

# A centralidade do telejornal no ambiente midiático convergente: repensando como as interações entre produção e recepção atribuem sentidos aos Jogos Rio 2016<sup>1</sup>

*The centrality of TV News in the convergent media environment: rethinking how the links between the production and reception assign meanings to the Rio 2016 Games*

*La centralidad del noticiario televisivo en el ambiente de medios convergentes: repensando cómo los enlaces entre producción y recepción atribuyen significados a los Juegos Rio 2016*

DOI: 10.1590/1809-5844201834

**Beatriz Becker<sup>1</sup>**

<https://orcid.org/0000-0001-6665-8911>

**Heitor Leal Machado<sup>1</sup>**

<https://orcid.org/0000-0003-3788-3102>

**Igor Waltz<sup>1</sup>**

<https://orcid.org/0000-0003-1903-6153>

**Joana Tassinari<sup>1</sup>**

<https://orcid.org/0000-0002-2473-2842>

<sup>1</sup>(Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura. Rio de Janeiro – RJ, Brasil).

## Resumo

O artigo propõe uma reflexão sobre a cobertura televisiva dos Jogos Rio 2016 e interações entre produção e recepção no ambiente midiático convergente. A partir das dimensões teórico-metodológicas da Análise Televisual e da Semiologia dos Discursos Sociais, este trabalho apresenta uma leitura crítica da cobertura do *Jornal Nacional* dos Jogos Rio 2016 e dos comentários na página do Facebook deste telejornal. O estudo revela que as interações nas plataformas digitais durante as transmissões ao vivo estão imbricadas em motivações emocionais, que podem deslocar o interesse do público do acontecimento em si para a Política. Observamos que as audiências tendem a construir significações distintas dos enquadramentos e sentidos propostos pelas enunciações telejornalísticas.

**Palavras-chave:** Jogos Rio 2016. Televisão. Telejornalismo. Audiências. Emoção.

---

1 Trabalho apresentado na *Journalism Research and Education Section (JRE)*, IAMCR 2017, Cartagena, Colômbia, 16-20 jul. 2017.

## Abstract

This article proposes an analysis of the television news coverage of the Rio 2016 Games and the interactions between production and reception in the convergent media environment. From the theoretical and methodological dimensions of the Televisual Analysis and the Semiology of Social Discourses, this paper presents a critical reading of the coverage of Rio 2016 by *Jornal Nacional* and of audiences' comments in the page of Facebook of this TV newscast. This paper reveals the interactions in digital platforms during live broadcasting are embedded in emotional motivations, which can shift the interest of the audience from the event itself to Politics. We observe the audiences tend to produce different significations about the Olympic Games in relation to the frames and meanings generated by the journalistic enunciations.

**Keywords:** Games Rio 2016. TV. Television journalism. Audiences. Emotion.

## Resumen

El artículo propone una reflexión sobre la cobertura televisiva de los Juegos Rio 2016 y las interacciones entre producción y recepción en el ambiente mediático convergente. A partir de las dimensiones teórico-metodológicas del Análisis Televisual y de la Semiología de los Discursos Sociales, este trabajo presenta una lectura crítica de la cobertura del *Jornal Nacional* de los Juegos Rio 2016 y de los comentarios en la página de Facebook de este telediario. El trabajo revela que las interacciones en las plataformas digitales durante las transmisiones en vivo están imbricadas en motivaciones emocionales, que pueden desplazar el interés del público del acontecimiento en sí para la Política. Observamos que las audiencias tienden a construir significaciones distintas de los marcos y sentidos propuestos por las enunciaciões del periodismo televisivo.

**Palabras clave:** Juegos Rio 2016. Televisión. Periodismo televisivo. Audiencias. Emoción.

## Introdução

A televisão em transição interage com as mídias emergentes e as audiências e se expande para múltiplas plataformas. Mas os índices de audiência e os investimentos financeiros na televisão em diferentes partes do mundo demonstram que a *broadcast TV* não deixou de exercer centralidade na mídia contemporânea e em grandes coberturas telejornalísticas (BECKER, 2016). Nas transmissões ao vivo para milhões de espectadores, a televisão reafirma sua mediação, direcionando conversações e debates que provocam indignação e comoção. Essas transmissões são nomeadas de “telecerimônias” e interpretadas por Dayan e Katz (1999) como festividades que sublinham um determinado valor ou aspecto importante da memória coletiva. As cerimônias de abertura e de encerramento dos Jogos Olímpicos são exemplos destes acontecimentos midiáticos com características que marcam o modelo tradicional de televisão de massa do século XX.

As formas de mediação entre produção e recepção, entretanto, são cada vez mais complexas no ambiente midiático convergente. A construção dos acontecimentos resulta de

uma ordenação sequencial de representações por parte da produção e de uma intencionalidade condicionada no discurso da mídia, mas suas significações emergem de disputas de sentidos no consumo e na (re)circulação de conteúdos e formatos audiovisuais nas redes sociais. Não há uma lógica determinista capaz de conferir um sentido ideológico fixo a uma mensagem, uma vez que ele é multirreferencial (PINTO, 1999; HALL, 2003). A compreensão das maneiras como são produzidas as significações de transmissões televisivas de grandes acontecimentos exige descrever as estratégias enunciativas das emissoras e as interações da recepção, determinadas pelos contratos de leitura – conjunto de regras e de instruções construídas pelo campo da emissão, seguidas pelo campo da recepção e por ela reconhecidas, ou seja, os modos de dizer, a maneira como os vários sujeitos ou as várias vozes se organizam e dialogam nos discursos numa determinada situação de comunicação (BECKER, 2005). Assim, a compreensão da construção e reconstrução do sentido implica analisar como a produção e a recepção se articulam em um determinado processo comunicativo e em um contexto específico, reproduzindo ou não os sistemas dominantes (HALL, 2003).

