento físico dos habitantes do Rio de Janeiro.

De acordo, com Silveira (2009), somente em 1922 os jornais mais reconhecidos começaram a dedicar uma grande coluna para falar sobre os esportes muito mais que nos outros países. De fato, a editoria esportiva é uma grande mídia vendável, assim, é visível que são apresentadas várias páginas em jornais e revistas como também várias horas na televisão e rádio para falar a respeito desse tema. Além disso, trata-se o esporte não somente por uma atividade realizada por atletas ou amadores, mas sim por um nicho que atrai diversas e diferentes classes, culturas, etnias e religiões (SILVEIRA, 2009).

Para que haja a transmissão dos esportes, foi necessário o uso da comunicação, ou seja, o uso da linguagem. Ainda segundo Silveira (2009), os esportes demonstram uma forma tanto de diversão quanto de competição entre os atletas, provocando um evento de comemoração para os times ganhadores e para a população que se identifica com cada gênero esportivo.

Em complemento, o autor acrescenta que

O esporte é mais que uma partida. Esporte é cultura. [...] Não há como negar o aspecto cultural, tanto é que o esporte é requisito básico na educação, considerado fundamental na formação de um homem. O esporte serve de exemplo quando prega e ensina ao homem o convívio e o trabalho em equipe, a persistência, a busca por resultados. O esporte também pe disciplina (SILVEIRA, p. 38, 2009).

Dessa maneira, destaca-se que o jornalismo esportivo pleiteia muito mais do que apenas realizar os destaques dos esportes ou debater sobre estes em páginas de jornais ou na televisão internet entre outros, mas sim também exige ao jornalista o estudo e a compreensão das mais diversas modalidades esportivas. Além disso, é necessário acompanhar, pois cada gênero do esporte detém regras diferentes, formas de jogar, nomenclaturas e dizeres específicos de cada um (SILVEIRA, 2009).

Por fim, o jornalismo esportivo deve ter grande responsabilidade ao repassar as informações esportivas, bem como demonstrar maior conhecimento para aquilo que for apresentado, tendo em vista que o jornalismo esportivo apresenta complexidade, considerando diversos telespectadores que entendem de variados assuntos dentre os esportes, sendo que deslizes podem ser percebidos, deixando um sentimento de que o jornalista é inabilitado para área dos esportes.

Assim, deve o jornalista apresentar com preparo acerca das modalidades esportivas e estar sempre pronto para os diversos gêneros e ao menos bem

especializado em alguns com que sinta mais afinidade, trabalhando sempre com responsabilidade, não devendo ser partidário (SILVEIRA, 2009).

Dessa forma, tratando-se do jornalismo esportivo, bem como do telejornalismo, tendo este artigo como objetivo fazer a análise de matérias jornalísticas veiculadas pelo programa Esporte Espetacular, é perceptível a necessidade de expor que tal programa é um dos mais antigos da programação da Rede Globo. Desde o fim de 1973, o programa vem trazendo materiais de impacto e mostrando como o esporte modifica a vida do ser humano. Além disso, ainda não possui um horário determinado sobre o fim exato de suas programações, tendo em vista que muitas vezes faz a cobertura de grandes eventos.

O Esporte Espetacular leva notícias estruturadas a seu público, visto que as reportagens são gravadas com boa antecedência, fazendo com que o tempo para edição seja primordial; ainda, são utilizados grandes efeitos visuais e sonoros para dar grande ênfase em todas as reportagens, sendo que este é um programa voltado para os esportes, bem como o principal é o futebol brasileiro (CALEGARI, 2012).

De acordo com Rodrigues (2013), a vinheta que faz parte do Esporte Espetacular é bastante memorável e significativa para aqueles que já acompanham o programa há tempos, sendo gravada em diversas versões musicais. Nota-se também que o programa traz ao público diversas notícias de relevância social das situações ocorridas durante a semana e, até mesmo, levando aos telespectadores esportes pouco conhecidos no Brasil, como também campeonatos de todo o mundo, agregando àqueles que assistem conhecimento de diversos gêneros esportivos.

