O "drama cotidiano" na era da convergência midiática: uma análise do quadro "Jovens do Brasil" a partir do conceito metodológico de Dramaturgia do Telejornalismo[1]

Bárbara Garrido de Paiva Schlaucher[2] e Iluska Coutinho[3]
Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

RESUMO: Vivenciamos uma fase de revolução cultural, em que o advento e a consolidação da Web, de mídias digitais e de aparatos tecnológicos que possibilitam não só o acesso à informação por parte do público, mas a atuação deste enquanto produtor e emissor de conteúdo, mudam a forma com que os telespectadores se relacionam com a informação telejornalística – o que também pode gerar mudanças nas formas de produção, organização e veiculação da informação. Nesse contexto, pretendemos observar a presença de elementos de uma Dramaturgia do Telejornalismo, evidenciada por Iluska Coutinho, nas reportagens do quadro "Jovens do Brasil", veiculado pelo Jornal Hoje (Rede Globo), a fim de investigar como a organização da notícia como um "drama informativo" se apresenta em matérias de jornais audiovisuais que propõem novos formatos narrativos.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo; Convergência; Drama; Narrativa; Jovens do Brasil

Introdução

O artigo pretende dar os primeiros passos rumo a uma investigação a respeito da presença de uma estrutura dramática, segundo o conceito metodológico de Dramaturgia do Telejornalismo desenvolvido por Iluska Coutinho (2012), nas matérias de jornais audiovisuais que propõem novos formatos narrativos, tendo em vista a emergência de mídias digitais e a potencialização do cenário de convergência dos meios. Será que o modo de contar histórias reais na TV apresenta mudanças significativas na era digital? Nossa proposta é analisar uma matéria do quadro "Jovens do Brasil", veiculado pelo Jornal Hoje, da Rede Globo – um telejornal, que, ainda que em tese, busca acompanhar e se apropriar das novas tecnologias na produção e veiculação de seus conteúdos.

Diante de um público a cada dia mais conectado e sedento por participação, as empresas (tele)jornalísticas começam a apostar em estratégias de aproximação que incorporam o uso de novas tecnologias de comunicação e informação à sua rotina de produção e distribuição de

[1] Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Jornalista e mestranda na linha de Comunicação e Identidades do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, com bolsa Capes. Email: babischlaucher@gmail.com
[3] Jornalista diplomada pela Ufes, mestre em Comunicação e Cultura (UnB) e doutora em Comunicação Social (Umesp). Professora do curso de Jornalismo e do mestrado em Comunicação da UFJF, e bolsista produtividade CNPq – Pq2, desenvolve pesquisa sobre telejornalismo como serviço público. iluskac@globo.com

conteúdos. Temendo ficar em segundo plano, buscam se associar às mídias digitais, tomando emprestado as potencialidades de interação e participação que a natureza do veículo televisivo não oferece. Assim, estabeleceriam um vínculo mais próximo da realidade da nova geração de telespectadores/usuários. Para além de interpelar a audiência, usar tons menos formais e incorporar o cidadão na narrativa midiática, convidariam o público a fazer parte do processo comunicativo de forma mais ativa, por meio do envio de imagens, sugestões, críticas e pautas e da possibilidade de assistir e compartilhar seus conteúdos online, participar de enquetes e chats e acompanhar os trabalhos de uma equipe jornalística via mídias sociais, blogs e diários de redação disponíveis online.

Nesse sentido, o processo de fruição experimentado pelos telespectadores quando estes se encontram diante da tela, inclusive durante a recepção de conteúdo noticioso, pode não ser mais suficiente para determinadas parcelas do público. No contexto de convergência dos meios e emergência de novas mídias que possibilitam uma postura mais participativa, dinâmica e autônoma por parte dos sujeitos, a audiência passa a reclamar o direito de (re)produzir conteúdo.

Hoje, o indivíduo, com a possibilidade de "fazer ele mesmo" – graças ao surgimento e a popularização da Internet, de câmeras fotográficas/filmadoras, celulares, mídias sociais, programas de edição e etc. – começa a perceber que existem diferentes maneiras de construir e (re)apresentar a realidade social por meio dos textos telejornalísticos. Em outras palavras, a audiência, ao atuar também como produtora de conteúdo, começa a questionar o mundo da vida difundido nos noticiários de TV e nota que as narrativas transmitidas, mesmo sendo provenientes de um lugar de fala autorizado (o jornalismo), podem ser construídas de modo diferente.

Diariamente, os telespectadores se apropriam das informações veiculadas em telejornais e, a partir delas, constroem novos relatos. Muitas vezes, inclusive, tomam por empréstimo os assuntos e modelos narrativos típicos do jornalismo audiovisual a fim de se posicionarem socialmente. Ao fazer isso, também desvelam as estratégias adotadas no processo de produção da notícia em TV.