Assumimos como hipótese que as formas de interação da TV e das audiências manifestadas nas plataformas digitais e redes sociais durante as transmissões ao vivo de grandes acontecimentos estão imbricadas em motivações emocionais por parte do público e podem deslocar o interesse das audiências do acontecimento em si para a Política, acirrando conflitos e desvelando posicionamentos antagônicos que tendem a se sobrepor aos sentidos gerados pelos próprios acontecimentos midiáticos. Embora a produção possa tentar amarrar o público a um significado de um acontecimento em um momento histórico específico, as interações das audiências nas plataformas digitais podem levá-las a valorizar mais as suas disputas políticas do que o próprio acontecimento. Nesse sentido, buscamos compreender na pesquisa originária deste artigo como a televisão reafirma a sua mediação e como a atuação emocional das audiências se manifesta no ambiente midiático, focalizando as interações estabelecidas entre produção e recepção nas transmissões televisivas dos Jogos Rio 2016<sup>2</sup>, mais especificamente a cobertura jornalística audiovisual do telejornal de maior audiência no Brasil, o *Jornal Nacional (JN)*, e as relações entre este noticiário e o seu público no Facebook. Assim, realizamos um estudo quantitativo e qualitativo de 3.546 comentários publicados na página oficial do *JN* no Facebook na abertura e no encerramento dos Jogos Rio 2016, amparados, especialmente, nas contribuições teórico-metodológicas da Semiologia dos Discursos Sociais e da historicidade das emoções (ROSENWEIN, 2011; PINTO, 1999). Posteriormente, realizamos uma Análise Televisual (BECKER, 2012) das 15 edições do *Jornal Nacional* veiculadas de 5 e 22 de agosto de 2016 em rede nacional,

---

2 As Olimpíadas sediadas no Rio foram as mais assistidas da história, acompanhada pela televisão por metade da população mundial e por 63 milhões de pessoas no Brasil, registrando um aumento de quase 8% do consumo de conteúdo televisivo em relação a Londres 2012. Os Jogos 2016 também foram acompanhados pelas plataformas digitais, gerando um total de 187 milhões de *tweets*, 1,5 bilhão de interações no Facebook, mais de dois bilhões de *snap*s e um bilhão de minutos de vídeos consumidos no YouTube. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/um-retrato-das-olimpiadas/>; <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Games/Summer-Games/Games-Rio-2016-Olympic-Games/Media-Guide-for-Rio-2016/Global-Broadcast-and-Audience-Report-Rio-2016.pdf/>; <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2167479516688438>. Acesso em: 20 jan. 2018.

cujos conteúdos em áudio e vídeo totalizaram 11 horas de tempo de duração, com o intuito de observar os modos como a Rede Globo e este noticiário atribuíram sentidos ao evento. Explicitamos este percurso metodológico em seguida.

## **Fundamentação teórica e percurso metodológico**

Os acontecimentos midiáticos se constituem como uma luta de sentidos, na qual as audiências, imbuídas de afetos e emoções, constroem versões particulares da realidade, as quais compartilham nas redes sociais. Assim, não são apenas as enunciações da mídia que atribuem significações aos acontecimentos midiáticos, eles também são remodelados pelas relações estabelecidas entre produção e recepção (VERBALYTÈ, 2016). As apropriações das audiências de conteúdos e formatos audiovisuais noticiosos estão imbricadas em processos de subjetivação e de adesão, os quais conformam determinadas comunidades emocionais ou sociais, como definidas por Rosenwein (2011, p.7), ou seja, grupos cujos “membros aderem às mesmas valorações sobre as emoções e suas formas de expressão”, os quais definem e julgam os acontecimentos como valorosos ou prejudiciais para si. Os movimentos dinâmicos de forças entre diferentes comunidades emocionais demanda ao pesquisador se debruçar sobre elas e desvendar seus sistemas de sentimento, uma abordagem que se aproxima da análise de comunidades interpretativas devido à observação dos modos como um determinado grupo de posicionamentos discursivos compartilha alguns referenciais de decodificação comuns em contraste com outros.

Assim, buscamos demonstrar neste trabalho como as formas de interação da TV com as audiências no século XXI, nas transmissões ao vivo de grandes acontecimentos, são caracterizadas por intensas disputas discursivas mobilizadas por afetos e emoções que manifestam subjetividades. O conceito de afeto, originário de Spinoza e retomado por Deleuze e Guatarri, corresponde a uma passagem de um estado experiencial para outro, a partir do encontro entre um “afetante” e um “afetado”, implicando o aumento ou diminuição da capacidade de agir do corpo (MASSUMI, 1987; SHOUSE, 2005). Para Sodré (2006), refere-se a uma ação externa sobre a sensibilidade de um indivíduo, gerando uma mudança de estado psíquico e corpóreo. Ele ressalta que a linguagem é uma mediação de distinção e não se reduz à mera transmissão de conteúdos referenciais, mas também estabelece o que ele chama de “estratégias sensíveis”, jogos espontâneos de vinculação às relações afetivas dos sujeitos, no interior dos atos enunciativos. Os afetos podem conduzir a novos sentimentos em processos de interpretação e rotulagem de experiências pessoais com base em predisposições prévias individuais. Shouse (2005) explica que o sentimento se atrela à biografia de cada sujeito formado por um repertório de vivências convocado na interpretação das experiências. As emoções, entretanto, fazem parte de um sistema de sentidos e de valores próprios a um grupo social, adquiridas com as modalidades particulares da socialização (LE BRETON, 2009). As emoções e as formas como são expressas e

interpretadas estão associadas às transformações culturais, sociais, econômicas e políticas (COELHO; REZENDE, 2010; FREVERT, 2011; LE BRETON, 2009; ROSENWEIN, 2010, 2011). Estudos de jornalismo e de televisão também apontam para a necessidade de explorar novas formas de compreender como as emoções incidem nos processos de produção e recepção de acontecimentos e notícias. O uso da emoção no jornalismo funciona como uma forma de capturar a atenção do público, além de proporcionar a criação de um vínculo afetivo com o telespectador (MORETZSOHN, 2013). A emoção nos estudos do campo também é compreendida como uma espécie de formação discursiva mais ou menos estável e produtora de sentidos que se inscreve materialmente nos discursos (BENETTI; REGINATO, 2014). Estudos de televisão tomam o meio como um dispositivo sensorial, que convoca suas audiências a sentir junto ao outro a mesma experiência de ver TV, especialmente nas transmissões ao vivo (FECHINE, 2006; OROZCO GÓMEZ, 2014).