Nessa linha, é necessário pontuar que jornalismo esportivo tem como essência cada vez mais crescer o número de visualizadores dessas matérias, assim sendo, efeitos da patemização são utilizados em cada notícia para que levem ao público a emoção e, assim, haja a cativação e constância deste em acompanhar o meio esportivo. Em relação a isso, de acordo com Bezerra (2008), para que o público seja conquistado e atraído, aqueles que narram os acontecimentos do meio dos esportes utilizam formas inovadoras e linguagem diferenciada, para que seja mais facilmente identificado a respeito do que está sendo falado.

Ademais, ainda segundo Bezerra (2008, p. 78), “tudo é pensado como forma de espetáculo e faz parte da indústria que o esporte movimenta”. Há disposição de textos, placas, legendas, até mesmo efeitos sonoros e imagens notórias no meio

televisivo para chamar a atenção do espectador e levá-lo a reagir com alguma forma de emoção, seja ela de alegria, tristeza, raiva ou compaixão.

No próximo tópico, estão apresentadas as análises, à luz da TS, das duas reportagens selecionadas do Programa Esporte Espetacular.

3 ANÁLISE

Neste trabalho, são analisados trechos de duas reportagens, sendo elas a história trágica do treinador Léo Percovich e a trajetória de Emanuel, um jovem goleiro sem um braço. As reportagens foram escolhidas pois, em ambas, há uma narrativa de superação de histórias trágicas e de *volta por cima*, apesar dos delicados acontecimentos ocorridos na vida de cada um dos entrevistados, tendo em vista, também, que são histórias recentes e a respeito do futebol, um tema que envolve emocionalmente um grande público que o aprecia.

Ainda, nota-se um contraste entre as histórias, tendo em vista que um dos personagens é popularmente conhecido, mas o outro não. Ainda, é de importância mostrar que isso não altera, em relação à qualidade/prioridade de veiculação, no Esporte Espetacular, a construção do material jornalístico, pois as duas reportagens têm tempos de duração similares e são produzidas utilizando os mesmos recursos telejornalísticos.

Como mencionado nos tópicos anteriores, as reportagens em questão foram veiculadas pelo programa Esporte Espetacular levando em consideração o que foi exposto a respeito do que se entende pelo jornalismo esportivo. Além disso, visamos a analisar as emoções que são pré-pensadas antes mesmo da exibição da reportagem, como, principalmente, abarcar as possíveis emoções provocadas no telespectador que a está assistindo, de acordo com os preceitos teóricos da semiolinguística do discurso. Dessa forma, a análise se atenta aos efeitos de patemização encontrados em concordância com a visão de Charaudeau (2005), o qual foi utilizado como principal autor para embasamento desta pesquisa.

3.1 REPORTAGEM 01 – LÉO PERCOVICH TENTA RECONSTRUIR VIDA APÓS TRÁGEDIA FAMILIAR

A primeira reportagem analisada trata da recuperação de vida de Léo Percovich, sendo ele atualmente um treinador de futebol do time do Fluminense sub 20, após uma tragédia familiar, a qual tem duração de dez minutos e foi transmitida na data de 18 de fevereiro do ano de 2018, tendo como público-alvo aqueles que acompanham o meio futebolístico.

Nessa reportagem, são utilizadas estruturas linguísticas que levam ao público certa indagação, no início da reportagem, ao revelar que houve uma tragédia e deixar uma pergunta, com objetivo de despertar sentimento de curiosidade e, até mesmo, comoção, sobre a possibilidade de encontrar uma lição ou um motivo para se reconstruir após tudo o que aconteceu.

