O DRAMA VIVE: URGÊNCIAS, AMBIGUIDADES E DINÂMICAS COMUNICACIONAIS DA (E NA) DRAMATURGIA CONTEMPORÂNEA

A mesa será composta pelos professores pesquisadores Breno da Silveira Carvalho (UFRN), Celso de Araujo Oliveira Junior (UFRB) e Luiz Alves Marfuz (UFBA) que pretendem examinar as aproximações, tensões e ambiguidades entre o drama, a notícia, o acontecimento no telejornal, a proposição de uma dramaturgia publicitária e abordagens metodológicas de redação publicitária e escrita dramatúrgica. Para isso, mostra os elementos constituintes da forma dramática que geram uma dramaturgia cuja estrutura vem sendo apropriada na construção da notícia telejornalística e dedica-se a debater a proposição de uma dramaturgia publicitária, a partir de um panorama teórico/histórico sobre o drama.

O prof. Breno Carvalho dedica-se a debater a proposição de uma dramaturgia publicitária. a partir do relato de experiência vivenciada com graduandos da disciplina Redação Publicitária II, ministrada de janeiro a abril de 2021 (período letivo 2020.2) no curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Na condição de componente curricular obrigatório com ementa dirigida às especificidades da redação publicitária para meios eletrônicos e audiovisuais, as práticas de ensino-aprendizagem voltam-se à apresentação das premissas construtivas e criativas para elaboração de roteiros publicitários a partir de mundos imaginários de marca. São estes recursos que permitem esboçar a constituição de uma dramaturgia publicitária, atenta aos efeitos persuasivos e interessada na dissolução de eventuais conflitos que as dinâmicas comunicacionais entre instituições e sujeitos incitam e instauram no diálogo com consumidores (e cidadãos).

O prof. Celso Oliveira Jr. apresentará detalhado memorial descritivo das etapas de processo da Oficina de Criação Dramatúrgica Contemporânea, realizada entre os meses de fevereiro e março de 2021, de modo remoto, no Teatro Vila Velha, com abordagem metodológica teórico-prática, onde expôs um grande panorama histórico sobre a dramaturgia ocidental e seus principais autores (Sófocles, William Shakespeare, Molière, Anton Tchékhov, Henrik Ibsen, Bertolt Brecht, Samuel Beckett e Eugene Ionesco), bem como exercícios práticos de escrita dramatúrgica que resultaram em duas dezenas de pequenas peças e cenas que foram apresentadas em uma mostra final remota. Expondo as referências utilizadas para a caracterização dos estilos abordados durante o curso (Anatol Rosenfeld, Gerd Bornheim, Martin Esslin e Hans-Thies Lehmann),

compreende-se um amplo quadro sobre as escolhas e soluções metodológicas de uma atividade de escrita criativa de textos específicos para serem encenados. Compreendendo, ao final desta trajetória estilística e histórica, as especifidades estéticas das criações textuais contemporâneas criadas por expoentes da dramaturgia pós-dramática (Heiner Müller, Sarah Kane, Caryl Churchill, Valère Novarina e Michel Vinaver), apoiados por encenadores e encenadoras emblemáticos deste período (Robert Wilson, Ivo Van Hove, Ariane Mnouchkine, Pina Bausch, Milo Rau, entre outros).

E, finalmente, o prof. Luiz Marfuz desdobra e amplia o foco da pesquisa que gerou sua dissertação de mestrado "A curva e a pirâmide: a construção dramática e (tele)jornalística do acontecimento", defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, da FACOM-UFBA, sob orientação do Prof. Albino Rubim e seu livro "Dramaturgia do acontecimento no telejornal: a emoção no palco da notícia", publicado pela Edufba, em 2015. Nestas reflexões, o prof. Luiz Marfuz compreende acontecimento em seu potencial dramático como forma de manter e capturar a atenção do telespectador, por meio da acentuação da expectativa e da tensão, estratégias bem-sucedidas do drama, desde a sua forma aristotélica embrionária. Apoiando-se tanto nas teorias de teatro (Aristóteles, Eric Bentley, S. W. Dawson, Cleise Mendes, Patrice Pavis) quanto nas do jornalismo e da cultura contemporânea (Muniz Sodré, Edgard Morin, Marcondes Filho, Renato Ortiz).

Desta maneira, a mesa pretende debater, a partir destas exposições, temas urgentes e ambíguos, nas dinâmicas de produção, redação, e ensino-aprendizagem da dramaturgia contemporânea, propondo caminhos possíveis para a ampliação do pensamento sobre dramaturgia, publicidade e jornalismo televisivo.

Proponentes:

Breno da Silva Carvalho
Graduado em Publicidade (UCSAL, 2001) e Ciências Sociais/Antropologia (UFBA, 2012), Mestre (UFBA, 2010) e Doutor em Antropologia (UFBA, 2017). Professor do Departamento de Comunicação Social/UFRN com foco em: escrita e redação publicitária; linguagens publicitárias; comunicação e cultura digital; antropologia do consumo e das organizações; metodologia da pesquisa e produção de conhecimento.

Celso Araújo de Oliveira Júnior
Doutor em Artes Cênicas (PPGAC/UFBA, 2013). Bacharel em Artes Cênicas - Direção Teatral (UFBA, 1994) e Mestre em Letras e Lingüística (UFBA, 2005). É professor do Centro de Cultura, Linguagens e Tecnologias Aplicadas (CECULT/UFRB). Tem

experiência na área de artes - ênfase em Interpretação e Direção Teatral. É professor de Dramaturgia e História do Teatro.

Luiz Cezar Alves Marfuz
Doutor em Artes Cênicas (PPGAC-UFBA) e Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PÓSCULT-UFBA), bacharel em Comunicação e em Administração (UFBA) e professor-associado da Escola de Teatro (UFBA). Membro permanente da Academia de Ciências da Bahia, diretor teatral, jornalista, arte-educador e dramaturgo. É autor de *Traga-me a cabeça de Lima Barreto!* (2015).

ESBOÇO DE UMA DRAMATURGIA PUBLICITÁRIA

Breno da Silva Carvalho [1]

Resumo: O presente artigo dedica-se a debater a proposição de uma dramaturgia publicitária. A possibilidade provém de relato de experiência vivenciada com graduandos da disciplina Redação Publicitária II, ministrada de janeiro a abril de 2021 (período letivo 2020.2) no curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Na condição de componente curricular obrigatório com ementa dirigida às especificidades da redação publicitária para meios eletrônicos e audiovisuais, as práticas de ensino-aprendizagem voltam-se à apresentação das premissas construtivas e criativas para elaboração de roteiros publicitários a partir de mundos imaginários de marca. São estes recursos que permitem esboçar a constituição de uma dramaturgia publicitária, atenta aos efeitos persuasivos e interessada na dissolução de eventuais conflitos que as dinâmicas comunicacionais entre instituições e sujeitos incitam e instauram no diálogo com consumidores (e cidadãos).

Palavras-chave: redação publicitária, dramaturgia, persuasão.

1. Introdução

Iniciada nos últimos meses de 2019, os efeitos da pandemia do novo coronavírus ainda reverberam no mundo. Particularmente no Brasil, assolado pela sua presença desde março de 2020, ocasião do reconhecimento do cenário de Emergência em Saúde Pública nacional, foram firmadas medidas concretas para seu enfrentamento com a intenção de promover o isolamento social, como a interrupção de atividades educacionais, restrição (ou suspensão) do funcionamento de comércios e o estabelecimento do trabalho remoto por instituições públicas e privadas – quando não fornecedoras/realizadoras de serviços essenciais (BRASIL, 2020a; BRASIL, 2020b; BRASIL, 2020c; BRASIL, 2020d; BRASIL, 2020e).

Neste contexto, 2020 determinou uma nova dinâmica social aos sujeitos:

> O vírus [...], em princípio perceptível sob condições específicas somente pelas ciências biológicas, só adquire concretude relacional ou, no sentido expressivo do termo, "sociabilidade", quando manifestado nos corpos. (TOLEDO; SOUZA JUNIOR, 2020, p. 60, grifo dos autores).

[1] Vínculo institucional: Professor Adjunto-A do Departamento de Comunicação Social (DECOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: brenosc@uol.com.br.

A explicação dessa nova sociabilidade, acompanhada de orientações sobre o combate à contaminação física/biológica, pelo patógeno, implica na oferta de conteúdos informativos e com teor educacional aos cidadãos. Torna-se imprescindível dirigir o olhar para campanhas publicitárias de conscientização sobre o Covid-19, promovidas em território nacional por agentes públicos municipais (Prefeituras), estaduais (Governos Estaduais) e federais (Ministério da Saúde e Palácio do Planalto).

Para a presente proposta foram consideradas as seguintes administrações públicas: Governo do Estado de São Paulo, Ministério da Saúde e Governo Federal. Esta seleção deriva do tratamento contrário apresentado pelos seus gestores, respectivamente, João Dória (PSDB), governador do Estado de São Paulo, e Jair Bolsonaro (sem partido), presidente da República. No fim de março de 2020, ambos chegaram a discutir publicamente sobre as estratégias no combate à pandemia em reunião via teleconferência (ASSISTA, 2020).