No entanto, os vínculos estabelecidos pelas audiências com os grandes acontecimentos não respondem apenas às estratégias inscritas nos discursos midiáticos. Elas também atribuem sentidos às mensagens em outras instâncias do cotidiano social para além das telas, o que colabora para uma polissemia das narrativas televisivas, ainda que não haja simetria entre o público e os grandes veículos midiáticos, os quais tendem a produzir representações de mundo em sintonia com valores e ideologias dominantes (BECKER, 2016). A partir da compreensão das emoções como instrumentos de sociabilidade e componente das práticas de mediação em comunidades emocionais, sugerimos que, para além das estratégias sensíveis da mídia, há também estratégias sensíveis por parte das audiências. O público estabelece vinculação afetiva e emocional com os conteúdos midiáticos e os múltiplos sentidos que constrói são uma forma contemporânea de produção de subjetividade atrelada às redes digitais. A subjetividade, antes interiorizada, desloca-se a outros espaços de construção, tornando as fronteiras entre público e privado difusas (SIBILIA, 2008), o que torna a análise desses processos complexa.

Buscamos responder como a Rede Globo e o *JN* construíram significações dos Jogos Rio 2016 e as audiências manifestaram suas emoções e vínculos afetivos com as transmissões da abertura e do encerramento das Olimpíadas em um contexto de forte crise política, econômica e social, por meio de dois percursos metodológicos distintos e complementares. Estudamos os comentários publicados na página do *JN* no Facebook<sup>3</sup>, a plataforma oficial na *Internet* que reuniu o maior número de seguidores deste telejornal, de 5 a 22 de agosto, 7,8 milhões de pessoas<sup>4</sup>, nos dias de abertura e encerramento das competições. Fizemos uma análise quantitativa dos comentários coletados das 12 publicações em 5 de agosto, dia da abertura, e das outras 12 publicações do dia 22 de agosto, segunda-feira posterior ao encerramento dos Jogos Olímpicos, dia 21. Esse conjunto de 24 publicações do telejornal gerou 3.546 comentários, cuja coleta foi feita sempre após a edição do dia por meio de *prints*.

3 Disponível em: <https://www.facebook.com/JornalNacional/>. Acesso em: 24 abr. 2017.

4 Essa estimativa foi apurada por meio de serviço prestado pela Social Bakers (<https://www.socialbakers.com/>), empresa que oferece análises de mídias sociais.

Interessados em saber como o público atribuiu sentidos a Rio 2016 e estabeleceu relações e vínculos com o *JN*, também fizemos uma análise qualitativa das interações do público com o noticiário, amparada nas contribuições da Semiologia dos Discursos Sociais, especialmente nos três usos distintos da linguagem propostos por Pinto (1999): *Mostrar* – designar objetos e sujeitos com valorações; *Interagir* – constituir relações de poder entre os receptores; e *Seduzir* – demonstrar uma reação afetiva favorável ou desfavorável a sujeitos, objetos e eventos, reforçando ou modificando valores hegemônicos vigentes. Nessas três funções da linguagem no interior dos atos discursivos estão engendrados os usos sociais das emoções. Por isso, para observar as emoções que as audiências valorizam, desvalorizam ou ignoram e a natureza dos laços afetivos que elas estabelecem, também nos inspiramos, nesse estudo, nas diretrizes teórico-metodológicas da historicidade de emoções de Rosenwein (2011), as quais oferecem a possibilidade de identificar em um determinado contexto as comunidades dominantes – com posicionamentos hegemônicos reconhecidos por uma ampla parcela da sociedade – e as comunidades marginais – aquelas que se organizam em espaços de “refúgio” –, ambas em formações e dissoluções dinâmicas. Incorporamos ainda a tipologia proposta por Becker (2014) para classificar os tipos de depoimentos e organizamos o conjunto das publicações e depoimentos que correspondem a essas manifestações discursivas como Elogios e Críticas. Verificamos que muitos comentários das audiências que conferiam valores positivos ou negativos aos Jogos Olímpicos na página do Facebook do *JN* davam maior ênfase ao momento político-econômico do país do que às competições esportivas, como sistematizamos adiante.

Para identificar como as estratégias enunciativas e as práticas discursivas do *JN* são organizadas na cobertura e nas transmissões televisivas da abertura e do encerramento dos Jogos Rio 2016, utilizamos a Análise Televisual (AT) proposta por Becker (2012), constituída por três fases distintas e complementares: a Descrição ou contextualização das condições de produção da obra audiovisual a ser estudada; a AT propriamente dita, formada pelas análises quantitativa e qualitativa; e a Interpretação dos Resultados. Na análise quantitativa são aplicadas seis categorias: Estrutura do Texto, Temática, Enunciadores, Visualidade, Som e Edição; e na análise qualitativa são aplicados três princípios de enunciação: Fragmentação, Dramatização e Definição de Identidades e Valores (BECKER, 2012). Adotamos este percurso metodológico por auxiliar a compreensão dos modos que a emissora atribuiu sentidos às Olimpíadas nas 15 edições do *JN* veiculadas de 5 e 22 de agosto de 2016 em rede nacional. 330 vídeos, com 660 minutos de tempo de duração, disponibilizados nesse período na plataforma digital GloboPlay (<https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/p/819/>) formaram o *corpus* desta análise, apresentada em seguida.

## **Análise Televisual da Rio 2016 no *JN***

O percurso metodológico da Análise Televisual nos ajudou a entender como o *JN* da Rede Globo de Televisão atribuiu significações os Jogos Olímpicos, sediados no Rio de Janeiro