A reportagem traz diversos recortes de imagem desde o início da carreira de Léo Percovich, mostrando sua trajetória de goleiro, treinador de goleiros e atualmente técnico. Esse *flashback*, por si só, é um recurso utilizado no telejornalismo especialmente por ser bastante visual e traçar uma linha do tempo para o telespectador, o que atrai a atenção. Após isso, a reportagem traz um uso de trocadilhos linguísticos para iniciar a história trágica ocorrida na vida de Percovich: “dirigir um time [*fazendo referência ao ser técnico de um clube*], dirigir um carro [*levando a primeira impressão sobre a tragédia que ocorreu*]”.

A reportagem apresenta imagens da família e traz relevantes efeitos sonoros de batida de carro para demonstrar que houve um acidente, no qual ele perdeu duas filhas. Esse som de batida, por ser autoexplicativo para quem o escuta, contribui para o efeito visado pela produção do programa. Ainda, traz o próprio técnico falando a respeito do acontecido. Ademais, por toda a reportagem, são mudados os efeitos sonoros e são exibidas fotos das duas filhas que Léo perdeu no acidente de carro, contribuindo para o sentido desejado.

Figura 1 – Acidente grave



Fonte: extraído de reportagem da Rede Globo

É perceptível o efeito de deixar a imagem acinzentada para passar a mensagem de tragédia, causa comoção e chama a atenção do público para relatar um acidente grave.

No título da reportagem, *Léo Percovich tenta reconstruir vida após tragédia familiar*, como apresentado na fundamentação teórica do trabalho, a *identificação* se dá por todos os substantivos descritos na frase de chamada da matéria, como o próprio nome do atleta; a *qualificação* fica pelas palavras “tragédia familiar”, que são as características em mais destaque da notícia; a *ação* e a *causação* ficam pelo “tentar” e “reconstruir a vida”, ou seja, o que aconteceu e a razão dessa ação.

Dessa forma, entende-se que a reportagem leva ao público de maneira leve e bem-detalhada todos os acontecimentos, contando a trajetória de vida profissional até o momento após o acidente, sendo pertinentes todos esses fatos para a compreensão do que se trata. Além do mais, as edições feitas, utilizando imagens de sua família, de suas filhas e, também, imagens exemplificando como ocorreu o acidente, conforme demonstrado nos *prints* abaixo, tendem a deixar o telespectador focado para entender a respeito da vida de Percovich, bem como se identificar, de certa maneira, já que um dos possíveis efeitos de sentido no telespectador é a compaixão e a empatia, ao se imaginar *no lugar* do atleta, perdendo integrantes da família em um acidente de carro.

Figura 2 – Dissolução entre imagens



Fonte: extraído de reportagem da Rede Globo

Podemos notar que, entre as fotos da família, foram colocados efeitos de movimento e a transição de dissolução entre uma foto e outra, para dar um aspecto mais lento e melancólico, sobretudo, relacionado também com a trilha sonora.

Assim, nessas edições realizadas na reportagem, busca-se interligar o telespectador com o entrevistado, levando e causando certa emoção de tristeza e comoção no público que assiste. Considerando, no entanto, essas edições, e com a utilização de efeitos sonoros e imagens que trazem recordação, além da entrevista com o próprio Léo Percovich, tem-se que o efeito visado pela emissora era o de gerar emoções de melancolia.

Além disso, com a fala de Léo Percovich sobre o que está passando atualmente, vê-se a dificuldade em estar passando por este acontecimento e ainda causa a comoção em que assiste: [sonora¹] ⁶“[...] Mas o sofrimento te mata, e você não pode sofrer porque você ainda tem um filho [...] um filho que merece viver e merece ser feliz, e para isso a gente deve passar essa felicidade” [abre áudio: emoção¹]⁷.

Como dito por Charaudeau (2005), o efeito visado não é necessariamente produzido, pois nem sempre o telespectador sente o que foi almejado. Mas,

⁶ [sonora]: parte em que o entrevistado está falando na reportagem.

⁷ [abre áudio]: somente som ambiente, demonstra silêncio, emoção etc.

pensando no cenário do esporte no Brasil, uma vez que faz parte da cultura nacional, possivelmente, para parte dos telespectadores, o efeito foi também produzido.