Assim, num contexto onde a fronteira que separa emissores e receptores torna-se menos rígida, a relação entre telejornalismo e público passa por mudanças, em função dos novos hábitos informativos dos indivíduos. Desse modo, a discussão proposta no âmbito desse texto se torna relevante ao oferecer subsídios para que possamos pensar os rumos que o novo cenário apresenta ao telejornalismo brasileiro, principalmente no que diz respeito a formatos, narrativas e estratégias

para fidelizar o público. A seguir, apresentamos o conceito metodológico da Dramaturgia do Telejornalismo (COUTINHO, 2012).

A narrativa dramática no telejornalismo brasileiro

A estrutura narrativa denominada "Dramaturgia do Telejornalismo" foi evidenciada por Iluska Coutinho (2012). A partir da análise de dois telejornais veiculados em rede no país, Jornal Nacional (Rede Globo) e Jornal da Cultura (TV Cultura), e da posterior confirmação da presença do mesmo modelo narrativo em um contexto de produção local, a autora constatou que a (re)construção dos acontecimentos nos telejornais brasileiros daria origem a um "drama informativo", em que fontes/público, repórteres e editores assumiriam determinados papéis, muitas vezes recorrentes nas matérias veiculadas.

A Dramaturgia do Telejornalismo se basearia, principalmente, na organização das notícias a partir do estabelecimento de um conflito narrativo, na maior parte das vezes evidenciado no texto dos apresentadores. Na TV, onde a forte carga emotiva e conflitual dos fatos seriam mais um atrativo para sua transformação em notícia, os telespectadores acompanhariam a realidade nacional e global como um "drama cotidiano" (COUTINHO, 2012). Sendo assim, a fim de construir o produto noticioso na TV, profissionais da informação lançariam mão de estratégias em geral associadas à ficção na organização, encadeamento e apresentação dos fatos.

> [...] se o jornalismo é a arte de contar estórias reais, na televisão essa tarefa seria cumprida com "louvor", de modo a também mostrar o que aconteceu. Além disso, o jornalismo de televisão se distancia das regras jornalísticas previstas em outros mídia, como a abertura da matéria, videoteipe editado no caso do telejornal, pelo que é mais importante, pelo *lead*. (COUTINHO, 2012, p. 10).

Nesse sentido, torna-se importante recuperar, brevemente, as definições de drama e narrativa. Em Aristóteles, encontramos a primeira referência a drama. Para o filósofo grego, a Arte imita os caracteres, as emoções e as ações. O drama apresenta a imitação por personagens em ação diante de nós, fazendo aparecer e agir as próprias personagens. Aristóteles (2005, p. 244) associa a tendência à imitação a um aspecto instintivo da natureza humana, capaz de gerar prazer e conhecimento:

> Sentem prazer em olhar essas imagens, cuja vista os instrui e os induz a discorrer sobre cada uma e a discernir aí fulano ou sicrano. Se acontece de alguém não ter visto ainda o original, não é a imitação que produz o prazer, mas a perfeita execução, ou a cor ou outra causa do gênero.

Ao tratar da tragédia, uma imitação (arte) dramática (ação imitada pelas próprias personagens), Aristóteles (2005) ressalta suas partes: a fábula, entendida como a combinação dos

atos; os caracteres (ou personagens); a elocução; o pensamento, ou seja, "tudo o que nas palavras pronunciadas expõe o que quer que seja ou exprime uma sentença" (p. 248); o espetáculo apresentado e o canto. A fábula seria uma maneira de imitar, o canto e a elocução seriam meios, caracteres, pensamentos e espetáculo seriam objetos da imitação.

> A parte mais importante é a da organização dos fatos, pois a tragédia é a imitação, não de homens, mas de ações, da vida, da felicidade e da infelicidade [...], sendo o fim que se pretende alcançar o resultado de uma certa maneira de agir, e não uma maneira de ser. [...] (ARISTÓTELES, 2005, p. 248).

Ainda segundo o filósofo, as fábulas devem ter uma duração que possibilite sua retenção na memória, de modo que sua dimensão deva ser definida, não só, mas também, pelo grau de atenção de que o espectador é suscetível. Deve ser composta, também, de modo que o público, ao saber dos fatos narrados, e assim verossímeis e possíveis, sinta terror ou compaixão.

A partir das reflexões acima, Iluska Coutinho (2012) busca uma correlação entre drama e narrativa, de forma que "ao drama, entendido como imitação ou encenação das ações, corresponderia sua construção por meio de um texto ou roteiro, de linguagem necessariamente clara, de uma narrativa" (p. 105). A autora recusa a oposição simplista entre narrativa e drama, já que considera a primeira uma construção textual com a presença de estruturas e elementos dramáticos, em que a imitação da ação se dá por sua representação convertida em um texto.

O drama tem como aspecto principal a fábula, entendida como a "combinação dos atos", formada por um "conjunto de fatos bem ligados", com início, meio e fim; as ações em uma narrativa, por sua vez, "seriam organizadas em sequências, e a partir daí, de seu encadeamento. Seria no nível das ações devidamente 'encadeadas', que se estabeleceria o conflito" (COUTINHO, 2012, p. 106). Aproximamo-nos, assim, do conceito metodológico proposto pela pesquisadora, que destaca: "No caso da televisão, e do telejornalismo, seria importante observar os textos e construções narrativas presentes na imagem, nas falas de repórteres e entrevistados, nas músicas e nos encadeamentos de todos esses elementos por meio da edição" (COUTINHO, 2012, p. 106).