e sistematizamos aqui os principais resultados alcançados. A emissora era patrocinadora dos Jogos e contou com grandes investimentos de anunciantes e organizações financeiras. 250 milhões de dólares foram gastos na transmissão aberta, paga, via *Internet e mobile*<sup>5</sup>, e a própria Rede Globo anunciou que a cobertura da Olimpíada fora a maior em seus 50 anos de trajetória, com 160 horas no ar durante os 17 dias de competição, sendo 110 horas de transmissão ao vivo e mais de 2,5 mil reportagens envolvendo o tema Olimpíadas até o final da competição<sup>6</sup>. As Organizações Globo também contrataram quase dois mil profissionais apenas para a cobertura do evento<sup>7</sup> e ex-atletas brasileiros renomados, como comentaristas. Foram disponibilizadas 54 equipes de reportagem, além de 32 pontos de entrada ao vivo e câmeras exclusivas em todos os locais de competição<sup>8</sup>. Um estúdio de 500m<sup>2</sup> foi instalado dentro do Parque Olímpico, na Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro, e utilizado pelos apresentadores durante a cobertura da Rio 2016. De lá, a jornalista Renata Vasconcelos e o comentarista esportivo Galvão Bueno comandavam o noticiário olímpico, enquanto o editor-chefe do telejornal, William Bonner, ancorava o noticiário da bancada tradicional do *JN* na sede da emissora. A exceção foi a edição do dia 5 de agosto, data da cerimônia de abertura, quando Bonner se deslocou até o Maracanã para fazer a transmissão ao lado dos colegas. Nesta data, a edição do telejornal foi apresentada uma hora antes da cerimônia de abertura dos Jogos, o evento de maior audiência durante as Olimpíadas<sup>9</sup>, oficializando o início das competições na tela da TV. Espectadores, responsáveis pela cerimônia de abertura e os próprios repórteres enalteceram a celebração em suas enunciações, buscando despertar o orgulho da população brasileira em sediar o evento. A imprensa internacional também ressaltou a beleza da cerimônia e as percepções elogiosas de estrangeiros sobre o sucesso das Olimpíadas foram destacadas nas edições dos dias 20 e 22 de agosto. No sábado posterior à festa, dia 6 de agosto, o *JN* fez referência à participação do então presidente interino Michel Temer, destacando que houve quebra de protocolo por parte do governo ao decidir não anunciar a presença dele. As vaias do público no Maracanã ao presidente em exercício foram abafadas pela música. Mas a reportagem que iniciou o telejornal nesta mesma data realçou a relevância do cuidado com a natureza e foi encerrada com o plantio de pelo menos 12 mil sementes de árvores no Parque Radical de Deodoro, na Zona Oeste da cidade. E a dívida com a cidade do Rio de Janeiro referente ao legado ambiental prometido no dossiê de candidatura entregue pelas autoridades brasileiras ao Comitê Olímpico Internacional (COI) não foi lembrada pelo telejornal.

Em todas as edições do período estudado houve uma flexibilização do tempo de duração dos blocos e de seus formatos com o incremento de constantes entradas ao vivo

5 Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2016/08/21/exclusivo-globo-investiu-us-250-mi-na-rio-2016-veja-gastos-de-outras-tvs.htm>. Acesso em: 30 mar. 2017.

6 Projeto Jogos Olímpicos Rio 2016. Disponível em BIP, Edição 609, out. 2015. Disponível em: [http://comercial2.redeglobo.com.br/biponline/BIP/BIP\\_609.pdf](http://comercial2.redeglobo.com.br/biponline/BIP/BIP_609.pdf). Acesso em: 30 mar. 2017.

7 Informação veiculada na reportagem exibida na edição do programa *Fantástico* do dia 31 de julho de 2016.

8 Saiba como será a cobertura da Olimpíada do Rio. Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/5202387/>. Acesso em: 30 mar. 2017.

9 Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2016/08/cerimonia-de-abertura-foi-evento-mais-visto-da-olimpiada-na-tv-diz-ibope.html>. Acesso em: 24 abr. 2017.

de repórteres espalhados por diferentes cidades do País. A Rede Globo e o *JN* assumiram nas edições estudadas a responsabilidade de narrar os principais fatos e acontecimentos para os telespectadores, bem como de anunciar as competições do dia seguinte, destacando os rituais de concentração e as reações dos atletas. Treze atletas medalhistas foram entrevistados ao vivo no estúdio do *JN* instalado no Parque Olímpico, sempre recebidos com aplausos pelos apresentadores e exibindo as medalhas conquistadas. Tanto as entrevistas quanto as reportagens realçavam a quebra dos limites dos atletas e a superação das dificuldades. Rafaela Silva, responsável pelo primeiro ouro do Brasil no judô feminino peso-leve, foi apresentada por Renata Vasconcellos na edição de 8 de agosto como uma jovem “tipicamente brasileira, de garra e superação”. Quando Thiago Braz ganhou o ouro no salto com vara, o Hino Nacional foi reproduzido integralmente na edição de 16 de agosto, utilizado como elemento sonoro de destaque, bem como as vinhetas “Brasil, sil, sil”. O reconhecimento dos atletas e o “espírito olímpico” foram valores que marcaram os discursos do *JN* refletidos no modo como o telejornal buscou resgatar a autoestima dos brasileiros e valorizar a identidade nacional. No dia 20 de agosto, um dia antes do encerramento, o *JN* alcançou a maior audiência de 2016 com a repercussão da conquista brasileira da medalha de ouro no futebol masculino e o pedido de desculpas do nadador norte-americano Ryan Lochte, que mentiu sobre um assalto após vandalizar o banheiro de um posto de gasolina com seus colegas<sup>10</sup> e perdeu seu patrocínio. Os jogos olímpicos ganharam expressivo destaque na editorialização do telejornal, respondendo pelo aumento dos índices de audiência do noticiário e por 78,7% do conteúdo noticioso, correspondentes a 504 minutos de produção audiovisual noticiosa e a 251 dos 330 áudios e vídeos analisados. Apenas duas outras notícias sobre atividades desportivas não inseridas nas Olimpíadas foram apresentadas durante a cobertura dos Jogos, ambas sobre o Campeonato Brasileiro de Futebol, e a edição de 10 de agosto foi a única que teve início com notícias não relacionadas aos Jogos. 28 reportagens foram veiculadas sobre o andamento do *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, mas este acontecimento foi apresentado como uma normalidade constitucional, sem que a complexidade da situação política enfrentada pela sociedade brasileira fosse considerada pelo telejornal. Os principais enunciadores do telejornal foram William Bonner, Renata Vasconcellos e Galvão Bueno. As outras vozes do noticiário foram jornalistas, fontes oficiais e atletas. Informações meteorológicas corresponderam a 23 minutos de produção e a 3,5% do conteúdo do noticiário em 12 das 15 edições do *corpus* analisado, mais privilegiadas pelo *JN* do que as 11 notícias da Editoria Internacional que alcançaram apenas 2,1% do tempo do telejornal com 14 minutos de tempo de duração. A maioria dessas reportagens foram sobre Donald Trump, Hillary Clinton e as disputas que marcaram as eleições presidenciais norte-americanas. O estado de choque de um menino sírio após um bombardeio foi mostrado em uma breve notícia, refletindo as desumanidades sofridas pela população na Síria em guerra. Mas essa imagem se dissipou, engolida pelo

<sup>10</sup> Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/jornal-nacional-teve-maior-audiencia-de-2016-no-sabado/>. Acesso em: 24 abr. 2017.

discurso de celebração da alegria e do respeito entre atletas-representantes de povos e culturas distintas nas competições esportivas, desvelando uma cobertura jornalística marcada por uma construção fragmentada da realidade do Brasil e do mundo. O telejornal priorizou a publicização da própria emissora e das Organizações Globo, reverenciando a qualidade das empresas que formam esse grupo de mídia em quatro matérias: sobre a “área olímpica”, a plataforma GloboPlay, o trabalho das equipes envolvidas na cobertura dos Jogos, e a visita do presidente do COI ao estúdio da emissora internacional.