Na reportagem, o repórter utiliza conhecimentos sobre os esportes em que o entrevistado já participou tanto como goleiro quanto como técnico; além disso, foi utilizada linguagem acessível, de fácil entendimento, bem como alguns trocadilhos para trazer a comoção no público-alvo, como: [off⁸] *“tricolor, três cores, três filhos, mas da família somente três sobreviventes”*.

Essa frase, dita pelo repórter, mostra que, como técnico, no ano de 2018, do Fluminense, Percovich era tricolor e, durante a viagem que fazia para celebrar o Natal, na qual ocorreu o acidente, iam todos seus três filhos, ele e sua esposa, mas, com o acontecimento, apenas sobreviveram três (ele, sua esposa e seu filho), sendo que suas duas filhas, de 09 e 05 anos, faleceram.

Dessa forma, entende-se essa frase utilizada, bem como outras também ao decorrer da reportagem, como um meio de fazer menção linguística à totalidade de momentos da vida do entrevistado e envolver o telespectador aos efeitos patêmicos.

Trazendo a visão de Charaudeau (2000 *apud* ROSADO; MELO, 2017, p. 90): “a emoção deve ser explorada como um ‘efeito visado’ (e não produzido) pelo sujeito enunciador, isto é, como um efeito que este pretende ver atingido por meio de sua encenação discursiva”.

⁸ [off]: é considerado aquilo que o repórter está narrando.

Figura 3 – Abraço entre repórter e entrevistado



Fonte: extraído de reportagem da Rede Globo

O abraço final do repórter, no ex-goleiro, torna a reportagem ainda mais humana e traz um ar de empatia para todos os telespectadores.

Conclui-se que, nesta reportagem, muitos foram os recursos linguísticos e extralinguísticos utilizados para levar os efeitos patêmicos aos telespectadores, pois houve várias edições realizadas e produzidas para que o evento ocorrido, que, por si só, causa sentimento de tristeza, fosse levado ao público para que gerasse comoção e emoções melancólicas a respeito do acontecimento, uma vez que o programa Esporte Espetacular tem como objetivo, assim como todos os demais programas, conquistar e fidelizar sua audiência por meio das reportagens produzidas e veiculadas.

3.2 REPORTAGEM 02 - *CONHEÇA EMANOEL, UM GAROTO DE MANAUS E UM GOLEIRO ESPETACULAR*

A segunda reportagem tem como título “*Conheça Emanuel, um garoto de Manaus e um goleiro espetacular*”, que foi exibida em 18 de agosto de 2019 e tem duração de 10 minutos e 31 segundos.

Nesse caso, a *identificação* se dá por todos os substantivos descritos na frase de chamada da matéria, como o próprio nome do garoto; a *qualificação* ocorre pelas

palavras “*de Manaus*” e “*espetacular*”, que são as características em foco; a ação seria o verbo “*Conheça*”, propondo uma atitude para o público; e a *causação*, o trecho quase na íntegra, “*garoto de Manaus e um goleiro espetacular*”, tendo em vista que o objetivo é explicar ao público que a razão para assistir é que o menino é um goleiro espetacular.

Ela trata de um menino chamado Emanuel, que é um goleiro. Conforme dito na reportagem, “*um goleiro sem ter um dos poderes dos outros goleiros*”, já que o menino de 16 anos nasceu sem o braço e ombro esquerdos. O menino recebeu ajuda do seu professor Rui Bonifácio, o qual duvidava que Emanuel, apesar de gostar de futebol e saber jogar, ficaria na posição de goleiro, pois, como de senso comum a todos, tem-se que o instrumento do goleiro são seus braços, porém, o professor se surpreende com a força de vontade e confiança de Emanuel.