O estabelecimento de um conflito, citado anteriormente, seria uma das principais características da narrativa de ficção. Ele seria o ponto de partida, aquele que impulsiona as ações das personagens em um drama. Com base nos estudos de João Hilton Sayeg de Siqueira (1992 apud COUTINHO, 2012), a criação de um conflito se daria a partir de uma expectativa, implícita ou explícita, que permitiria ao leitor/espectador reconhecer o conflito. Nesse sentido, Coutinho (2012) destaca: "o título em um produto impresso, e, em nosso caso, a chamada de cada matéria

nos textos lidos pelos apresentadores, também poderiam ser usados como forma de apresentação da expectativa" (p 107). Sendo assim, o desenvolvimento da narrativa seria, em linhas gerais, composto por fatos/ações que visam à resolução do conflito que aflige as personagens – ainda que no final ele não seja solucionado.

Outro aspecto referente às narrativas ressaltado pela pesquisadora seria a apresentação de uma lição moral como sua finalidade principal, sendo concebida, assim, como uma forma de ensinamento, tal como o transmitido por meio de fábulas, parábolas e dramas.

> Para atender a essa premissa, a narrativa se organiza através da criação de uma expectativa, seguida pelo surgimento ou explicitação de um conflito, tentativas de solução do problema e desfecho, positivo ou negativo. Os chamados percursos narrativos seriam organizados a partir das ações de um personagem com um objetivo a cumprir, meta a alcançar (COUTINHO, 2012, p. 107).

E, do mesmo modo que as telenovelas brasileiras lançam mão da cotidianidade e da informação, o telejornalismo iria na "contramão", buscando a dramatização de seus formatos informativos. É aí que reside o conceito de Dramaturgia do Telejornalismo, enquanto modelo adotado para a apresentação de notícias, comum aos telejornais brasileiros. A estrutura narrativa observada e conceituada por Coutinho (2012) parte da discussão acerca das interseções dos campos da informação e do entretenimento nos produtos telejornalísticos veiculados em rede. A autora aponta a existência de uma aproximação da edição da informação jornalística em televisão de uma estrutura narrativa comum à ficção, evidenciando o modo peculiar com que a notícia em TV é construída.

A dramaturgia no jornalismo televisivo pode ser entendida como a organização da notícia em TV a partir de uma estrutura dramática. A informação seria construída/editada por meio da imitação da ação representada por imagens e depoimentos exibidos. Após analisar os recursos audiovisuais, a hierarquização das informações no encadeamento dos dados utilizados nas matérias, a presença de conteúdos morais e os papéis desempenhados pelos atores presentes nas notícias, Coutinho (2012) constatou a existência de conflito narrativo, de personagens em ação e o uso de lições morais como marca de encerramento das histórias transmitidas. O tom emocional também foi apontado como um aspecto bastante característico – identificado pela autora como um dos responsáveis pela aproximação entre o público e o telejornal.

No presente artigo, lançamos mão do conceito de Dramaturgia do Telejornalismo como um modelo de análise que pressupõe a existência de uma imagem da audiência estabelecida previamente por parte dos jornalistas. Com esse público em mente, o "drama informativo" seria construído na tentativa de promover uma maior aproximação e identificação com os

telespectadores. Nesse sentido, os telejornais buscariam incorporar sua audiência à narrativa audiovisual, seja por meio da inserção de imagens e entrevistas ou, no contexto atual, a partir do envio de conteúdos, perguntas e sugestões de pauta por parte do próprio público. A seguir, apresentamos nosso objeto de estudo e algumas observações referentes à nossa proposta de análise.

Do bate-papo online às telas de tv: está no ar o quadro "Jovens do Brasil"

Selecionamos como objeto de pesquisa empírica um quadro veiculado no Jornal Hoje (JH), veiculado em rede desde 1974 por meio da Rede Globo de Televisão. Atualmente, o JH é exibido de segunda a sábado às 13h20. O formato, a linguagem, a narrativa e a preocupação do programa em atualizar-se diante das novas tecnologias, foram aspectos fundamentais para sua escolha enquanto objeto de nosso estudo.

Segundo a página do telejornal no site Memória Globo[4], o JH tem uma linguagem mais leve e informal, se comparada aos outros jornais audiovisuais da emissora. Além de se propor a apresentar as notícias mais recentes do Brasil e do mundo, o programa investe em temas que interessam diretamente sua audiência, composta basicamente por mulheres e jovens. Comportamento, arte, culinária, moda, cidadania, saúde, defesa do consumidor, educação e mercado de trabalho são alguns dos assuntos abordados. É importante destacar também que, desde 2001, a partir da reformulação do conceito do telejornal[5], o JH busca uma maior interação entre repórteres e apresentadores, além do destaque às matérias de comportamento voltadas para o público adolescente e feminino. Com a consolidação da Internet e das redes sociais, o programa tenta ainda promover a participação dos telespectadores. O site do JH permite o envio de vídeos, fotos, comentários e sugestões, apropriados por sua equipe para a produção de pautas (MEMÓRIA GLOBO, 2013).