Apesar da divergência nos discursos e falas públicas entre esses gestores, as propagandas produzidas pelas instituições que gerenciam convergem em seus conteúdos, adotando distintas abordagens no tratamento do assunto. Este efeito comparativo é fundamental para se identificar o contexto perceptual que o cidadão precisa descortinar, a fim de receber uma orientação assertiva e verossímil.

Diante de um evento inédito para a modernidade – uma pandemia e de uma divergência nos conteúdos das oralidades entre lideranças políticas, a publicidade sobre o Covid-19 assume contornos políticos e reveste-se de responsabilidade ética e cidadã. Afinal, se está diante de campanha de interesse público (COSTA, 2006) com claro impacto e desdobramento social.

Este conjunto de fatores justificam a discussão em curso e auxiliam na apresentação do cerne da presente proposta: esboçar a formulação de uma dramaturgia publicitária – útil e enriquecedora para a dinâmica de criação textual – a partir do manejo da narrativa publicitária para o desenvolvimento de campanhas de comunicação.

Para a elaboração e desenvolvimento da presente análise, este artigo recorre aos filmes publicados nos canais do *YouTube* do Governo do Estado de São Paulo, Ministério da Saúde e Governo Federal, no período de 18 de março a 18 de abril de

2020, contabilizando as ações implementadas após um mês de reconhecimento oficial do cenário pandêmico via comunicação oficial (decreto, despacho, lei e portaria).

No Quadro 1 (a seguir) podem ser identificados os 14 filmes que integram o estudo. Foram selecionadas produções de até 60", tempo comumente empregado em filmes publicitários para uso no digital e veiculação em mídia de massa, conforme regimento do serviços de publicidade para administração pública (BRASIL, 1993; BRASIL, 2010). Dispensou-se a análise de eventuais materiais publicitários de maior duração, já que estes correspondem, comumente, a produções de conteúdo digital com mecânica de divulgação atrelada à ciberpublicidade (CARRERA, 2016).

Apesar da relevância institucional das produções publicitárias da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM-PR), foram desconsideradas suas realizações, uma vez que a primeira publicação de filme alusivo ao novo coronavírus data de 27 de maio de 2020. Mesmo que o presente artigo dispense o quantitativo numérico de produções, destaca-se a escassez de filmes do Planalto (apenas um) ou da própria SECOM-PR – publicado após 2 meses dos registros oficiais sobre a pandemia.

Quadro 1 – Filmes publicitárias de interesse público sobre Covid-19 (18 mar. a 18 mai.)

Mês/Dia		Nº	Título do filme e Duração	Link
Mar	18	1	Coronavírus: o que você precisa saber e fazer 30"	https://youtu.be/6FFsEjUjHoc
	20	2	Como evitar o novo coronavírus 30"	https://youtu.be/e7AJeabMZvw
		3	Como evitar o novo coronavírus 60"	https://youtu.be/5unutQPbMdU
	21	4	Coronavírus – isolamento de idosos 30"	https://youtu.be/ehYCw-GwEVE
	23	5	Coronavírus – isolamento domiciliar 30"	https://youtu.be/9EM462y_dJ0
		6	Coronavírus – isolamento domiciliar 15"	https://youtu.be/N99E5MfXeag
	25	7	Veja como evitar o novo coronavírus 60"	https://youtu.be/lVpRZ0C-cy0
		8	Veja como evitar o novo coronavírus 30"	https://youtu.be/paSFcCjxu7U
	30	9	Fique em casa 60"	https://youtu.be/D2zESBXbauA
Abr	02	10	Contra o coronavírus, o Brasil conta com você 60"	https://youtu.be/Xqy1ItAlyoM
		11	TeleSUS, consulta sem sair de casa 30"	https://youtu.be/kTi1ChliuIc
	13	12	Fique em casa 30"	https://youtu.be/1LSGx_ShpVk
	14	13	Gov. Federal no combate ao coronavírus 30"	https://youtu.be/1_MmAFZmgI4
	15	14	Tem dúvida se está com coronavírus? 30"	https://youtu.be/IlqwgyhBE0w

Legenda:
Filmes do Governo do Estado de São Paulo
Filme do Governo Federal
Filmes do Ministério da Saúde

Fonte: O autor.

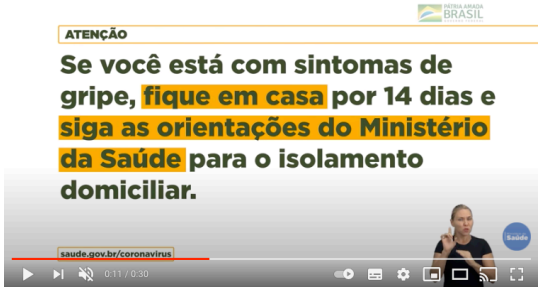
Os parâmetros metodológicos do artigo compreendem a internet como artefato cultural presente na vida cotidiana dos indivíduos, como propõe Fragoso, Recuero e Amaral (2011). Emprega-se a netnografia como método para a análise de "dados culturais arquivais", ou seja, os filmes publicitários acessíveis diretamente de uma plataforma digital – no caso, as páginas na rede social do *YouTube* do Governo do Estado de São Paulo, do Ministério da Saúde e do Planalto (Governo Federal) – úteis por fornecerem "uma linha de base cultural" (KOZINETS, 2014, p. 101).

Os filmes do Ministério da Saúde identificados pelos números 1, 4, 5, 6, 11 e 14 (vide Imagem 1 e 2, a seguir) recorrem a uma identidade visual gráfica em cartelas para apresentação de diferentes conteúdos para proteção ao Covid-19 e de combate à disseminação. Já os filmes 2, 3, 7 e 8 (vide Imagem 3 e 4, a seguir) do Governo do Estado de São Paulo acionam porta-vozes – Dr. David Uip, médico infectologista e Dr.ª Helena Sato, Diretora de Vigilância Epidemiológica – e animação gráfica para oferecer orientações aos cidadãos.

Imagem 1 – Cena do filme Coronavírus: o que você precisa saber e fazer, 30", Ministério da Saúde (Filme 1 no Quadro 1)

Fonte: O autor.

Imagem 2 – Cena do filme Coronavírus – isolamento domiciliar 30", Ministério da Saúde (Filme 5 no Quadro 1)



Fonte: O autor.

Imagem 3 – Cena do filme Como evitar o novo coronavírus 30", do Governo de São Paulo (Filme 2 no Quadro 1)

Fonte: O autor.

Imagem 4 – Cena do filme Veja como evitar o novo coronavírus 30", do Governo de São Paulo (Filme 8 no Quadro 1)

Fonte: O autor.

Do ponto de vista narrativo e textual, o conjunto formado pelas 10 (dez) produções indicadas anteriormente demonstra-se mais informativo e destituído de apelo inovador para a transmissão da mensagem. A análise a ser feita a partir da seção 3 do presente artigo concentra-se, portanto, nos seguintes filmes: nº 9 e nº 12, ambos do Governo do Estado de São Paulo; nº 10, do Ministério da Saúde; nº 13, do Governo Federal. Antes desse debate, a seção 2 dedica-se a discutir as preocupações e soluções realizadas pelo autor a fim de lecionar a disciplina de Redação Publicitária II (COM0264) em formato remoto.

2. O ensino de Redação Publicitária em formato remoto

Em novembro de 2020, a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) regulamentou as atividades de ensino dos curso de graduação de forma remota nos períodos letivos de 2020.2, 2021.2 e 2021.2, podendo estes dois últimos itens sofrerem alteração "considerado o cenário da pandemia da Covid-19, desde que asseguradas as condições de biossegurança e observadas as normas vigentes relativas à emergência em saúde pública" (BRASIL, 2020f).

No semestre 2020.2, fui o responsável por ministrar o componente curricular Redação Publicitária II (COM0264). A disciplina estrutura-se a partir da compreensão da linguagem e da produção textual publicitária com foco prioritário no desenvolvimento de mensagens para mídias eletrônicas.

Assim, são consideradas a construção social de representações do consumo e o caráter informativo na descrição e orientação sobre produtos e serviços a partir de diferentes abordagens e apelos, ou seja, seu foco deriva do tratamento de um problema de comunicação de natureza mercadológica, institucional ou de utilidade pública.

Em sala de aula – mesmo remota – foram debatidas questões específicas acerca da construção do texto publicitário quando veiculado em meios eletrônicos e plataformas audiovisuais, enriquecidas com as recentes produções bibliográficas de Santaella (2017), Weizenmann (2019) e Capote Filho (2020). Tais publicações debatem o processo construtivo e criativo do desenvolvimento do texto publicitário para meios eletrônicos, conferindo atenção às especificidades do campo midiático e da linguagem

com uso de exemplos atuais.

Em uma campanha, a articulação textual entre as soluções criativas para distintas mídias – por exemplo, meios gráficos, exteriores, digitais etc. – é representativa para a sinergia do conteúdo redacional, o ganho de unidade temática e a eficiência da ação publicitária.