Na reportagem, fica demonstrado, por meio de imagens, sonoras, *offs* e *abre áudios*, que a vida do entrevistado é muito humilde, pois mostra sua casa, que ainda não foi totalmente terminada, e mostra toda sua família, em especial, o irmão de Emanuel, relatando que [sonora] *um dia tudo isso ia mudar*, sendo ilustrada a emoção. O programa Esporte Espetacular, com esse direcionamento, vai ao encontro do que Charaudeau (2006) propõe em relação aos objetivos da mídia, ainda mais quando envolve um lado cultural e de entretenimento, além do aspecto jornalístico, já que a

instância midiática acha-se, então, ‘condenada’ a procurar emocionar seu público, a mobilizar sua afetividade, a fim de desencadear o interesse e a paixão pela informação que lhe é transmitida. [...] Para satisfazer esse princípio de emoção, a instância midiática deve proceder a uma encenação sutil do discurso de informação, baseando-se, ao mesmo tempo, nos apelos emocionais que prevalecem em cada comunidade sociocultural e no conhecimento dos universos de crença que aí circulam – pois as emoções não são um inefável aleatório. Elas são socializadas, resultam da regulação coletiva das trocas. Essa regulação, por um lado, segue os movimentos da afetividade e, paralelamente, as representações que atribuem valores às condutas e às reações emocionais (CHARAUDEAU, 2006, p. 91).

Ainda, na reportagem, aparece, na imagem, uma porta abrindo e [off] dizendo que “*portas se abrem para Emanuel*”, demonstrando, logo em seguida, um projeto criado para tirar as crianças em situação de rua que fazem trabalhos infantis e demais violações de direito.

Figura 4 – Campo de terra na periferia



Fonte: extraído de reportagem da Rede Globo

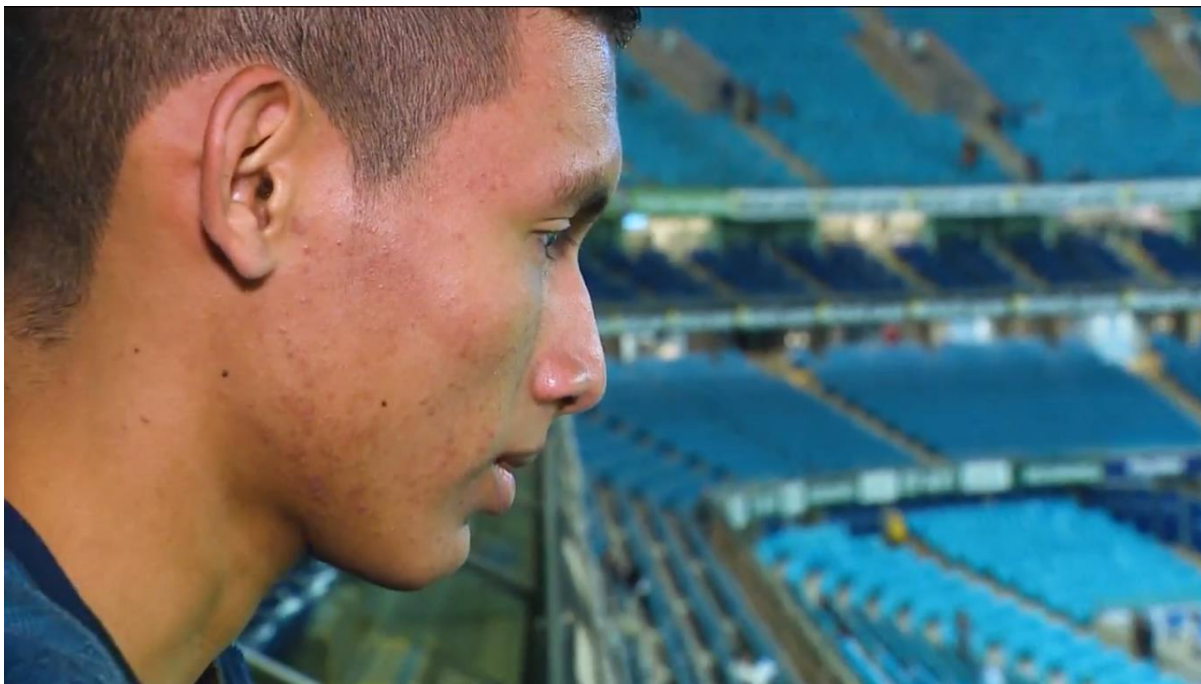
A imagem de drone no início da reportagem ilustra muito bem o ambiente e traz um tom de humildade para o material. O 'terrão' é um local de representatividade para muitos jovens de baixa renda que sonham em se tornar jogador de futebol. Muitos profissionais saíram do 'terrão' para fazer história. Tudo isso faz da matéria ainda mais impactante para quem está inserido neste contexto.