Assim, o Jornal Hoje reforça e atualiza sua identidade enquanto um telejornal leve, informal e preocupado em acompanhar os avanços tecnológicos. Tais aspectos e características evidenciam a busca por um relacionamento mais estreito com sua audiência, formada em grande parte por jovens, uma parcela da população que atuaria como protagonista no domínio de novos aparatos e mídias.

[4] http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237470,00.html Acesso em 03/07/2013.
[5] Segundo a página do Jornal Hoje no site www.memoriaglobo.com, em 2001, o telejornal passou por uma reformulação na tentativa de "deixar de lado o tom grave e o caráter estritamente noticioso que vinha apresentando desde que passou a anteceder o 'Mais Você', em 1999, e voltasse a ser um programa informal" (MEMÓRIA GLOBO, 2013).

Enquanto prévia de um novo perfil da audiência na era digital, a juventude se tornaria, muitas vezes, público alvo de diferentes experiências voltadas para o teste e consolidação de novos formatos e narrativas, pensados para conquistar os "telespectadores usuários" e, também, os "prosumidores".[6] Conforme apontam alguns autores, os telejornais estariam lançando mão de diferentes estratégias a fim de se aproximar da audiência de um modo geral, mas buscariam, em especial, o diálogo com o público jovem (COUTINHO & MATA, 2010) (MUSSE & PERNISA, 2010).

No âmbito desse texto, analisaremos o quadro "Jovens do Brasil"[7], escolhido devido à sua proposta explícita de estabelecer um vínculo com a audiência juvenil por meio não só da TV, mas também e, principalmente, da Internet, já que toda a participação dos jovens ocorre no ambiente virtual. Assim, fica clara a tentativa de aproximação do público por meio do uso de aparatos tecnológicos digitais. A convergência midiática é utilizada aqui de forma estratégica para chegar aos telespectadores jovens e adolescentes.

O quadro funciona da seguinte forma: tudo começa na escolha do tema principal. O assunto de cada reportagem é decidido em uma enquete na página do Jornal Hoje. Feito isso, é anunciado na TV, no site, no Twitter e no Facebook do telejornal a data e o horário do próximo bate-papo online. Assim, o JH prepara a audiência juvenil para mais uma edição do "Jovens do Brasil". No dia marcado, em um espaço próprio, Evaristo Costa, apresentador do telejornal, e duas editoras do site do programa conversam com os jovens, que participam via redes sociais ou página do JH na Internet.

"Durante a conversa serão definidos os temas da reportagem e também encontraremos nossos personagens. Esse cara pode ser você, desde que tenha uma boa ideia, opinião ou história para contar" (SITE DO JORNAL HOJE, 2013). Depois do bate-papo virtual, gravado em um cenário próprio, a equipe do JH continua produzindo a matéria. Ainda é possível mandar vídeos e sugestões: "vamos ouvir com mais atenção os internautas que mandaram as melhores IDEIAS, OPINIÕES e HISTÓRIAS. Evaristo vai entrevistar você, pela internet, na sua casa ou escola" (SITE DO JORNAL HOJE, 2013, grifo do autor). Em seguida, "as principais dúvidas, os casos mais curiosos e as histórias mais originais serão levados para ESPECIALISTAS, que irão opinar e dar conselho" (SITE DO JORNAL HOJE, 2013, grifo das autoras).

[6] Termo originado da junção das palavras "produtor" e "consumidor". Diz respeito ao indivíduo que, além de consumir, também produz e compartilha conteúdos. Essa tendência de comportamento evidenciou-se com o advento da Internet. O conceito de "prosumidor" foi originalmente desenvolvido por Alvin Toffler, escritor e pesquisador norte-americano que trabalha com temas relacionados à revolução digital.
[7] http://g1.globo.com/jornal-hoje/jovensdobrasil.html Acesso em 11/01/2013.

Observamos aqui, a busca por valores característicos de fatos jornalísticos. Quem define a participação do jovem no resultado final da produção é o telejornal, por meio de seus profissionais. Só entram aqueles que têm uma "boa ideia, opinião ou história para contar" na visão dos produtores e editores. A novidade, originalidade, singularidade e relevância dos depoimentos são levadas em consideração enquanto critério para seleção dos jovens que terão direito a fala.

Por fim, "todo o material gravado, - com câmeras de estúdio, webcams, GoPro e câmeras de celular - será editado, misturado e remixado. A REPORTAGEM, com a sua cara, será exibida para todo o Brasil pelo JORNAL HOJE" (SITE DO JORNAL HOJE, 2013, grifo das autoras). Ressaltamos aqui, uma preocupação com o formato da matéria. A fase de pós-produção do conteúdo é destacada no site a fim de deixar claro o uso das novas tecnologias e a busca por uma linguagem próxima do universo juvenil, a partir do imaginário que os próprios profissionais têm dessa parcela da população. Essa preocupação se torna visível até mesmo na página do telejornal, principalmente por meio do vocabulário ("fala aí", "mandando bem", "o que rola?"), do layout (que faz referência a interfaces digitais, com destaque para bate-papos online e redes sociais) e dos temas (skate, dança, música).