A análise da cobertura do *JN* revelou que o telejornal foi o principal mediador entre a sociedade e os Jogos Olímpicos. Durante as competições, o *JN* assumiu a papel de “fiscalizador”, averiguou os problemas enfrentados pela organização do evento e também pela população da cidade e seus visitantes. O telejornal fez uma extensa cobrança da solução do problema da água esverdeada das piscinas no Complexo Aquático Maria Lenk, respondida rapidamente pelo Comitê Olímpico, e atuou no desdobramento da investigação dos danos causados pelo nadador Ryan Lochte e seus colegas. O noticiário televisivo ainda monitorou as filas de entrada e alimentação do Parque Olímpico e a segurança da cidade. Mas, acima de tudo, enfatizou os pontos positivos da Rio 2016 celebrando a cerimônia de abertura, a geografia privilegiada da cidade do Rio de Janeiro, o acolhimento de seus moradores aos visitantes estrangeiros, o desempenho dos atletas e abriu espaço para os responsáveis pelo evento também fazerem um “balanço geral” positivo do evento, como as entrevistas com o presidente do COI, Thomas Bach, e com o então prefeito da cidade do Rio de Janeiro, Eduardo Paes. As emoções dos atletas e do público, despertadas pelas vitórias e derrotas e pelas quebras dos records, foram registradas em diferentes planos e enquadramentos e funcionaram como elementos essenciais de dramatização da narrativa do telejornal, festejando não apenas as competições esportivas, mas a própria atuação do *JN*.

## Estudo quantitativo e qualitativo das interações das audiências

Procedemos nossa análise das interações das audiências com o telejornal por meio de um estudo quantitativo e qualitativo. Na primeira fase desse estudo classificamos os comentários coletados referentes a 12 publicações do *Jornal Nacional* em sua página no Facebook<sup>11</sup> na abertura dos Jogos e a outras 12 publicações no encerramento das Olimpíadas. A coleta dos depoimentos gerados por essas 24 publicações do *JN* no Facebook foi feita sempre após a edição do dia e também no dia seguinte. Consideramos todas as enunciações publicadas, inclusive aquelas compostas exclusivamente por *emojicons*, *stickers* e memes. Elencamos em Elogios as enunciações do público que responderam positivamente ao *JN*, aos Jogos Olímpicos e ao contexto político, social e cultural. Nesta categoria, os depoimentos que se referem ao programa e à emissora representavam o vínculo de

11 Disponível em <https://www.facebook.com/JornalNacional/>. Acesso em: 24 abr. 2017.

satisfação de seus telespectadores com o telejornal nos seus mais de 45 anos de história. Os depoimentos das audiências que conferem elogios a situação política e econômica do Brasil naquele momento podem ser exemplificados pelo comentário de Gloria Saraiva referente à notícia sobre a investigação do ex-presidente Lula veiculada neste mesmo dia: *“Por que só falam mal da Globo? Os petistas acham que a Globo influencia a população, isto quer dizer que todos nós somos um bando de analfabetos somos teleguiados pela emissora (...)”*. A categoria Críticas reúne os depoimentos majoritariamente negativos e que revelam oposição à Rede Globo, ao JN e à situação política brasileira. Contrário à realização dos Jogos no Brasil, Roberto da Silva declarou na abertura das competições: *“Espero que o Brasil não consiga ganhar nem uma porcaria de medalha por só assim vai prestar atenção nas dificuldades que o país passa problemas na saúde educação fora a roubalheira que esteve com esta porcaria(...)”*. Grande parte dos comentários críticos acusou a Rede Globo de atuar discursivamente no favorecimento do processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff. Exemplos são os depoimentos de Gessé Lima também no dia 5 de agosto: *“É o JN destilando veneno e manipulando opiniões, um povo sem memória vira massa de manobra nas mãos da mídia golpista! No silêncio das olimpíadas planos traiçoeiros estão a caminho bem sabemos, prestem atenção(...)”* e o de Derly Ferreira no dia 22 deste mês: *“Na medida que o golpe do impeachment avança, manifestações populares FORA TEMER começam a surgir no Brasil”*. Na categoria Outros reunimos os comentários formados por frases ou imagens que não puderam ser identificados como críticas ou elogios e manifestaram interesses e curiosidades diversas, como *stickers* de super-heróis, *links* para vídeos de músicas ou pegadinhas. Os comentários ofensivos e xingamentos, como “globosta” ou “luladrão” também foram inseridos nesta categoria. Assim, classificamos 1.883 depoimentos referentes à edição do noticiário no dia de abertura e 1.663 após o encerramento dos Jogos Olímpicos; um total de 3.546 comentários, como demonstrado na Tabela 01:

**Tabela 01** – Análise quantitativa das interações no Facebook

Publicações	Elogios	Críticas	Outros	Total
<b>Abertura (12 posts)</b>	Aos jogos: 66	Aos jogos: 46	Não identificados: 100	1883
	À emissora: 647	À emissora: 417	Curiosidades: 14	
	Ao contexto: 36	Ao contexto: 539	Ofensas: 18	
	Total: 749	Total: 1002	Total: 132	
<b>Encerramento (12 posts)</b>	Aos jogos: 51	Aos jogos: 38	Não identificados: 105	1663
	À emissora: 511	À emissora: 348	Curiosidades: 04	
	Ao contexto: 123	Ao contexto: 483	Ofensas: -	
	Total: 685	Total: 869	Total: 109	
<b>Total: 24 posts</b>	1434	1871	241	3546

Fonte: Autoria própria.