Esses desdobramentos textuais estimulam, por exemplo, a manutenção dos valores de *branding* permanentemente transmitidos e retroalimentados com o auxílio e a oferta aos consumidores de novos conteúdos sobre a marca e por meio de diferentes dispositivos de mídia. Perez (2007, p. 333, grifo da autora) alerta sobre esta dinâmica:

> A marca deve estar constantemente presente, e se auto-referenciando. Lembremos que a marca não é um ente natural, mas sim uma construção sociocultural, e, assim, não está provida de condições de se auto-alimentar; há que se prover esse "abastecimento" com investimentos publicitário e promocional. (PEREZ, 2007, p. 333, grifo da autora).

Imagem e texto unem-se na composição e criação estratégica dos denominados "mundos imaginários" para as marcas (CARRASCOZA, 2014). A elaboração desse universo narrativo fornece aos consumidores uma "visão particular de mundo [...] de acordo com as 'normas' definidas no esforço constante de construir e gerenciar a sua imagem" (CARRASCOZA, 2014, p. 155, grifo do autor).

Com esta reflexão, observa-se a ampliação do escopo reflexivo sobre as atribuições do redator de uma agência de propaganda. Deste modo, os discentes inscritos na disciplina Redação Publicitária II (COM0264) são estimulados a refletir sobre o gênero discursivo publicitário (SANTAELLA, 2017), além de considerar as especificidades que a narrativa de marca deve provocar no consumidor.

O processo de ensino-aprendizagem manteve-se alinhado à natureza teórico-prática do componente curricular: as 60 horas de carga horária dividiram-se em 30 horas de teoria e 30 horas de vivência prática – promovida de diferentes maneiras devido à adoção do formato remoto: através da discussão sobre campanhas, como também por meio da construção coletiva de mapas explicativos, baseados nos textos (WEIZENMANN, 2019; CAPOTE FILHO, 2020). A Imagem 5, a seguir, apresenta um desses resultados.

Imagem 5 – Mapa explicativo sobre criação e produção de textos publicitários

Fonte: O autor.

Baseado nesse referencial de ensino, buscou-se executar uma experiência de ensino remota relevante e atual, na tentativa de produção de um conhecimento científico inovador e em consonância com a promoção de educação de qualidade, a qual serviu de estímulo a traçar considerações sobre a relevância da dramaturgia para a produção publicitária – especificamente, no que se refere à criação textual e discursiva.

3. Esboçando uma dramaturgia publicitária

Em uma edição de janeiro de 2021 da *Folha de S. Paulo*, o médico Drauzio Varella (2021) voltou a dedicar mais uma de suas colunas à pandemia. A recorrência ao tema é justificável e concebível, porém o conteúdo do texto do dia 14 apresenta importantes alertas relacionados à importância de medidas de conscientização sobre a vacinação e suas vantagens, a segurança no uso da vacina, a relevância de ações publicitárias para esclarecimento da população etc.:

> É absurdo pretender vacinar tanta gente sem campanhas de divulgação pelo rádio, TV, jornais e internet. Convencer os brasileiros não será tarefa fácil, com tantos criminosos bombardeando os incautos com notícias falsas, tantos ignorantes a prescrever cloroquina e tantos desvairados a pregar um mundo sem vacinas (VARELLA, 2021).

As reflexões do médico traduzem a especificidade do contexto nacional em relação à pandemia e delineiam o cenário desafiador para o campo da comunicação: como convencer, assegurar e informação a população brasileira sobre a importância da vacinação? Mais do que fortalecer o interesse no ato de vacinar-se, por exemplo, o discurso de conscientização precisa conferir legitimidade à vacina e revestir o gesto de imprescindibilidade – seja para a sobrevivência por parte do sujeito com bem estar, como também para positivar sua permanência e trânsito social junto a um coletivo.

Apesar das provocações de Varella (2021) datarem-se do ano corrente, seu indicativo aponta a existência de um conflito social (GIDDENS, 2012) que impactará a produção comunicacional sobre o tema. Neste sentido, justifica-se recorrer à comunicação de 2020, como já sinalizado, a fim de refletir e esboçar sobre uma dramaturgia publicitária.

A análise a ser feita concentra-se, portanto, nos seguintes conteúdos: dois filmes do Governo do Estado de São Paulo (Filme nº 9 e Filme nº 12), uma produção do Ministério da Saúde (Filme nº 10) e um filme do Governo Federal (Filme nº 13). Os Quadros 2, 3, 4 e 5 apresentam uma cena ilustrativa da peça publicitária e a transcrição integral do roteiro.

Quadro 2 – Filme nº 9 – Fique em casa 60” (Gov. São Paulo): cena e transcrição do roteiro

	Contra o coronavírus, siga o que dizem os especialistas em pandemia: fique em casa! O que dizem os governantes europeus que estão enfrentando a pandemia: fique em casa! O que diz o presidente dos Estados Unidos, que antes dizia para todos irem trabalhar: fique em casa! Siga o que diz a Organização Mundial da Saúde: fique em casa. A economia a gente trabalha e recupera. A vida de quem a gente ama não dá pra recuperar. Fique em casa!

Fonte: O autor.

Quadro 3 – Filme nº 12 – Fique em casa 30” (Gov. São Paulo): cena e transcrição do roteiro

	Na luta contra o coronavírus, ficar em casa é um ato de amor. Amor à sua família, amor aos seus amigos. Amor há quem você nem reconhecer. Amor à vida. É por amor que pedimos: fique em casa. Assim, a gente evita o pior. Assim, em breve, tudo vai passar. #Fiquem Casa

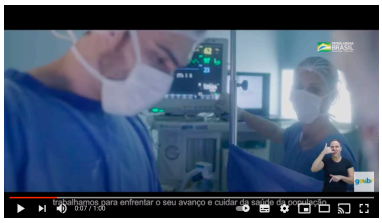
Fonte: O autor.

Quadro 4 – Filme nº 10 – Contra o coronavírus, o Brasil conta com você 60" (Ministério da Saúde): cena e transcrição do roteiro

	O mundo vive uma de suas piores crises. O coronavírus já tirou milhares de vidas e segue contaminando outras milhares em dezenas de países. No Brasil, medidas de emergência estão sendo tomadas para conter o avanço da doença. E uma dela diz respeito a você, estudante dos dois últimos anos de medicina e do último ano de enfermagem, fisioterapia e farmácia. Você será convocado a atender pacientes com coronavírus em todo o país. Sempre com a supervisão de um profissional de saúde. Ao atender esta força-tarefa, você receberá u bolsa, um certificado e pontuação adicional nas provas de residência. Enquanto a população faz a sua parte para se prevenir, você tem a missão de integrar a linha de frente de combate ao vírus. Um chamado que já conta com um capítulo importante em nossa história. A história de jovens que se uniram em torno de um único e grandioso propósito: salvar milhares de vida. Contra o coronavírus, o Brasil conta com você.

Fonte: O autor.

Quadro 5 – Filme nº 13 – Gov. Federal no combate ao coronavírus 30" (Governo Federal): cena e transcrição do roteiro

	A pandemia do coronavírus desafia governos em todo o mundo. No Brasil, nós, do Governo Federal, trabalhamos para enfrentar o seu avanço e cuidar da saúde da população. Investimos R$16 bilhões de reais na compra de respiradores, ventiladores pulmonares, equipamentos de segurança e medicação. Estamos distribuindo 22 milhões de testes em todo o país. Destinamos R$50 milhões de reais para pesquisas. E garantimos ajuda financeira de R$3 bilhões de reais para estados e municípios. A prioridade é proteger a vida dos brasileiros. Mas não podemos deixar de lado questões fundamentais para vencer essa crise, como preservar empregos e manter a renda da população. Aprovamos auxílio emergencial de R$600 para os mais vulneráveis. E destinamos R$40 bilhões em crédito para as micro e pequenas empresas. Novas medidas continuarão a ser tomadas porque a vida dos brasileiros vem em primeiro lugar. Trabalhar para proteger a vida e os empregos. Esse é o nosso compromisso. Governo Federal.

Fonte: O autor.

A proposição do esboço acerca da dramaturgia publicitária será realizada considerando os quatro filmes aqui referenciados. A predileção por peças relacionadas ao Covid-19 deriva do ineditismo do fato, das visões divergentes dos gestores públicos sobre a forma de combate à pandemia – no caso, Estado de São Paulo e Brasil – e da

necessidade de elaboração e transmissão de conteúdos de conscientização para a sociedade brasileira.

Um dos clássicos modelos de convencimento manejados pela publicidade é o AIDA, o qual se baseia nas seguintes etapas: (a) chamar Atenção do público; (b) despertar seu Interesse; (c) provocar Desejo e (d) levar a Ação (compra de bem, contratação de serviço ou adoção de algum comportamento) (SANTAELLA, 2017).

O fortalecimento do digital atualizou estes referenciais com o tripé interatividade, relevância e experiência (IRE). Além de mais moderna, a tríade explora a interação e a virtualidade do *online* para o diálogo direto e mais imediatista com o consumidor por meio de *inbound marketing*, produção de conteúdo digital e assertividade no alcance do sujeito através da exibição de anúncios via mídia programática (CARRERA, 2016; SANTAELLA, 2017).