Partimos, então, para a análise do resultado final do produto, apresentado em rede nacional, uma semana após o bate-papo online, tomando como recorte a matéria exibida no dia 11 de dezembro de 2012[8], a quarta reportagem do quadro. O tema principal, definido com a ajuda de jovens telespectadores/usuários, foi "padrão de beleza". Enfatizamos, mais uma vez, a existência de uma imagem da audiência estabelecida previamente por parte dos jornalistas. Nesse caso, uma imagem preestabelecida do público juvenil, de onde os profissionais partiriam para a construção do "drama informativo", aqui na tentativa de promover uma maior aproximação e identificação com a audiência jovem. Podemos observar essa postura por parte do JH, que visa transmitir uma matéria "com a cara" da audiência jovem, mesmo admitindo em seu site que não conhece profundamente esse público:

> O Jornal Hoje quer falar sobre assuntos que te interessam: sexo, educação, trabalho, games, namoro, internet, amigos... O problema é que depois de certa idade, de fazer faculdade, pós-graduação, especialização e trabalhar durante anos, estamos todos "experientes demais" para saber o que anda rolando com quem ainda não passou dos 24 anos. A solução é perguntar diretamente a você (SITE DO JORNAL HOJE, 2013).

[8] Disponível em http://g1.globo.com/jornal-hoje/videos/t/quadros/v/jovens-do-brasil-discute-os-padroes-de-beleza-atuais/2288382/ Matéria veiculada no dia 11/12/12.

Definimos quatro categorias de análise baseadas na metodologia de Coutinho (2012): o conflito narrativo; a lição moral; os personagens; e os recursos audiovisuais. Vale ressaltar que a reportagem analisada conta com processos de apuração, produção e edição em parte distintos de uma matéria normalmente veiculada em telejornais. Com sete (7) minutos e 17 segundos de duração, não é possível identificar a estrutura básica de uma notícia em televisão: off, sonora, passagem, off, sonora – com duração que varia de um (1) minuto e meio a dois minutos.

Será que um formato tão diferente – de caráter experimental, mas ainda assim, indicador de possíveis tendências para o jornalismo audiovisual no momento atual – carrega as marcas de uma estrutura dramática, presente na forma tradicional de contar fatos jornalísticos na televisão?

O drama informativo na era digital

"Hoje tem Jovens do Brasil. Qual foi o tema dessa vez, Evaristo?". "Padrão de beleza, Sandra. A gente vai falar sobre padrão de beleza. Mais de dois mil internautas participaram de um bate-papo comigo. E aí, eu percebi que todos os jovens estão procurando falar sobre beleza, mas eles também estão preocupados com a saúde" (JORNAL HOJE, 2012). Também na abertura da matéria, Evaristo Costa apresenta o assunto da vez. E, ao longo da reportagem, novos conflitos relacionados com o tema principal são estabelecidos a partir da leitura das mensagens enviadas pelos jovens telespectadores, via Internet. O apresentador e as duas jornalistas que o acompanham no bate-papo, Mariana e Domenica, estão a todo o momento conectados com o público, o que é evidenciado no cenário em função da presença de três notebooks, um celular, webcams e um telão.

Como descrito por Coutinho (2012), a expectativa, o conflito narrativo é evidenciado no texto dos apresentadores do programa, na cabeça de locutor. É a partir desse conflito principal que todo o discurso informativo da reportagem se organiza. Desse modo, "a estruturação do noticiário televisivo em torno de problemas, ações e disputas guardaria semelhanças com o que classificamos como um drama cotidiano" (COUTINHO, 2012, p. 115-116). A autora chama a atenção para dois tipos de conflito: o conflito social real e o *pseudoconflito*. No primeiro caso, o conflito estaria nos próprios fatos/informações veiculadas, e iria além da estruturação da narrativa, sendo sua existência considerada, em si mesma, um dos valores-notícia analisados no processo de escolha de um tema a ser apurado. Já no segundo caso, o conflito estaria presente apenas como uma opção narrativa para contar uma história verídica, porém não estaria diretamente relacionado a nenhum conflito social, registrado fora da tela.

A matéria analisada nesse artigo se encaixaria no segundo tipo. Embora seja possível identificar o conflito na fala dos apresentadores e dos entrevistados, sua apreensão seria construída, principalmente, na relação do telespectador com a mensagem veiculada. A apresentação do "assunto da vez" nos aponta para um conflito latente (a ditadura da beleza, problemas de auto-estima e saúde, bullying), não havendo um "fato gerador" das ações diante da câmera. Ainda

> Assim, a presença de um conflito social, explícito ou implícito, poderia ser considerada uma das características de noticiabilidade de um fato, um dos valores-notícia para sua inclusão no noticiário televisivo. Além de orientar a seleção dos assuntos a serem transformados em matéria no telejornal, seria preferencialmente em torno desses conflitos sociais que se organizaria a cobertura, a notícia em televisão, convertida na tela também em conflito narrativo (COUTINHO, 2012, p. 133)