Os comentários positivos e negativos equivalem, respectivamente, a 40,4% e a 52,7% do conjunto de depoimentos que formam o *corpus* deste estudo. 1.434 comentários elogiosos cumprimentavam os apresentadores ou enalteciam o trabalho da emissora. A maioria dos 1.871 comentários críticos questionava a legitimidade e a imparcialidade da emissora e do *JN* em relatos tendenciosos de fatos políticos noticiados pelo telejornal. Os Jogos Olímpicos foram um tema recorrente nos comentários analisados, mas não o principal. Dos 1.434 comentários positivos coletados durante a exibição do *JN* no período de abertura e encerramento, apenas 117 (8,1%) faziam menção direta a Rio 2016. Dos comentários críticos, de um total de 1.871, 84 (4,4%) se referiam ao evento. A maioria dos comentários elogiosos na abertura e no encerramento foi conferida à Rede Globo e ao *JN*, e a maioria dos depoimentos críticos correspondeu a manifestações contra o contexto sociopolítico-econômico do País e à atuação da emissora no *impeachment* de Dilma Rousseff. Os comentários das audiências que responderam às 24 publicações do *JN* estabeleceram um debate político polarizado, a favor e contra o governo interino de Michel Temer, marcado por um tom agressivo e pouco dialógico. O principal assunto discutido pelas audiências na abertura dos Jogos foi a ausência do anúncio oficial da presença de Temer no Maracanã. Simone Mansur afirmou: “*Os Jornais estão postando que o Presidente Michel Temer não foi citado... Só lembrando, o próprio Michel Temer pediu para não ser citado... Ele é um cavalheiro, ainda não é Presidente, é interino, respeitou a ANTA! Parabéns Michel Temer(...)*”. Naquele momento os comentários Críticos à Rede Globo também desafiavam a emissora a mostrar as vaias do público que estava no Maracanã. Exemplo foi o depoimento de Margarida Costa: “*Boa noite ridículos, o queridinho de vcs foi vaiado ontem a noite no maracanã. E ai vão comentar hoje no lixo JN? Kkkkkkk*”. As audiências questionaram a relevância dada às Olimpíadas pelo telejornal e manifestaram o descontentamento pela realização dos Jogos, como Marcel Lippi no dia 22 de agosto, após o encerramento do Jogos: “*Até quando vocês vão usar a Olimpíadas para encher lingüiça, estão sem assuntos? (...) somos obrigados a mudar de canal, (...)que se preocupa mais em mostrar o que está acontecendo no mundo*”. No dia 5 de agosto Marly Alcantara também escreveu: “*(...) fui até no mercado só para não ver essa Vergonha de Olimpíadas. Se o País tivesse tudo bom como os países do 1º Mundo tava certo mais um. País morto de fome. E uma Vergonha. (...). Odeio hipocrisia.*”. Foi possível ainda perceber que os usuários compartilharam repetidamente ilustrações nauseadas na sessão de comentários de algumas publicações que os desagradaram, prática discursiva nomeada de “vomitação” com forte repercussão política. Assim, observamos que parte considerável dos usuários utilizaram imagens, *emoticons* e memes para expressar suas emoções e afetações. As notícias sobre o cenário político nacional receberam muito mais comentários do que os Jogos, todos refletindo a forte polarização política que tomou conta da população brasileira. Contabilizamos 159 (11%) comentários Elogiosos em relação ao contexto social, cultural e político, contra 1.022 Críticos (54,6%). Assim, entre elogios e acusações sobre os atos de diferentes políticos – como Lula e Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), Michel Temer e Eduardo Cunha, do então Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), e Aécio Neves e José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) –,

os comentários revelaram insatisfação, ressentimento e descrédito das audiências em relação à política, às instituições e à representação parlamentar. Essa atmosfera criou uma espécie de “terreno simbólico comum” entre os interagentes, independentemente do posicionamento político e ideológico. Na notícia da investigação do MPF ao ex-presidente Lula, veiculada em 5 de agosto, a maior parte dos comentários se indignavam com a demora da Justiça. Nilzete Franco foi uma delas: “*Cadeia nele ta esperando o que?*”, afirmou. Ao mesmo tempo, muitos usuários também defendiam o líder do PT das acusações, inclusive pela forma de condução das investigações, como Carlos Rebouças: “*(...) Deixemos para comemorar quando o Devido Processo Penal Legal Constitucional chegar a uma sentença condenatória. (...), eu jamais aplaudirei acusações antes do Contraditório e da Ampla Defesa, pois amanhã a vítima pode ser qualquer cidadão comum! Fica o alerta!*”.

A partir desta análise quantitativa, que revelou o pouco engajamento do público da página do *JN* com os Jogos Olímpicos, buscamos observar na análise qualitativa os modos que as audiências expressam discursivamente as suas emoções imbricadas em seus comentários e posicionamentos que encorajam, toleram ou deploram o acontecimento (ROSENWEIN, 2011). Inspirados nas categorias de comunidade emocional “dominante” e “marginal”, associadas aos procedimentos analíticos da Semiologia dos Discursos Sociais referidos, procuramos identificar e analisar como as emoções são conformadas nas interações entre a emissora e as audiências na página do *JN* no Facebook. Os organizadores do evento e o telejornal propuseram durante as cerimônias de abertura e encerramento uma série de enquadramentos que valorizavam o “espírito olímpico”, a amizade entre os povos e a superação do quadro de crise político-econômica. E foi possível verificarmos como emoções “positivas” — alegria, orgulho, esperança — fizeram parte das estratégias enunciativas midiáticas, sintetizando o espírito olímpico de união e tolerância. E também foi possível observarmos uma mudança no “estado de espírito” do brasileiro em relação aos Jogos Olímpicos. Dias antes do evento, uma pesquisa revelou que metade dos brasileiros era contra sua realização<sup>12</sup>, mas após o evento, outra pesquisa mostrou que esse pessimismo sofreu grande revés a partir da abertura, levando os brasileiros ao orgulho<sup>13</sup>. Assim, pudemos apontar a expressão de uma comunidade emocional dominante, que buscou consolidar uma interpretação do momento histórico no qual se valorizavam emoções positivas de alegria, orgulho e esperança, mediadas pelas enunciações do *JN*. Apesar de todos os problemas estruturais, o acirramento da polarização política e o agravamento da crise econômica no Brasil, propôs-se naquele momento uma leitura da Rio 2016 que estimasse o enquadramento festivo. Tais interpretações ganharam respaldo entre “fãs” do *JN* no Facebook, exemplificadas no comentário de Otília Martins na abertura dos Jogos “*Boa noite Brasil- Vamos todos*

12 Metade dos brasileiros é contra Olimpíada e maioria vê prejuízos com Jogos, diz pesquisa. Disponível em: [http://espn.uol.com.br/noticia/614575\\_metade-dos-brasileiros-e-contra-olimpiada-e-maioria-ve-prejuizos-com-jogos-diz-pesquisa](http://espn.uol.com.br/noticia/614575_metade-dos-brasileiros-e-contra-olimpiada-e-maioria-ve-prejuizos-com-jogos-diz-pesquisa). Acesso em: 17 fev. 2017.