Diante desses recursos, torna-se possível reconhecer a presença dos elementos da estrutura dramática – enredo, texto, ação, espaço e personagens – na construção narrativa publicitária como recurso estratégico de persuasão do sujeito (MARFUZ, 2017).

Os quatro filmes apresentados retratam diferentes conflitos, a fim de envolver o cidadão. Enquanto o Governo do Estado de São Paulo busca diversos endossos como forma de manter o sujeito em casa (Filme nº 9), além de construir uma abordagem mais emocional para esse convencimento (Filme nº 12); o Governo Federal (Filme nº 13) apresenta seu empenho no enfrentamento da pandemia e presta contas de forma numérica sobre as ações realizadas no período.

O Filme nº 10 do Ministério da Saúde traz uma abordagem distinta por tratar-se de uma convocação de estudantes da área de saúde. O apelo combina responsabilidade e compromisso profissional, a fim de convencer os jovens a atuaram na linha de frente.

Assim como a dramaturgia, a publicidade alimenta-se do conflito (PALLOTTINI, 1988): ela o enuncia e o cultiva a partir de sua estratégia de persuasão. Para tanto, torna-se capaz de delinear distintas curvas dramáticas (MARFUZ, 2017), algumas delas com desfecho na própria peça publicitária; outras, projetam esse encerramento para o cidadão/consumidor, levando-o a refletir sobre a necessidade de

adquirir um produto/serviço ou passar a adotar um novo hábito, como, por exemplo, praticar o isolamento social ou vacinar-se – ações específicas em relação à Covid-19.

Considerações finais

Este esboço ainda embrionário requer aprofundamento. Seu impacto reside na possibilidade de diálogo com o campo teatral e a atenção ao papel atualizado da comunicação social – especificamente, da publicidade.

Sanches (2016) já identifica na atualidade como produção dramatúrgica é vasta.

> A diversidade da produção [dramatúrgica] atual desafia as iniciativas teóricas de generalização. Dramaturgo, teledramaturgo, roteirista, redator publicitário, *designer* de *games* – são diversos os ofícios que envolvem a escrita dramática – o teatro não é mais o único veículo do drama. (SANCHES, 2016, p. 65).

O presente artigo faz coro a este entendimento e observa a publicidade contemporânea como um campo fecundo para esta produção dramatúrgica renovada. Afinal, é através destas interações que se promove o avanço científico e a melhoria do desempenho acadêmico de docentes e discentes.

Referências bibliográficas

ASSISTA a vídeo da reunião em que Bolsonaro e Doria se desentenderam. **Poder 360**, Distrito Federal, 25 mar. 2020. Disponível em: https://www.poder360.com.br/governo/assista-a-video-da-reuniao-em-que-bolsonaro-e-doria-se-desentenderam/ Acesso em: 30 abr. 2021.

BRASIL. **Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993**. Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8666cons.htm. Acesso em: 20 set. 2020.

BRASIL. **Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010**. Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12232.htm. Acesso em: 14 mar. 2021.

BRASIL. **Portaria nº 188, 03 de fevereiro de 2020a**. Declara Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN) em decorrência da Infecção Humana pelo

novo Coronavírus (2019-nCoV). Disponível em: https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-188-de-3-de-fevereiro-de-2020-241408388. Acesso em: 20 set. 2020.

BRASIL. **Lei nº13.979, de 06 de fevereiro de 2020b**. Dispõe sobre medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública decorrente do coronavírus responsável pelo surto de 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Lei/L13979.htm. Acesso em: 20 set. 2020.

BRASIL. **Despacho do Presidente da República, Mensagem nº 93, de 18 de março de 2020c**. Edição: 53-A, Seção: 1 – Extra, Página: 1. Disponível em: https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/despacho-do-presidente-da-republica-248641738. Acesso em: 20 set. 2020.

BRASIL. **Decreto legislativo nº6, de 20 de março de 2020d**. Reconhece, para os fins do art. 65 da Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, a ocorrência do estado de calamidade pública, nos termos da solicitação do Presidente da República encaminhada por meio da Mensagem nº 93, de 18 de março de 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/portaria/DLG6-2020.htm. Acesso em 20 set. 2020.

BRASIL. **Decreto nº 10.282, de 20 de março de 2020e**. Regulamenta Lei nº 13.979, 6 de fevereiro de 2020, para definir serviços públicos e atividades essenciais. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/decreto/D10282.htm. Acesso em: 20 set. 2020.

BRASIL. **Resolução nº 062/2020-CONSEPE, de 05 de novembro de 2020f**. Dispõe sobre a regulamentação das atividades de ensino dos cursos de graduação dos Períodos Letivos 2020.2, 2021.1 e 2021.2. Disponível em: https://sigrh.ufrn.br/sigrh/downloadArquivo?idArquivo=8104769&key=8d7d7f8ca7214a4a08ce8940dfad05db. Acesso em: 20 set. 2020.

CAPOTE Filho, Haroldo. **Redação publicitária**: percursos criativos e persuasão. Curitiba: InterSaberes, 2020. (Série Mundo da Publicidade e Propaganda).

CARRASCOZA, João A. **Estratégias criativas da publicidade**: consumo e narrativa publicitária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

CARRERA, Fernanda. A ciberpublicidade: reflexão contextual para o mapeamento das reconfigurações publicitárias na contemporaneidade. **C&S**, São Bernardo do Campo, v. 38, n. 2, p. 177-207, mai./ago. 2016.

COSTA, João Roberto Vieira. **Comunicação de interesse público**: ideias que movem pessoas e fazem um mundo melhor. Rio de Janeiro: Jaboticaba, 2006.

DATAFOLHA – **Instituto de Pesquisas**. Disposição para se vacinar contra Covid-19 cai de 89% para 73%, São Paulo, dez. 2020. Disponível em: https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2020/12/1989184-disposicao-para-se-vacinar-contra-covid-19-cai-de-89-para-73-entre-brasileiros.shtml Acesso em: 13 jan.

2021.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. Porto Alegre: Penso, 2012.

GIELOW, Igor. Doria mostra médicos mortos e apela a paulista para ficar em casa; veja vídeo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 13 maio 2020. Saúde. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/05/doria-mostra-medicos-mortos-para-apelar-a-paulistas-para-ficar-em-casa.shtml. Acesso em: 05 jan 2021.

MARFUZ, Luiz. **Dramaturgia do acontecimento no telejornal**: a emoção no palco da notícia. Salvador: Edufba, 2107.

PALLOTTINI, Renata. **Introdução à dramaturgia**. São Paulo: Ática, 1988.

PEREZ, Clotilde. Semiótica e gestão de marcas. *In*: PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santos (Orgs.). **Hiperpublicidade**: fundamentos e interfaces. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

RELATÓRIO – **Bases técnicas para decisão do uso emergencial, em caráter experimental de vacinas contra a Covid-19**. Coronavírus, Covid-19, Vacina. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), 2021. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2021/confira-materiais-da-reuniao-extraordinaria-da-dicol/relatorio-bases-tecnicas-para-decisao-do-uso-emergencial-final-4-1.pdf Acesso em: 02 mar. 2021.

SANCHES, João. Dramaturgias de desvio: um estudo comparativo de textos encenados no Brasil. **Pitágoras**, Campinas/São Paulo, v. 6, n. 2, p. 63-73, jul./dez. 2016.

SANDMANN, José A. **A linguagem da publicidade**. São Paulo: Contexto, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Redação publicitária digital**. Curitiba: InterSaberes, 2017. (Série Mundo da Publicidade e Propaganda).

TOLEDO, Luiz Henrique de; SOUZA JUNIOR, Roberto de Alencar Pereira de. Sociabilidade pandêmica? O que uma antropologia urbana pode dizer a respeito da crise deflagrada pela COVID-19. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v. 29, (suplemento), p. 53-64, 2020.

VARELLA, Drauzio. Não vejo a hora de chegar a minha vez de tomar a vacina do Butantan. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 14 jan. 2021. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/colunas/drauziovarella/2021/01/nao-vejo-a-hora-de-tomar-a-vacina-do-butantan.shtml. Acesso em: 30 jan. 2021.

WEIZENMANN, Cátia Schuh. **Redação publicitária**: para ler, pensar e escrever.

Curitiba: InterSaberes, 2019. (Série Mundo da Publicidade e Propaganda).

ESCRITA TEATRAL CONTEMPORÂNEA: UM MEMORIAL DA OFICINA REALIZADA PARA A UNIVERSIDADE LIVRE DO TEATRO VILA VELHA – 2021

Celso de Araujo Oliveira Jr.[1]

Resumo: Memorial descritivo das etapas de processo da oficina de criação dramatúrgica contemporânea realizada entre os meses de fevereiro e março de 2021, de modo remoto, com abordagem metodológica teórico-prática, criando um grande panorama histórico sobre a dramaturgia ocidental e seus principais autores, bem como exercícios práticos de escrita dramatúrgica que resultou em duas dezenas de pequenas peças e cenas que foram apresentadas em uma mostra final. Este relato sintetiza cada um destes encontros, expondo as referências utilizadas para a caracterização dos estilos abordados durante o curso.