É a partir da seleção desse conflito que se organiza a estrutura, dramática, da reportagem. Segue-se a sua conversão em conflito narrativo, apresentado como ponto de partida para o relato dramático, o encadeamento de depoimentos, imagens e narrações do repórter na tentativa de solucioná-lo. Esse percurso narrativo começa na chamada da matéria, ainda no estúdio. Entretanto, no caso do "Jovens do Brasil", o conteúdo, apresentado como um bate-papo, é formado por uma série de "pequenos" relatos dramáticos, cujos conflitos, de cunho particular, também estão implícitos nos depoimentos dos próprios jovens, caracterizando o que Coutinho, com base nos trabalhos de Todorov, identifica como "intrigas de personagem", expressadas apenas pelas falas ou ações dos caracteres: (1) "A Ingrid tá falando assim: 'sou gordinha e, às vezes, não participo de peças na escola por causa disso'"; (2) "A VSouza: 'sempre tive marcas de espinha e acho que, por causa disso, não consegui emprego na área de atendimento ao público'"; (3) "O Fábio fala que já pesou 100 quilos e ninguém olhava pra ele" [...] "Eu chegava nas pessoas e eu via que havia certa resistência, né? Era engraçado porque as pessoas olhavam de outra maneira pra gente [...]"; (4) "Tem o Jefferson também. Ele falou que o problema dele é que ele é estrábico. E isso é motivo pra várias piadinhas desde a infância"; (5) "A Maria Cecília, ela fala: 'já tive distúrbio alimentar causado pelo bullying que sofria na escola'" [...] "Ah, chama de gorda, baleia, esse tipo de coisa. Eu comecei a querer emagrecer a todo custo. Então eu já comia, mas não comia direito. Às vezes, durante o dia eu não comia" (JORNAL HOJE, 2012).

De modo geral essas micro-narrativas, características do ambiente digital e da contemporaneidade, reproduzem o modelo geral da dramaturgia, em registros audiovisuais captados via Skype, com participação ativa dos jovens. Já as mensagens e perguntas lidas no estúdio eram mostradas na tela por meio de gerador de caracteres, contendo ainda o nome e,

quando se tratava de um jovem entrevistado, a foto da fonte. Cada um dos momentos citados acima marca o início de uma questão ou problema, em torno da qual jovens e especialistas dão depoimentos na busca pela resolução do conflito.

Ao longo da matéria, porém, observamos que nem sempre o conflito é solucionado, embora cada situação apresentada aponte para um desfecho. Muitas vezes, esse fechamento se dá por meio de conteúdos de cunho moral, avaliações e exemplos de vida. Citamos como exemplo, o conflito vivenciado por Fábio, já exposto anteriormente. Evaristo lê a mensagem enviada pelo jovem telespectador: "o Fábio fala que já pesou 100 quilos e ninguém olhava pra ele. Hoje ele pesa 83 e tudo mudou". Em seguida, Fábio, de 27 anos, dá seu depoimento: "eu chegava nas pessoas e eu via que havia certa resistência, né? Era engraçado porque as pessoas olhavam de outra maneira pra gente". A solução encontrada pelo entrevistado é introduzida quando Evaristo pergunta o que mudou: "comecei a mudar a alimentação, fazer exercícios. Eu acho que tudo isso coopera para que a sua auto-estima melhore e você acabe fazendo disso o seu próprio padrão de beleza".

Questões relacionadas ao peso foram recorrentes ao longo da matéria. A insatisfação com o próprio corpo foi convertida em um dos principais conflitos das histórias narradas, envolvendo distúrbios alimentares, como anorexia e bulimia, excesso de magreza, e a conseqüente baixa auto-estima e não aceitação de si mesmo. Em cada uma dessas situações, como a vivenciada por Fábio, oferecem-se mensagens morais, componentes essenciais de uma narrativa dramática. Isso ocorre na fala de especialistas e na de jovens entrevistados, como Amanda: "eu sou gorda. Não tenho nenhum problema em admitir isso". Evaristo completa: "igual está dizendo a Amanda aqui, tem muita gente feliz do jeito que é". E introduz a iniciativa de outra jovem, Paula, que criou um blog para mulheres acima do peso. "Eu comecei a ver como muita gente era incrível, independente de peso, de idade, aparência, tal. E aí, eu comecei a buscar dentro de mim quais eram as coisas boas que eu podia oferecer para as outras pessoas", declara a entrevistada. Já o psiquiatra Eduardo Aratangy, uma das principais fontes da reportagem, finaliza com uma mensagem de motivação: **"**o que você chama de charme, por exemplo, é algo que você pode adquirir sem a necessidade de intervenções plásticas. A capacidade de cativar as pessoas, no fim das contas, se torna uma beleza muito mais permanente do que a beleza física".

Desse modo, verificamos a presença de conteúdo de cunho moral e de falas com tom emocional e/ou motivacional. Além disso, observamos que a cada questionamento ou problema

relatado, segue uma estrutura narrativa com início, meio e fim, formada por ações e depoimentos que promovem uma relação de identificação com o telespectador.