13 Pesquisa mostra que brasileiro foi do pessimismo ao orgulho em relação aos Jogos Rio 2016. Disponível em: <http://www.jb.com.br/olimpiada-2016/noticias/2016/09/11/pesquisa-mostra-que-brasileiro-foi-do-pessimismo-ao-orgulho-em-relacao-aos-jogos-rio-2016/>. Acesso em: 17 fev. 2017.

*juntos- a magia da abertura da Olimpíada vai nos proporcionar um belo espetáculo- Um bom e feliz final de semana*” e na declaração de Edna Maria Almeida Santos: *“Meus Deus! Que abertura magnífica. Parabéns rede Globo! Viva meu Brasil!”*. Esses comentários atrelam-se a um modo de dizer que Pinto (1999) categoriza como *Sedução*, uma forma de reação afetiva favorável aos Jogos Olímpicos e à emissora, lançando mão de adjetivações como “festa linda”, “magnífico”, “maravilhoso”. Esse modo de dizer, que *a priori* seria característico da emissora que transmite as cerimônias de abertura e encerramento, ganha respaldo e ressonância entre essas parcelas da audiência, caracterizando a emergência de uma comunidade interpretativa vinculada aos percursos de leitura propostos pelo emissor.

Contudo, nossa análise das interações das audiências revela que mais da metade dos comentários críticos e 1/3 do conjunto de todos os depoimentos analisados questionaram o contexto político-econômico do Brasil e não se referiram exatamente aos Jogos Olímpicos. O acontecimento midiático funcionou como um gatilho para a expressão de um posicionamento político, ainda que não tenham ocorrido debates públicos plurais e democráticos, como observado nos seguintes comentários de Rodrigo Ortiz (*“Boa noite. Quem deveria se oferecer para ascender a pira olímpica devia ser a nossa ex digníssima presidente Dilma Rousseff como tocha humana. Seria uma oportunidade de fazer as pazes com o povo brasileiro e ainda entrar para a história como um mártir”*) e Genivaldo Matos (*“Pilantra golpista jamais seria presidente se não fosse a apunhalando o próximo só lamento ter um presidente ilegítimo só lamento pelo Brasil”*). Esses comentários se diferem dos sentidos conferidos pela mídia às Olimpíadas e conotam ao evento e ao cenário político valores negativos manifestos em posicionamentos emocionais, refletindo raiva, ressentimento, decepção e indignação com contexto político e econômico do Brasil. Mas, no estudo desses depoimentos, verificamos pouco interesse no estabelecimento de interações por parte das audiências capazes de gerar diálogos, consensos ou agendas comuns. A recorrente expressão mediatizada de si e da própria opinião remetem ao acirramento da individuação e do antagonismo. Os depoimentos analisados não promovem confluência de diferentes vozes e visões políticas, tendendo mais ao ruído do que à polifonia e revelam ainda a emergência de comunidades emocionais marginais pautadas por enunciações de cunho violento, antidemocrático e totalitário. Por outro lado, se essas manifestações são ações mais personalizadas do que resultantes de articulações sociais e privilegiam mais o sentimento do que o pensamento, não deixam de revelar uma oposição aos discursos dominantes da mídia, desvelando tensões nas práticas socioculturais que minimamente incomodam relações de poder acomodadas na ordem social, indicando possíveis desestabilizações de modelos fixos e reconhecidos de comunicação (WILLIAMS, 1977).

## Considerações finais

As transmissões televisivas e o acolhimento por parte das audiências da Rio 2016 transformaram o possível fracasso da Olimpíada em uma celebração midiática. Este trabalho

mostrou como foram conferidos sentidos preferenciais aos Jogos Olímpicos pelo *JN* da Rede Globo de Televisão que enalteceram a autoestima dos brasileiros e da nação, fortalecendo a mediação da emissora de televisão e do telejornal na construção da realidade social. Porém, os resultados da pesquisa também revelaram que houve uma disposição das audiências de ressignificar a Olimpíada em suas interações com as transmissões televisivas de abertura e de encerramento dos Jogos. Parte significativa dessas interações revelou uma ruptura do contrato de leitura proposto pelos enquadramentos midiáticos, para além do modelo de decodificação das mensagens midiáticas proposto por Hall (2003), no qual as audiências atribuem sentidos dominantes, de oposição ou de negociação aos acontecimentos.

Nossa análise aponta que as transmissões televisivas de acontecimentos de grande repercussão, como os Jogos, sintonizam vastas audiências na celebração do evento, mas também se tornam “pretextos” para uma expressão emocional de opiniões nas plataformas digitais que tendem a redimensionar a relevância do acontecimento midiático e a deslocar a atenção das audiências para a Política, sem que essas dinâmicas colaborem, necessariamente, para a tessitura de uma esfera pública mais inclusiva. Refletimos sobre as novas formas de apropriação dos conteúdos audiovisuais noticiosos e a conformação de um modelo de comunicação ainda em fase de transição expresso em enunciações e discursos fortemente autorreferentes e voltados para a expressão de si, os quais tendem a não contribuir para as práticas democráticas e dialógicas. Porém, sugerimos que se essas formas personalizadas de manifestações ideológicas são ineficazes em sua dimensão específica, evidenciam uma experiência social embrionária de articulação social no ambiente midiático com potencial de alterar a estrutura de sentir, ou seja, são “experiências sociais em solução”, como propõe Williams (1977) que podem vir a se configurar como perturbações ou modificações da ideologia dominante e dos discursos da mídia. Entretanto, essas formas mais personalizadas ou ativas de interagir com a televisão nas plataformas digitais também estão submetidas a certos constrangimentos. Tais formas estão inseridas em determinados contextos políticos e culturais e respondem a convocações, conteúdos e rituais midiáticos referentes às Olimpíadas, os quais modelam ou influenciam as suas conversações nas plataformas digitais e em *smartphones* (TANG; COOPER, 2017).