Palavras-chave: dramaturgia, história da dramaturgia, escrita criativa.

1. APRESENTAÇÃO

> O teatro precisa da resistência da literatura que, com material novo da realidade, força o exame de seus recursos e técnicas e a formação de novos recursos e novas técnicas. Não há teatro novo com peças velhas.
>
> Heiner Müller, "Seis pontos para a ópera", 1970

Este memorial tem, por objetivo, especificar os métodos e conteúdos aplicados durante as aulas realizadas para a "Oficina de escrita teatral contemporânea", ministrada pelo professor Celso Jr., que fez parte da "Oficina de criação de um espetáculo teatral", Edital 003/2020 - Prêmio das artes Jorge Portugal 2020 - premiação Aldir Blanc Bahia, sob coordenação geral da diretora teatral Chica Carelli, vinculada à Universidade Livre do Teatro Vila Velha. A oficina ocorreu em 8 encontros de três horas cada, sempre às segundas-feiras, de 1º de fevereiro até 22 de março do ano de 2021, totalizando 24 horas.

A turma foi composta por 20 participantes de Salvador, interior da Bahia e outros estados. As aulas foram ministradas de modo remoto, através da plataforma

[1] CECULT-UFRB. E-mail: celsoaojr@ufrb.edu.br.

Zoom, com aulas expositivas acompanhadas de apresentações ilustradas, preleção e sugestão de leituras complementares (realizadas fora do horário das aulas). As apresentações ilustradas, textos dramáticos e teóricos complementares e listagem de sugestões de títulos de leituras foram disponibilizados para a turma, através de uma pasta digital, na plataforma Google.

A Universidade Livre do Teatro Vila Velha é um programa pedagógico concebido e desenvolvido pela Companhia de Teatro dos Novos, (surgido em 1959, o grupo inaugurou o Teatro Vila Velha, em 1964, com o objetivo de pensar o teatro numa perspectiva ampla, explorando novas linguagens, colocando-se na vanguarda das artes cênicas na Bahia e no Brasil. Iniciou uma nova fase, em 1997, voltando o foco para a experimentação e pesquisa e, desde então, permanece em total atividade), e inclui diversos fazeres técnicos e artísticos das artes do espetáculo. Com ele inicia-se a nova etapa da Companhia de Teatro dos Novos que, desta maneira, começa a formar novas gerações de artistas capazes de levar o grupo adiante. Os integrantes da Universidade Livre, além de atuarem nas montagens do Teatro dos Novos, também exercitam a cenografia, o figurino, a maquiagem, o som, a música, o vídeo, a gestão, a produção e a comunicação. E participam de experimentos cênicos produzidos a partir do trabalho com colaboradores de várias áreas da arte, através de oficinas.

O conteúdo ministrado partiu de um panorama histórico-teórico sobre a dramaturgia ocidental, em paralelo a exercícios práticos de escrita criativa dramatúrgica, baseados em técnicas de improvisação teatral adaptadas à especificidade da escrita e teve como objetivos: apresentar as diferentes modalidades de escrita dramatúrgica; fornecer um panorama geral da dramaturgia ocidental, desde suas origens até o século 21; caracterizar as especificidades da escrita teatral e, finalmente, exercitar a escrita dramatúrgica.

2. AS SETE AULAS

Os conteúdos teórico-históricos foram divididos em sete temas, alinhados com autores e autoras cujos textos sirvam como criações exemplares de cada período ou estilo, a saber:

1) Teoria sobre texto artístico: espaço, tempo e ação. Gêneros literários: lírico, épico e dramático;

2) Drama aristotélico. Tragédia e comédia gregas. Intriga, personagem, linguagem;

3) Teatro Medieval / Renascimento: Shakespeare e Molière;

4) Drama realista/naturalista: Drama burguês, Romantismo (Ibsen, Strindberg, Tchékhov);

5) Drama épico: Piscator, Brecht, Thornton Wilder - teatro épico no Brasil;

6) Drama lírico: Artaud, Beckett, Ionesco - o Teatro do Absurdo;

7) Pós-drama: Hans-Thies Lemann e o teatro pós-dramático: Heiner Müller, Sarah Kane, Caryl Churchill.

Cada tema abordado foi acompanhado exemplos de textos canônicos representativos de cada estilo, época e período, além de imagens e videos ilustrativos e sugestões de leituras complementares.

3. O QUE É TEXTO?

A primeira aula traz as referências apontadas pela professora Evelina Hoisel, em seu texto “A leitura do texto artístico” (1996), para definir o que seja “texto" e distinguir algumas de suas possibilidades expressivas e/ou informativas. Assim, Hoisel (1996) propõe que “texto” seja qualquer discurso ou malha significante que possa ser lido e relido, escrito e re-escrito e pode suscitar diferentes níveis de leitura.

Numa divisão meramente didática e exemplar, pode-se colocar de um lado os textos cuja função e objetivo sejam meramente informativos: bulas de medicamentos, notícias jornalísticas, manuais de utilização de aparelhos; e, de outro lado, textos que possuam em sua origem e criação uma função expressiva, que propõe ao leitor um acesso a emoções ou leituras subjetivas: poemas, romances, peças de teatro. Neste momento, é apresentada à turma uma reprodução de uma notícia de jornal, datada de 1968 (CARNAVAL, 1968), com o seguinte conteúdo, e estudantes são estimulados e estimuladas a discorrer sobre ela, trazendo, a partir de suas próprias referências,

contribuições para afirmar se o texto seria artístico ou informativo, além de perceber as camadas de leituras possíveis (políticas, ideológicas, sociais):

> Destacou-se sobretudo em despudor o festival de homossexualismo que a televisão documentou. Será que o Brasil, carente de bons imigrantes, acabará como principal mercado para anormais de vários continentes? Para aqui acorreram, para os desfiles de travestis, infelizes provenientes de diversos países que, parece, transformaram o Rio em seu "*habitat*". Não cremos que seja conveniente para a nossa cidade essa fama. (CARNAVAL, 1968).

O exemplo - notadamente uma provocação, é lido e discutido, e a turma aponta algumas características importantes: é um texto informativo opinativo, o vocabulário causaria estranhamento e repulsa, se fosse publicado hoje, e contém diversos níveis de posicionamentos ideológicos controversos e ofensivos. A seguir, foi apresentado o *Soneto 18*, de William Shakespeare, na tradução brasileira de Ivo Barroso. Algumas características foram evidenciadas: é uma declaração de amor, repleto de metáforas, uso cuidadoso de palavras, utilização de métrica e rima.

> *Soneto 18*
>
> Devo igualar-te a um dia de verão?
> Mais afável e belo é o teu semblante
> O vento esfolha Maio inda em botão
> Dura o termo estival um breve instante
>
> Muitas vezes a luz do céu calcina
> Mas o áureo tom também perde a clareza
> Do seu belo a beleza enfim declina
> Ao léu ou pelas leis da Natureza
>
> Só o teu verão eterno não se acaba,
> Nem a posse de tua formosura
> De impor-te a sombra a morte não se gaba
> Pois que esta estrofe eterna ao tempo dura.
>
> Enquanto houver viventes nessa lida
> Há de viver meu verso e te dar vida.
>
> (SHAKESPEARE, 2005)

Em adição ao texto shakespeariano, foi apresentado também o poema *Depois da noite*, da escritora baiana contemporânea Lívia Natália, que faz parte de seu livro intitulado *Dia bonito pra chover* (2017), onde foram ressaltados os elementos de ritmo e aliterações contidos no texto, exemplificando a categoria de texto artístico.

Depois da noite

Agora que todas as dores sangraram,
resta o corpo de onde brotam flores vermelhas,
vermelhas.

Sanada a primavera, e o verão intenso
vem o indefinível outono, antecipar o fim.

Onde dói sempre é noite
e monstros me espiam da escuridão.
Reino sobre as madrugadas
absolutamente lúcida e inteira,
como a flor espezinhada
aspergindo a dor, perfume.

Agora, que todas as dores sangraram,
resta o corpo desfeito de amor,
a posta restante da cama,
a insônia e o silêncio.

Não há voz que troveje pela casa,
os diários apenas contam as horas
e o passado entrelaça as mãos
embalando a dor miúda e sem remédio.

(NATÁLIA, 2017)

Em seguida, foram apresentados, dentro da categoria de textos artísticos, os gêneros, lírico, épico e dramático, seguindo a partir da definição aristotélica, passando pela síntese hegeliana, usando os conceitos de Rosenfeld e Staiger como apoio pedagógico. Sendo assim, se explicitam algumas funções de cada um dos gêneros: o lírico para expressar sentimentos, homérico para descrever e narrar ações e acontecimentos e o dramático, que traz ações representadas.