Nessa reportagem de "Jovens do Brasil" os personagens têm papel fundamental para a promoção de proximidade entre audiência e telejornal, "o noticiário de televisão é espaço para que experimentemos os pequenos e grandes dilemas cotidianos, emoções de anônimos e autoridades" (COUTINHO, 2012, p.10). Na quarta matéria do quadro, os personagens são apresentados, principalmente, por meio das entrevistas, das imagens e dos textos dos repórteres. Entre os papéis representados, começamos pela atuação dos jornalistas na narrativa.

Destacamos Evaristo Costa, que, além de apresentar, é também o repórter da matéria. Evaristo começa a reportagem nos bastidores, no camarim, enquanto se prepara para começar o bate-papo ao vivo. Ele arruma o cabelo com o auxílio de Gil, aquele que "deixa a gente bonito aqui na TV", ajeita o visual na frente de um espelho, escolhe a camisa que vai usar, se veste, acerta o colarinho e "bora pro estúdio!". Tudo isso é parte de um clipe de imagens, que conta com outras cenas relacionadas ao tema "padrão de beleza". Já na sala do bate-papo, o apresentador dá as boas-vindas ao telespectador e introduz as jornalistas Mariana e Domenica. A partir desse momento, Evaristo assume, principalmente, o papel de porta-voz da juventude e mediador dos questionamentos trazidos por jovens; aquele que seleciona as mensagens, depoimentos e internautas entrevistados e leva as perguntas e situações até o especialista; entrevistou a nutróloga, o psiquiatra e o pesquisador ouvidos na matéria, e aparece no quadro de vídeo de quase todas as sonoras veiculadas.

Os demais adultos presentes na matéria (a nutróloga, o pesquisador e o psiquiatra) são personagens de destaque, representando o papel de experts/especialistas. Eles são os responsáveis pela legitimação do discurso informativo. Como não há apresentação de informações em *off* ou passagens (com exceção do momento em que Evaristo apresenta um dos entrevistados e, por meio de um infográfico, explica do que se trata o índice de massa corporal), a tarefa dos experts não consiste em confirmar e dar respaldo à fala do repórter, como de costume.

Aliás, os jornalistas não têm um discurso próprio. Eles apenas dão voz aos jovens participantes, não se dirigindo diretamente ao telespectador, a não ser em alguns momentos pontuais, como o de boas-vindas e o de despedida. Desse modo, é o especialista quem apresenta as informações transmitidas ao público, com o olhar voltado para o repórter, que escuta atentamente. O expert detém a fala autorizada nessa matéria do quadro "Jovens do Brasil". Um exemplo esclarecedor (e recorrente) é quando Evaristo, no estúdio, lê o depoimento da jovem

Cíntia: "eu sou do tipo muito magra. Não consigo engordar de jeito nenhum". Em seguida, há um corte para a nutróloga Andréa Pereira, que explica: "o ideal realmente é aumentar músculo. Com isso, você tem que ter, às vezes, uma dieta um pouquinho mais rica em proteína. Às vezes com mais carboidrato também. E aí, entra a atividade física também".

Podemos dizer, então, que a atuação dos jornalistas enquanto narradores não se dá no texto da reportagem, mas na edição da mesma, momento em que estabelecem o percurso narrativo a ser seguido. Assim, eles seriam co-autores da história: definem quem fala, quando fala, sobre o que fala e por quanto tempo. No texto, porém, eles dialogam com os internautas e os entrevistados, fazendo o "meio de campo" entre a audiência juvenil e os especialistas. Dessa forma, no que diz respeito à construção textual, assumiriam o papel de porta-vozes. Já os especialistas seriam os detentores do conhecimento e da experiência, aqueles que, na posição de adultos, irão auxiliar os jovens na solução de seus problemas e conflitos, os "mentores".

Por fim, voltamos nossa atenção para o papel representado pelos jovens na matéria em questão. Na reportagem analisada, encontramos três tipos diferentes de participação de integrantes dessa parcela da população: alguns enviam depoimentos que são lidos pelos jornalistas; outros enviam perguntas; e outros participam por meio de entrevista via Skype. Nos três casos, eles são os responsáveis pelo desencadeamento de um conflito. É a partir da fala ou questionamento trazido por eles – ainda que sob aprovação prévia – que se desenvolve a narrativa. Sendo assim, os jovens seriam os "mocinhos" e "heróis" da matéria. Entretanto, mesmo os internautas que ganham voz por meio da entrevista não assumem um lugar de fala autorizado. Seus depoimentos são baseados em suas experiências particulares de vida, que ao serem tornadas comuns são capazes de sensibilizar o telespectador e/ou desencadear um processo de reconhecimento.

A incorporação de sua fala poderia ser considerada também como uma estratégia: o público se reconhece ou se coloca na situação relatada e a partir daí estabelece uma relação de identificação e proximidade com o personagem – e que se estende em direção ao telejornal. É por meio desses relatos que o noticiário de televisão atualiza e fortalece sua relação com a audiência, em especial a juvenil. Resumindo, os jovens, enquanto personagens da matéria, teriam a função de estabelecer os conflitos, além de dimensionar os fatos narrados a partir de aspectos passionais e dos dramas vividos.