Após isso, o repórter aparece em sala para fazer uma surpresa ao menino e às demais crianças. Ele informa que o projeto receberá ajuda do Criança Esperança, um projeto da Rede Globo em parceria com a UNESCO, que cria oportunidades e desenvolvimentos para crianças, adolescentes e jovens de todo o país, que, com as doações, beneficia outros projetos, trazendo grande alegria a todos os presentes na sala de aula. Ainda, o repórter fala para o menino Emanuel que, como ele é um grande fã do clube do Grêmio, vão levá-lo a Porto Alegre para assistir a um jogo do seu time de coração.

Fica perceptível a emoção do menino e a felicidade em poder assistir pela primeira vez a um jogo no estádio, além do mais, ele viajou pela primeira vez de avião com sua mãe. É utilizada na reportagem a frase *“não paravam de olhar pela janela, mas o maior olhar estava por vir, o centro de treinamento do Grêmio”* [abre áudio: silêncio], ficando demonstrado mais um efeito de patemização, o qual pretende conectar o telespectador à história, que fique focado e veja que o futebol e o time que estava prestes a conhecer seria uma grande alegria para o menino

apaixonado pelo esporte, buscando promover a identificação do público, que, em tese, também seria envolvido emocionalmente pelo futebol.

Figura 5 – A atenção no estádio



Fonte: extraído de reportagem da Rede Globo

Imagem com enquadramento fechado para mostrar o sentimento do garoto no estádio.

Há a entrevista entre o repórter e Emanuel e mais uma surpresa: o goleiro do Grêmio, Paulo Victor, aparece para se apresentar ao menino, sendo um grande momento de emoções e, ainda mais, o presenteando com a luva que o goleiro utiliza e a camiseta do Grêmio com dedicatória. Linguisticamente, a patemização é retomada pela frase *“Paulo Victor vestiu Emanuel de Paulo Victor”* dita pelo repórter. O efeito visado, neste caso, é o de comover não só o garoto Emanuel como também – e especialmente – o público, a audiência do programa, já que o Esporte Espetacular faz uma tentativa de espelhar o futuro de Emanuel no goleiro do time gaúcho por meio da escolha das palavras.

Foram feitas imagens do menino no estádio, demonstrando as emoções de alegria, com um final em que mostra todos seus amigos e amigas cantando e tocando, o que proporciona sentimentos para o público de que é uma história que beneficiou a todos que estavam no projeto a partir da história de vida do menino

Emanoel. Na música em que cantam, a partir do minuto 08:04, a letra diz: “*valeu por você existir*”. Todos aplaudem, conforme *prints* abaixo, e, de acordo com o dito na reportagem, “*Emanoel já está compartilhando aos seus amigos que sonhos são possíveis*”.

O processo de patemização se torna praticamente catártico, já que o efeito visado era justamente o de utilizar o viés emocional para colocar em contraponto as emoções de tristeza, pelas dificuldades vividas pelo garoto protagonista, e a de alegria, com a superação narrada numa reportagem telejornalística que usa todos os recursos disponíveis para produção – linguísticos e extralinguísticos.

Figura 6 – Emoções em enquadramento fechado



Fonte: extraído de reportagem da Rede Globo

Imagem também com enquadramento fechado, para trazer a emoção e transmitir todo o sentimento do rapaz para quem assiste.