O próximo tópico foi a análise dos elementos que compõem a ação dramática, baseado na definição de Pavis, que sintetiza os conceitos, a partir do confronto da ação com os elementos tempo e espaço, identificando, assim, as diferentes linguagens artísticas e suas relações com estes elementos. Desta maneira, segundo Pavis, uma linguagem artística pode possuir existência apenas no tempo (a música), apenas no espaço (pintura, escultura, arquitetura) e a ação dramática que necessariamente deverá perpassar o tempo e o espaço, pois, sem tempo e espaço, não há ação. Após estas informações, foram feitos aprofundamentos sobre a dupla natureza do tempo teatral , a

múltipla natureza do espaço teatral e a definição sintética de ação visível e invisível do teatro (PAVIS, 2008), como sendo a

> sequência de acontecimentos cênicos essencialmente produzidos em função do comportamento das personagens, a ação é, ao mesmo tempo, concretamente, o conjunto de *processos* de transformações visíveis em cena e, no nível das *personagens*, o que caracteriza suas modificações psicológicas ou morais. (PAVIS, 2008, p. 2).

4. TRÁGICOS E CÔMICOS: O DRAMA ARISTOTÉLICO

Para a segunda aula, foram trazidos alguns elementos básicos da dramaturgia aristotélica tendo, como princípio, a origem da palavra "tragédia", sua formação histórica e os elementos que a compõem (*mímesis*, unidade de ação, estilo com uso da forma, ação "atuada" por atores e catarse) seguindo a definição usada por Aristóteles, em sua *Poética*.

> A tragédia é a imitação de uma ação importante e completa, de certa extensão; deve ser composta num estilo tornado agradável pelo emprego separado de cada uma de suas formas; na tragédia, a ação é apresentada, não com a ajuda de uma narrativa, mas por atores. Suscitando a compaixão e o terror, a tragédia tem por efeito obter a purgação dessas emoções." (ARISTÓTELES, 1999, p. 45).

Após a exposição e discussão sobre estes conceitos, foram apresentados as partes que constituem as divisões do texto trágico grego: prólogo, párodo, episódios, estásimos e êxodo, de acordo com a tradição canônica aristotélica. Neste momento, para oferecer um exemplo, foi mostrada a análise da presença de cada uma destas partes, numa sinopse detalhada da peça *Antígona*, de Sófocles.

Logo em seguida, foram apresentados os principais tragediógrafos gregos (Ésquilo, Sófocles e Eurípides), com um panorama a respeito de suas obras e estilos individuais e ainda uma listagem com todos os títulos que sobreviveram nos dias atuais, com resumo de alguns deles. Neste momento, foi apresentado um gráfico contendo uma linha de tempo com ano de nascimento e morte de cada tragediógrafo grego, além das mesmas informações a respeito de filósofos e outras figuras emblemáticas do período do século V a.C.

Seguindo, foram apresentados os principais elementos da Comédia Grega, suas partes e especificidades:

> A comédia é, como já dissemos, imitação de maus costumes, mas não de todos os vícios; ela só imita aquela parte do ignominioso que é o ridículo. O ridículo reside num defeito ou numa tara que não apresenta caráter doloroso ou corruptor. (ARISTÓTELES, 1999, p. 42).

e ainda o trecho da *Poética* em que Aristóteles afirma que irá ampliar as discussões sobre a comédia: "Falaremos mais tarde da comédia" (ARISTÓTELES, 1999). Assim, prosseguimos com a apresentação dos principais comediógrafos gregos (Aristófanes, Antífanes e Menandro), bem como trechos e resumos de suas obras principais.

5. SHAKESPEARE E MOLIÈRE: O MUNDO PÓS-RENASCIMENTO

A quarta aula foi dedicada à dramaturgia surgida após o auge do Renascimento, principalmente na Inglaterra e na França, com a apresentação do estilo e principais obras de dois mestres deste período: William Shakespeare e Molière. Neste momento, foram apresentadas as diferenças estilísticas da tragédia shakespeariana em comparação com a tragédia grega, bem como a diferença entre a comédia de Molière e a comédia ática. Numa aula farta de exemplos e trechos de ambos os autores, a turma pode obter informações importantes sobre a evolução do drama, associando com mudanças sócio-econômicas e políticas dos períodos mencionados.

Ainda neste encontro, foram sintetizadas as categorias de análise do drama: intriga, personagem e linguagem. Estas categorias servem de régua para a investigação dos textos dramáticos e podem ser utilizadas como apoio para avaliação crítica desde textos clássicos até os atuais e suas mudanças servem de auxílio na compreensão da criação dramática contemporânea. A intriga é o conjunto de ações (incidentes) que formam o "nó" de uma peça (ou de um romance e até mesmo de um filme), para Aristóteles, é a "fábula". Neste tópico, foram apresentados os estudos e Etienne Sourieau e sua "análise actancial", surgida no livro *As duzentas mil situações dramáticas.* Em seguida, foi apresentado o conceito de "personagem", a partir de sua etimologia (*persona*, máscara, em grego) e seus graus de realidade (arquétipo, alegoria, estereótipo, tipo, caráter e indivíduo) . Logo depois, a última categoria de análise: a

linguagem. A forma como a ação é desencadeada na peça e o modo como a personagem se expressa, através de diálogos.

6. A VIDA NO PALCO: REALISMO, NATURALISMO E SIMBOLISMO

A quarta aula avança, após um breve panorama do período do Romantismo, para a estética do Realismo e do Naturalismo, com enfoque principal na obra do dramaturgo russo Anton Tchékhov (e a influência mútua do ator e encenador Constantin Stanislavski), e do norueguês Henrik Ibsen. E também as experiências estéticas do drama Simbolista, com os exemplos fornecidos pela obra do sueco August Strindberg. A partir de uma contextualização apresentada com as contribuições de pensadores como Charles Darwin, Friedrich Nietzsche e Sigmund Freud em suas respectivas áreas, vemos os reflexos disto na obra dos autores do período.

Vimos as mudanças de perspectiva na hierarquia de importância dentro da obra, a partir dos instrumentos de análise de intriga, personagem e linguagem, onde a investigação da psicologia humana ganha mais importância em detrimento da intriga e usa a linguagem como apoio de caracterização social, prosaica e transparente, contrastando com a linguagem poética densa e opaca dos estilos anteriores. É o momento da história da dramaturgia em que a estética do teatro busca criar uma ilusão de mímese total com a vida real cotidiana, usando métodos e instrumentos de criação dramatúrgicos e de encenação até então inéditos. A vida real invade o palco.

7. DISTANCIAMENTO E BRECHT

O quinto encontro é focado especialmente sobre as teorias e práticas do Drama Épico, seus precursores (principalmente Meyerhold e Erwin Piscator) e seu principal expoente, o dramaturgo, escritor e encenador Bertolt Brecht. A partir da ideia central do efeito de distanciamento. Além disso, são apresentados outros exemplos da mesma estética (Thornton Wilder) e um panorama do Teatro Épico no Brasil, com as referências de dramaturgia e encenação que utilizam a “narraturgia" como forma de expressão: Aderbal Freire Filho, José Celso Martinez e Augusto Boal.

8. O DRAMA LÍRICO: BECKETT, IONESCO E O ABSURDO

O sexto e penúltimo encontro se dirige para o Drama Lírico, como é chamada a produção dramatúrgica do Teatro do Absurdo (ESSLIN, 2018) e seus procedimentos poéticos. A partir do precursor Antonin Artaud, nosso olhar se volta aos elementos criados por Samuel Beckett e Eugène Ionesco, e o modo como as categorias de análise (intriga, personagem e linguagem) se comportam em suas obras.

O esvaziamento total da intriga (aproximando-a dos procedimentos da lírica), as características específicas das personagens (irreais, contraditórias, fragmentadas) e a linguagem (nonsense, verborragia, silêncio). Além destes autores, também foi apresentado um perfil breve sobre Fernando Arrabal, outro expoente do mesmo período. Além das análises de algumas obras, foram apresentadas imagens de montagens históricas e contemporâneas destas peças e leituras de trechos de textos emblemáticos como *Esperando Godot* e *A cantora careca*.

9. O DRAMA PÓS-DRAMÁTICO

O último encontro é dedicado especialmente à aventura do Teatro Pós-Dramático postulado pelo crítico alemão Hans-Thies Lehmann. Discípulo de Peter Szondi, Lehmann avança na análise dos espetáculos teatrais realizados entre os anos de 1970 e 1999, principalmente na Europa, mas também nas Américas. O autor afirma que os experimentos de encenação ocorridos neste período fizeram a dramaturgia se expandir para novas fronteiras entre teatro, performance, tecnologia. O teatro pós-dramático é o teatro contemporâneo, e é um teatro pós-brechtiano (LEHMANN, 2007).

Assim, alguns elementos se transformam: a intriga passa a ser uma perturbação na ordem estabelecida, as personagens passam a ser corpos não necessariamente significantes e a linguagem passa a ser fluxos verbais, com uso de poliglotismo, lacunas, fraturas e superfícies diabólicas contrastantes. Lehmann aponta o escritor alemão Heiner Müller e o encenador estadunidense Robert Wilson como os "pontas de lança" do teatro pós-dramático. Mas também trouxemos Sarah Kane, Caryl Churchill, Valère Novarina e Matei Visniec como representantes exemplares da escrita teatral contemporânea. Bem

como encenadores como Ivo Van Hove, Jan Fabre e o grupo La Fura Dels Baus como adjuvantes na criação de novas dramaturgias possíveis no mundo contemporâneo.