Finalmente, chegamos ao último aspecto de nossa análise, os recursos audiovisuais. Aqui, a busca por dramatização por meio de sons, cortes, enquadramentos e efeitos visuais se dá não só no sentido de compor o processo narrativo, mas, principalmente, tendo em vista o

estabelecimento de uma relação de identificação com os jovens telespectadores e a reprodução da atmosfera de um bate-papo virtual.

O ritmo das cenas é dinâmico e acelerado, os cortes são rápidos e os efeitos visuais abundantes. A matéria começa com um clipe de imagens ao som da música "Máscara", interpretada pela cantora Pitty, artista popular entre o público juvenil. A canção está diretamente relacionada com o tema proposto. A presença de *background*, ou fundo musical, é uma constante no decorrer da matéria, exceto durante a fala dos especialistas. As músicas escolhidas também buscam uma aproximação com o universo jovem e digital, sendo, em sua maioria, músicas eletrônicas.

Toda a identidade visual do quadro é construída com base nas cores do Jornal Hoje (tons de azul e amarelo) e fazem referência a elementos da Internet. As mensagens enviadas pelos jovens, por exemplo, aparecem na parte de baixo da tela como uma caixa de *messenger* ou bate-papo. Entre outras referências utilizadas para criar as artes e efeitos, citamos as interfaces típicas de conversas via webcam, perfis de redes sociais, símbolos comuns no ambiente virtual (@, #) e a representação do conceito de rede por meio de animações que buscam passar o sentido de "conexão" e "interligação".

Quanto aos efeitos de áudio e de transição, percebemos a utilização de sons que se aproximam dos ruídos e barulhos ouvidos quando determinados comandos ou ações são realizados no computador ou durante a navegação. Junto deles, outros efeitos chamam a atenção por também buscarem diálogo com o mundo da tecnologia, como quando, no final da matéria, sentimos como se alguém tivesse se desconectado ou desligado bruscamente um aparelho eletrônico.

Destacamos ainda, no que diz respeito aos aspectos visuais, a utilização de enquadramentos e ângulos que reproduzem uma conversa por webcam. No caso dos jovens entrevistados, de fato, a imagem transmitida foi captada por uma câmera acoplada ao computador, o que compromete a qualidade do vídeo, se comparado ao conteúdo captado no estúdio. Porém, até mesmo os jornalistas aparecem na tela a partir de imagens semelhantes, alternadas com as gravadas profissionalmente.

Já no caso dos especialistas, os enquadramentos seguem as opções tradicionais da notícia em TV: primeiro plano, plano médio e plano médio aberto. Porém, a busca por proximidade com a linguagem digital se dá por meio da edição. Em vários momentos, a tela é dividida ao meio, permitindo ao telespectador a visão simultânea de dois enquadramentos diferentes.

A junção de todos esses recursos somada à estrutura que organiza a reportagem resulta num produto de formato inovador, principalmente se comparado à reportagem telejornalística em seu modelo padrão. O ritmo dinâmico, como o de um clipe musical, e que tenta reproduzir a experiência de navegação na Internet, busca prender a atenção do jovem telespectador por meio da identificação. É nesse sentido que a dramatização a partir de recursos audiovisuais atua.

Assim, constatamos que, mesmo com a participação mais ativa do público[9], com a apropriação de referências e recursos da estética digital e com a proposta de um novo formato narrativo voltado para a nova geração de telespectadores, a Dramaturgia do Telejornalismo ainda se faz presente, reproduzindo o modo como as pessoas vivem e experimentam o mundo (COUTINHO, 2012), seja pela TV e, agora, pela Internet. Tudo isso num contexto onde a convergência dos meios de comunicação é utilizada de forma estratégica a fim de manter e expandir o vínculo entre telejornais e audiência. Aqui, há uma profusão de vozes e dramas, todos interligados e oferecidos em um único pacote. A preocupação com a qualidade do som e da imagem às vezes é deixada de lado, mas de modo proposital, numa tentativa de aproximar TV e Internet. Já os personagens, papéis representados e conflitos continuam os mesmos, ainda bem próximos das histórias narradas em videoclipes e seriados americanos – tudo para dialogar com a nova audiência.

Referências

ARISTÓTELES. **Arte Retórica e Arte Poética.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo:** a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

_____; MATA, Jhonatan. Telejornalismo, Juventude e Representação: quais formatos e narrativas dialogam com os novos telespectadores? In: BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando (Orgs.). **Comunicação, cultura e juventude.** São Paulo: Intercom, 2010. p. 247-246

MATÍN-BARBERO, Jesús; GERMÁN, Rey. **Os exercícios do ver:** hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX:** neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

MUSSE, Christina Ferraz; PERNISA, Mila Barbosa. Telejornalismo: novos formatos no cenário de crise da TV aberta. In: INTERCOM NACIONAL, 2010, Caxias do Sul, RS. **Anais...** Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2010. 1 CD-ROM.

[9] Ainda que essa participação se dê segundo os moldes estabelecidos pelo próprio telejornal.