Assim, tem-se que, de acordo com o processo de transação, proposto por Charaudeau (2005), há um contato muito consistente entre a reportagem e o público que a assiste, pois mostra que o público do esporte futebolístico, vê, nessa história, superação e inspiração. Além disso, efeitos patêmicos foram pré-pensados e, possivelmente, concretizaram-se como *efeitos produzidos*, já que existe, indiretamente, um contrato de comunicação entre o programa Esporte Espetacular e o público:

Um dos objetivos é analisar como se dá a apreensão do sentido de um texto, tomando por base o exame de operações discursivas realizadas pelos sujeitos enunciadorees durante o ato de comunicação, em uma determinada situação social, reguladas por um contrato comunicativo (CHARAUDEAU, 2005, p. 11).

O menino Emanuel vive em uma família muito humilde e tem restrição física, e as edições de imagens, com base nas principais características do telejornalismo esportivo, ilustram essa situação, levando emoções de tristeza ao ver a situação, bem como a força de vontade e persistência do garoto, que, mesmo sem o braço e ombro esquerdos, é um goleiro de futebol e que pensa em mudar sua história e de sua família. Ou seja, a reportagem transmite exatamente o que o Esporte Espetacular se propõe a transmitir ao público do programa: histórias de superação, relacionadas ao esporte, que envolvem o telespectador por meio de emoções relacionadas ao cultural apego ao mundo esportivo, cujos efeitos visados são, muitas vezes, realmente concretizados em efeitos produzidos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A principal temática deste artigo foi revisitar a Teoria Semiolinguística do Discurso na visão de Charaudeau (2005), bem como utilizar os preceitos teóricos aplicados ao telejornalismo, já que, nesta teoria,

um dos objetivos é analisar como se dá a apreensão do sentido de um texto, tomando por base o exame de operações discursivas realizadas pelos sujeitos enunciadorees durante o ato de comunicação, em uma determinada situação social, reguladas por um contrato comunicativo (CHARAUDEAU, 2005, p. 11).

Dessa forma, após a compreensão acerca da análise da TS, foram estudados e apresentados os chamados efeitos de patemização, os quais abordam o fato de as emoções, muitas vezes, serem motivadas no público-alvo a partir de usos de linguagens e de recursos televisivos ou sonoros. Ainda, os efeitos patêmicos podem ou não ocorrer, sendo chamados de efeitos visados e efeitos produzidos. Além disso, esses efeitos têm como objetivo despertar emoções nos telespectadores.

Ficou demonstrada, também, a importância culturalmente construída dos esportes para a sociedade, sendo esse aspecto diretamente atrelado ao surgimento

do jornalismo esportivo, o qual, ao longo dos anos, ganhou espaço e produz materiais relevantes e cada vez mais aclamados pelo público.

Para relacionar a teoria estudada com a prática do telejornalismo esportivo, foram escolhidas duas reportagens do programa Esporte Espetacular (história do treinador Léo Percovich, tragédia familiar, veiculada no dia 18/10/2018; história de Emanuel, um goleiro sem um braço, veiculado na data de 18/08/2019), para serem analisadas. Por meio do processo analítico, concluiu-se que os efeitos de imagem, bem como os sonoros e, ainda, os efeitos linguísticos têm considerável impacto para gerar comoção no telespectador que acompanha, pois há a utilização de recursos linguísticos e extralinguísticos pertinentes ao contexto: cenas acinzentadas; enquadramentos nos principais entrevistados, com a intenção da fácil percepção da emoção vinda deles e que podem gerar no público essa mesma comoção; *offs* que fazem referência direta a emoções.

Por meio da análise, ficou incontestável que há um preparo profundo das edições das reportagens, para que todas consigam atingir o objetivo de levar ao telespectador sentimentos como melancolia, felicidade e comoção e, ainda, transmitir a força de vontade e superação por parte dos entrevistados escolhidos sempre a partir de critérios similares, independentemente de serem atletas famosos ou não – o que vale, para o programa, é a história e a emoção por trás do personagem.