10. A PARTE PRÁTICA E O FIM

Além dos conteúdos teórico-históricos, a cada aula, foram propostos exercícios práticos de escrita, a partir de uma estrutura pré-definida, e a ideia é que a turma pudesse escrever e re-escrever cenas ou peças, respeitando (ou não) esta estrutura inicial e fosse modificando seus textos à medida em que novos estímulos foram apresentados. Estes exercícios práticos foram criados a partir de um roteiro, a seguir: Definição de espaço e tempo onde a cena se desenrola. Definição da ação dramática da cena. Criação de situação com três personagens (ou forças atuantes): A, B e C. Onde A deseja algo de B e C não pode saber. Inclusão dos diálogos na cena escrita. Definição de "frase núcleo" da cena. Localização da cena, numa estrutura maior (início, meio ou fim de uma peça?). Leitura e análise das cenas escritas. Estruturação dentro da "convenção dramática": formatação, disposição dos elementos textuais. Leitura encenada de cada uma das cenas, na mostra final da oficina.

O resultado final foi a criação de 21 cenas de dimensões variadas (desde uma página até vinte páginas), algumas funcionando como protótipos de peças. Ambientadas em espaços variados (formigueiro, supermercado, sala de reuniões, teatro, quarto de hotel, ambiente doméstico e também lugares mais abstratos), as cenas trouxeram personagens igualmente variadas (humanos, objetos, insetos, alegorias) e trataram temas dentro de um grande espectro de intrigas (ambiente corporativo, política, meta-teatro, espiritismo, fábula, tragédia grega) em situações cômicas, trágicas e absurdas.

As cenas escritas formam um interessante conjunto temático e formal de escrita dramatúrgica contemporânea, refletindo evidentemente questões atuais, criando um panorama diverso da produção dramática e revelando talentos para a escrita da cena.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. *Poética, Organon, Política, Constituição de Atenas*. Tradução de Baby Abrão. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1999.

ARISTÓFANES. *As nuvens, Só para mulheres e Um deus chamado dinheiro*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BORNHEIM, Gerd. *O sentido e a máscara*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BRECHT, Bertolt. *Estudos sobre teatro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

CARNAVAL desvirtuado. *O Globo*, Rio de Janeiro, ano 68, n. 12.829, p. A1, 05 março 1968.

ESSLIN, Martin. *O teatro do absurdo*. São Paulo: Perspectiva, 2018.

HOISEL, Evelina. *A leitura do texto artístico*. Salvador: EDUFBA, 1996.

LEHMANN, Hans-Thies. *Teatro pós-dramático*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

NATÁLIA, Lívia. *Dia bonito pra chover.* Salvador: Malê, 2017.

NIETZSCHE, Friedrich. *O nascimento da tragédia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

PAVIS, Patrice. *Dicionário de teatro*. São Paulo: Perspectiva, 2008.

ROSENFELD, Anatol. *Texto e contexto*. São Paulo: Perspectiva, 1984.

SHAKESPEARE, William. *42 sonetos*. Tradução de Ivo Barroso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005.

SÓFOCLES. *A trilogia tebana*. Tradução de Mário da Gama Kury. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

SOURIEAU, Etienne. *As duzentas mil situações dramáticas*. São Paulo: Ática, 1993.

STAIGER, Emil. *Conceitos fundamentais da poética*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1972.

THIERCY, Pascal. *Tragédias gregas.* Porto Alegre: L&PM, 2011.

DRAMA, NOTÍCIA E ACONTECIMENTO NO TELEJORNAL

Luiz Marfuz[1]

Resumo: O artigo examina as aproximações, tensões e ambiguidades entre o drama, notícia e acontecimento no telejornal. Para isso, mostra os elementos constituintes da forma dramática que geram uma dramaturgia cuja estrutura vem sendo apropriada na construção da notícia telejornalística. O acontecimento é visto em seu potencial dramático como forma de manter e capturar a atenção do telespectador, por meio da acentuação da expectativa e da tensão, estratégias bem-sucedidas do drama, desde a sua forma aristotélica embrionária. Apoiando- de tanto nas teorias de teatro (Aristóteles, Bentley, Dawson, Mendes, Pavis) quanto nas do jornalismo e da cultura contemporânea (Muniz Sodré, Morin, Marcondes Filho, Ortiz), o texto desdobra e amplia o foco da pesquisa do autor que gerou a dissertação "A curva e a pirâmide: a construção dramática e (tele)jornalística do acontecimento", defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, da FACOM-UFBA, sob orientação do Prof. Albino Rubim e o livro "Dramaturgia do acontecimento no telejornal: a emoção no palco da notícia", publicado pela Edufba, em 2015.

Palavras-chave: Dramaturgia, Notícia, Telejornal, Acontecimento, Teatro.

Os paralelos, analogias e ambiguidades entre drama e notícia são tantos e tais que, em uma abordagem ampla e compreensiva, podem remontar a civilizações antigas, como a grega - especialmente quando se examina a estrutura e conteúdo da tragédia -, passar pelo drama moderno, como as peças realistas-naturalistas que procuram a reprodução objetiva dos fatos da vida, até chegar ao embaralhamento de áreas de conhecimento, campos de estudo e linguagens artísticas e literárias em constante tensão na contemporaneidade. As fronteiras entre as dimensões da realidade e do imaginário vão se tornando cada vez menos nítidas e são alvo de abordagem sistemática e crítica por parte de filósofos, artistas e pensadores da sociedade contemporânea[2].

Drama e notícia sempre estiveram imbricados. Na tragédia grega o mensageiro era considerado personagem-chave na descrição dos acontecimentos a ponto de seu mo-

---

[1] UFBA/Escola de Teatro. E-mail: **lumaz@uol.com.br**

[2] Na época desta pesquisa, que começou em 1994, não se teve acesso a livros que tratassem direta e exclusivamente do entrelaçamento entre drama, telejornalismo e espetáculo no Brasil. Dois exemplos próximos animam as expectativas nessa área. Em 2002, José Arbex Jr. lança *Showrnalismo: a notícia como espetáculo*, que trata das "imbricações entre jornalismo e história", tendo como referências as teorias "marxista", "pós-modernista" e a "crítica da cultura", como assinala o autor. Dez anos depois, é publicado o livro *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão* de Juiz de Fora-MG, no qual a autora Iluska Coutinho mostra o resultado de suas pesquisas, realizadas a partir de 2001, na Universidade Federal de Juiz de Fora, em Minas Gerais.

do de narrar – portanto, de trazer uma notícia - ter mais credibilidade mais do que o acontecimento em si. O mensageiro substituía literalmente a ação, geralmente um evento desafortunado, trágico, que promovia uma reviravolta no destino das personagens; a ação deixava de ser representada no palco e passava a ser transmitida apenas por meio da palavra, alterando radicalmente o fluxo da narrativa.

Por convenção, não se duvidava daquilo que o mensageiro enunciava; ele era testemunha ocular da história apresentada e dos acontecimentos ocorridos fora da vista das personagens do drama, com credibilidade suficiente para contá-los e assim provocar reações as mais diversas e adversas nas personagens, redesenhando a geometria da curva da ação dramática. Atribui-se o uso deste recurso ao fato de que as ações violentas e perversas, tais como assassinatos, guerras, crimes de família, não poderiam ser representadas no palco das tragédias gregas, mas apenas descritas.

Para manter o efeito de impressionar e convencer, acreditava-se que o relato deveria ter igual ou maior impacto em relação à ação representada, o que se pode depreender ao examinar *A poética*, de Aristóteles, quando o tragediógrafo argumenta que a peça deve ser composta de maneira tal que "[...] quem ouvir as coisas que vão acontecendo, ainda que nada veja, só pelos sucessos trema e se apiede, como experimentará quem ouça contar a história de Édipo." (ARISTÓTELES, 1993, p. 71)[3].

Avançando no tempo, um breve diálogo da peça *O rinoceronte*, de Eugène Ionesco (1976, p. 90-91) mostra como a notícia adquire status de ação e "legitimação da verdade" no cotidiano. Trata-se do trecho em que se discute a existência ou não de rinocerontes transitando livremente na cidade; Daisy diz: "Mas eu vi, eu vi o rinoceronte!" E Duidard reforça: "Isso está escrito, bem claro, no jornal; o senhor não pode negar". Escrita em 1959, quando as mídias já delimitavam um território de forte influência na sociedade moderna, a fala de Duidard dá a medida da credibilidade do narrador/jornalista na correlação de forças que medeiam as instâncias que entrelaçam fato e ficção, drama e jornalismo.

O drama – do grego *drontas* – significa ação. A ação aparece como voz central do drama. Mesmo nas tentativas de recuperação da história do teatro oriental, esta aproximação entre teatro e ação é presente e recorrente, como é o caso do *Nâtyçâstra: trata-*

[3] Aristóteles (1993, p. 61) se refere a um episódio específico da peça *Édipo Rei,* de Sófocles, quando trata da reviravolta das ações: "[...] o mensageiro que viera no propósito de tranquilizar o rei e de libertá-lo do terror que sentia nas suas relações com a mãe, descobrindo quem ele era, causou o efeito contrário."

do da dança, de Bharata, que remonta a 30 d.C. Numa de suas partes, o Deus Brahma ordena a outro Deus (um Veda) que construa um teatro para os homens e diz: "Contemplando as diversas manifestações da vida, recorrendo às diversas manifestações da ação, fiz este teatro de acordo com o movimento do mundo" (BHARATA apud OLIVEIRA BARATA, 1981, p. 39).