Esta pesquisa revela ainda que a centralidade da TV no ambiente midiático não foi dissolvida, tampouco as maneiras tradicionais de acompanhar as transmissões televisivas de grandes eventos, o que indica que há uma tendência de os grandes grupos de mídia tentarem integrar as conversações das redes em suas enunciações e que diferentes mídias são utilizadas, simultaneamente, pelas audiências. Certamente, as emissoras de televisão e as demais indústrias de mídia têm muito interesse em “colonizar” o espaço das redes sociais, mas entendemos que não podemos reduzir a compreensão dos processos de comunicação midiáticos à imposição de uma ideologia ao público pela mídia ou de uma percepção fechada sobre um grande acontecimento. Este trabalho sinaliza que os comentários da página no Facebook do *JN* carregam em si pistas para a compreensão das atuais formas de subjetivação e interpretação de fenômenos midiáticos, de consumo de conteúdos noticiosos audiovisuais e de reconfiguração de mediações entre televisão e audiências.

## Referências

- BECKER, B. **Televisão e telejornal**: transições. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- \_\_\_\_\_. Televisão e novas mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais. **E-Compós**, v.17, n.2, 2014. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/1072/768>. Acesso em: 13 jan. 2018.
- \_\_\_\_\_. Mídia e Jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. **Matrizes**, São Paulo, v.5, n.2, 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p231-250>. Acesso em: 2 fev. 2018.
- \_\_\_\_\_. **A linguagem do telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 Anos do Descobrimento do Brasil. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.
- BENETTI, M.; REGINATO, G. D. O vínculo emocional do leitor ao jornalismo: Estudo da revista Veja no Facebook. **Revista Famecos**, v.21, n.3, 2014. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/17847/12568>. Acesso em: 2 fev. 2018.
- COELHO, M. C.; REZENDE, C. B. **Antropologia das Emoções**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.
- DAYAN, D.; KATZ, E. **A história em directo**: os acontecimentos mediáticos na Televisão. Coimbra: Ed. Portuguesa Minerva, 1999.
- FECHINE, Y. Uma proposta de abordagem do sensível na TV. In: 15º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. Bauru, 2006. **Anais....** Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_500.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_500.pdf). Acesso em: 20 dez. 2017.
- FREVERT, U. **Emotions in history**: Lost and found. Budapest/New York: Central European University Press, 2011.
- HALL, S. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- LE BRETON, D. **As paixões ordinárias**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MASSUMI, B. Notes on the Translation and Acknowledgements. In: Deleuze, G.; Guatarri, F. **A Thousand Plateaus**. Minneapolis: University of Minnesota, 1987, p.xvi-xix.
- MORETZSOHN, S. D. Noticiar a dor: possibilidades e dificuldades do jornalismo na tragédia de Santa Maria. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, Salvador, 2013. **Anais....** Disponível em: [http://compos.org.br/data/biblioteca\\_2069.pdf](http://compos.org.br/data/biblioteca_2069.pdf). Acesso em: 18 jan. 2018.
- OROZCO GÓMEZ, G. Televisão: causa e efeito em si mesma. In: CARLÓN, M.; FECHINE, Y. (Eds.). **O fim da televisão**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 96-113.
- PINTO, M. J. **Comunicação e discurso**: Introdução à análise do discurso. São Paulo: Hacker, 1999.
- ROSENWEIN, B. H. Problems and methods in the history of emotions. **Passions in Context**: International Journal for the History and Theory of Emotions, v.1, n.1, p.1-32, 2010.
- \_\_\_\_\_. **História das emoções**: Problemas e métodos. São Paulo: Letra & Voz, 2011.
- SHOUSE, E. Feeling, Emotion, Affect. **Journal of Media and Culture**, v.8, n.6, dez. 2005. Disponível em: <http://journal.media-culture.org.au/0512/03-shouse.php>. Acesso em: 14 abr. 2017.
- SIBILIA, P. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis**: Afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.
- TANG, T.; COOPER, R. The most social games: Predictors of social media uses during the 2016 Rio Olympics. **Communication & Sports**, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/2167479516688438>. Acesso em: 06 mar. 2017.

VERBALYTÈ, M. Critical Role of Emotions in Media Events: Anger Dynamics in Political Scandals. In: FOX, A. **Global Perspectives on Media Events in Contemporary Society**. UK: IGI Global, 2016, p.41-58. Disponível em: <<http://www.igi-global.com/chapter/critical-role-of-emotions-in-media-events/146612>>. Acesso em: 16 nov. 2017.

WILLIAMS, R. **Marxismo y literatura**. Península: Barcelona, 1977.

### **Beatriz Becker**

Professora Associada do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura (PPGCOM/ECO/UFRJ) e do Departamento de Expressão e Linguagens da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (DEL/ECO/UFRJ). Pós-Doutora pela Goldsmiths University of London e pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Líder do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE). Autora de “*Televisão e Telejornalismo: Transições*” (2016); “*Pensando e Fazendo o Jornalismo Audiovisual*” (2012); *A Linguagem do Telejornal* (2005) e coautora de “*Pantanal: A Reinvenção da Telenovela*”. E-mail: [beatrizbecker@uol.com.br](mailto:beatrizbecker@uol.com.br).

### **Heitor Machado**

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCOM-UFRJ), mestre em Comunicação e Cultura pela mesma instituição e membro do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE). E-mail: [heitorlmachado@gmail.com](mailto:heitorlmachado@gmail.com)

### **Igor Waltz**

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCOM-UFRJ), mestre em Comunicação e Cultura pela mesma instituição, bolsista CAPES, jornalista e membro do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE). E-mail: [igor.waltz@gmail.com](mailto:igor.waltz@gmail.com).

### **Joana Tassinari**

Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, jornalista e integrante do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE). E-mail: [jotass@hotmail.com](mailto:jotass@hotmail.com).

Recebido em: 07.02.2018

Aprovado em: 16.11.2018