Por fim, vê-se que há a utilização de vários métodos para que as reportagens do Esporte Espetacular, programa objeto de análise neste projeto, sejam transmitidas de modo que cause comoção no público que assiste e acompanha o mundo dos esportes, visto que é um ponto cultural que junta nações. Dessa forma, as reportagens transmitidas têm como objetivo conquistar a empatia e a audiência do telespectador, por meio dos efeitos de patemização, o que é atingido, considerando a identificação do público com as práticas esportivas e os contratos comunicativos que permitem a compreensão do que é veiculado pelo programa.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica** - História da Imprensa Brasileira. São Paulo: Ática, 1990.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos**. São Paulo, 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo. 2008.

CALEGARI, Gabrielle Hoff. **A sonorização como produtora de sentido no telejornalismo esportivo do Esporte Espetacular**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal de Porto Alegre, Porto Alegre, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, E.; MACHADO, I.L. (Org.). **As emoções no discurso**. Campinas: Mercado Letras, 2007. Disponível em: <<https://www.patrick-charaudeau.com/A-patemizacao-na-televisao-como.html>>. Acesso em: 01. set. 2020.

_____. Uma análise semiolinguística do discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L.; GAVAZZI, S. (Orgs.). **Da língua ao discurso: reflexões para o ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/Uma-analise-semiolinguistica-do.html>>. Acesso em: 01 set. 2020.

_____; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

_____. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. Trad. Renato de Mello. In.: MENDES, E.; MACHADO, I.L. (Orgs.). **As emoções no discurso**. Campinas: Mercado Letras, 2010.

MONNERAT, Rosane Santos Mauro; LIMA, Camila de Oliveira Groppo Lourenço. Um encontro semiolinguístico e semiótico: o verbo-imagético e a patemização no discurso publicitário. **Rev (Con) Textos Linguísticos**, Vitória, v. 12, n. 21, 2018.

PAULIUKONIS, M. L.; GOUVÊA, L. H. Texto como discurso: uma visão semiolinguística. **Rev do Programa de Pós-graduação em Letras da UPF**, Passo Fundo, v. 8, n. 1, p. 49-70, 2012. Disponível em: <<http://seer.upf.br/index.php/rd/article/view/2638/1800>>. Acesso em: 01 set. 2020.

_____. **Texto e discurso: Processos de semiotização do real**. Diadorim, Rio de Janeiro, Especial 2016, p. 105-115. 2016.

Disponível em:

<<https://revistas.ufrj.br/index.php/diadorim/article/viewFile/4049/15477>>. Acesso em: 22 set. 2020.

PAULIUKONIS, M. A. L.; GAVAZZI, S. **Da língua ao discurso: reflexões para o ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

RIBEIRO, Mariana Aparecida. O.; SILVA, Edson S. **A patemização do discurso sobre as quebradeiras de coco babaçu no Maranhão**. Afluente: Revista de Letras e Linguística. Vol. 5, n. 15, p. 377-400, jan/jun 2020.

RODRIGUES, Heverton Gomes. **Jornalismo Esportivo Televisivo e o Pan 2007: A preparação do “Esporte Espetacular”**. 2013. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/HevertonGomesRodrigues.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2020.

ROSADO, Leonardo Coelho; MELO, Mônica Santos de Souza. **Emoção e telenovela: um estudo das estratégias de patemização em O Astro**. Linguagem em (Dis)curso – LemD, Tubarão, SC, v. 17, n. 1, p. 89-116, jan./abr. 2017.

SILVEIRA, Nathália Ely. **Jornalismo Esportivo: Conceitos e Práticas**. 2009.

Disponível em:

<<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/22683/000740013.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

SOBREIRA, Francisco de Assis Moura. **Uma análise semiolinguística do discurso poético**. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/viiiifelin/43.htm>>. Acesso em: 22 set. 2020.

TOLEDO, Luiz Henrique. **No País do Futebol**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.