É, portanto, através da ação que os acontecimentos do drama são estruturados e apresentados, como se estivessem acontecendo no presente, diante dos olhos do espectador. Mas a ação, embora ocorra no presente, se refere a algo anterior, motivo de criação e inspiração da obra ficcional. É o resultado de uma ideia, marcada por impressões, expressões ou visões do dramaturgo, o que pressupõe uma existência autoral. Alguém viu, pensou ou imaginou algo e o organiza em estrutura e linguagem dramáticas, descrevendo-o através de personagens, diálogos e ações.

Toda e qualquer ideia pode servir ao drama. Um acontecimento histórico, um fato da atualidade ou uma lembrança afetiva tornam-se objeto da escritura dramatúrgica, prescindindo de qualquer fidelidade ou objetividade na sua transcrição. O que equivale a dizer: o drama, necessariamente, não precisa referir-se aos atos da vida cotidiana para se instaurar como linguagem. O sonho, a imaginação ou o delírio são objeto da matéria dramática, que tanto pode se ocupar de uma história real, como da tradução de qualquer universo imaginado pelo autor. A personagem Hamlet, da peça homônima de Shakespeare, cuja identidade histórica não é admitida nem reconhecida, é até hoje um expressivo modelo de personalidade humana, complexa e contraditória em seus pensamentos e atos.

Não se quer dizer que a "realidade da vida cotidiana" esteja ausente da obra dramática. Ibsen, uma das expressões da face realista no teatro moderno, escrevia peças a partir de notícias dos jornais diários, construindo uma das mais vigorosas obras de nossa dramaturgia. Em seus textos, marcados por forte conteúdo social, denunciava a sociedade como uma "casa de ilusão" e defendia a aplicação da verdade e do conhecimento como forma de libertação das convenções (IBSEN, [19--], p. 40-41). No entanto, mesmo apoiada nos exemplos vivos do cotidiano, a obra dramática é uma ficção, a visão personalíssima de um autor[4]. Os incidentes, situações, personagens e diálogos mo-

[4] Trata-se aqui de reconhecer determinadas formas recorrentes do drama aristotélico e suas variações, especialmente na dramaturgia audiovisual que tem em Aristóteles uma referência-chave na construção de roteiros. O teatro contemporâneo promoveu enormes rupturas nas delimitações de gênero e nas relações

delados pelo dramaturgo esboçam-se ao modo de uma história, que se deve tornar convincente para o espectador.

Drama e acontecimento dramático

Ao examinar a função do drama e do dramático Dawson, estabelece uma relação com o jornalismo quando lembra que o objetivo do jornalista, ao apresentar uma notícia em processo, cujo fim não se tem conhecimento, é "prender e manter a nossa atenção começando com um acto único, inesperado e alarmante, e progredindo depois para nos consciencializar de certas possibilidades inerentes à situação criada por este acto" (DAWSON, 1975, p. 31). O acontecimento envolveria um significado e um centro de interesse quer para o espectador de teatro quer para o receptor do noticiário; é o resultado, ao mesmo tempo, de uma ação que teve um começo e deve conduzir a um certo fim, como na ação dramática. Ainda segundo Dawson, a função primeira do dramaturgo seria "captar e manter a nossa atenção" de forma absoluta e constante (idem, p. 29[5]).

Ora, se o objetivo estratégico destes dois discursos é captar e manter a atenção do público, se ambos, aparentemente, lidam com acontecimentos, e se, no caso do telejornalismo, há identificações de natureza imagética, por que, então, não poderiam ser a mesma coisa? Considera-se, inicialmente, um dado de origem. Enquanto o drama pode referir-se a qualquer elemento da imaginação, ou não, como fonte de criação, o jornalismo precisa do referente extraído de um acontecimento da vida cotidiana para construir a notícia, mesmo sendo um discurso sobre esse acontecimento.

Jules Gritti faz uma rigorosa distinção entre a diegese de um filme ou obra dramática e a narrativa jornalística. Para ele, o gênero ficcional surge de uma criação fabuladora em que os elementos do suspense são inteiramente manipulados, enquanto o gênero jornalístico seria comandado pelo dia a dia do acontecimento e o suspense apareceria como inteiramente dado (GRITTI apud MEDINA, 1978, p. 115-116). Ao contestar esta distinção, Medina observa que "essa aparência de contiguidade ao acontecimento realmente é falsa, porque o acontecimento vivido se transforma numa notícia, no caso,

---

entre fato e ficção. São exemplos: a performance e o happening, o teatro pós-dramático, os teatros do real, o teatro performativo entre outros.

[5] Os telejornais quando se referem a situações de tensão, conflito e expectativa, cujo fim geralmente não se conhece utilizam-se, das palavras "drama" e "dramático" e suas variações. Os exemplos são frequentes: "situação dramática na rebelião do presídio"; "o drama dos sem-terra"; "jogo de futebol em final dramático"; "luta dramática entre a vida e a morte".

uma notícia verbalizada e que imediatamente passa a se submeter-se às categorias narrativas disponíveis ou em formação" (MEDINA, 1978, p. 116).

De fato, um dos traços distintivos da comunicação midiática é o diálogo entre as linguagens e os campos da cultura contemporânea. O jornalismo, um dos discursos representativos desta contemporaneidade, ergue-se, através de diferentes meios (jornal, rádio, televisão), como uma das formas de conhecimento e mediação da vida cotidiana. Nesse conjunto extensivo de meios, a televisão salienta-se como hegemônica, dada à sua formidável capacidade de reproduzir o "mediato" de forma instantânea, por meio da linguagem icônico-visual, compondo uma espécie de "teatro eletrônico do cotidiano". O teatro tem uma procedência etimológica do grego *theatron*, ou seja, o lugar arrumado em função do olhar - o que pressupõe o texto, o ator e o público – o que o aproxima e o coloca, sob certo ângulo, em zonas limítrofes do teatro e da televisão.

A abordagem noticiosa pode instituir novos níveis de significação em função do meio que a transmite. No caso da televisão, por exemplo, em que a maioria dos gêneros se acha representada nos diferentes formatos de programas (telejornais, telefilmes, teledramas etc.), torna-se mais complexa a delimitação destas fronteiras. São múltiplos, enfim, os níveis de significação que a televisão possibilita. A princípio, tanto o discurso construído sobre o acontecimento quanto a utilização do suspense na construção da narrativa jornalística pressupõem não só a intervenção de seus agentes (repórteres, apresentadores, editores etc.) mas também a influência dos meios técnicos de transmissão (o microfone, a câmera, os recursos gráficos, edição, montagem etc.). Afinal, trata-se de processos construtivos de um novo discurso (a notícia) a partir de um referente (o acontecimento), mediado por agentes.

Ao analisar o impacto dos fenômenos midiáticos na cultura contemporânea, Morin considera que é a partir da década de trinta que se vai estabelecer um verdadeiro sistema de "vasos comunicantes" no setor da cultura midiática. O cinema e a televisão alternam em seus programas o romance e o documentário, a informação e o espetáculo, determinando o êxito do discurso ficcional (MORIN, 1990, p. 98). Ainda segundo ele, é a partir desse período QUE se introduzem no setor informativo determinados esquemas e temas que a cultura midiática fez triunfar no universo ficcional. O autor lembra o

processo crescente de instalação de uma imprensa romanesca neste século, pontuada pela vedetização dos acontecimentos e pela sensacionalização da informação[6].

Com o surgimento e consolidação da televisão na cultura midiática[7], esse esquema de compreensão proposto por Morin pode ser ampliado e potencializado na medida em que se instala nesse veículo um processo de irrigação dupla e contínua : os teledramas, telefilmes e demais programas de ficção passam a alimentar-se do sucesso de outros gêneros, como o melodrama cinematográfico e a radionovela, da mesma forma que o noticiário adapta e integra à sua linguagem as fórmulas bem-sucedidas oriundas não só desses gêneros, mas também dos próprios programas ficcionais televisados, construindo dramaturgias dos acontecimentos que se transforma em notícias eivadas de elementos provenientes do drama.

Drama e dramaturgia no telejornal

A dramaturgia – do grego, *drama-erguei*, trabalho de ações – combina elementos do drama para organizar um texto regido por convenções ficcionais; as adotadas neste texto seguem, em grande parte, o modelo aristotélico e as contribuições do melodrama e do drama realista-naturalista[8]; ambos são fontes de inspiração para os formatos ficcionais televisivos e base teórica de elaboração da maioria dos roteiros elaborados para telenovelas, minisséries e seriados.

Pavis (1999, p. 110) considera o dramático como um princípio de construção de um modo de dramaturgia no qual "[...] a tensão das cenas e dos episódios das falas" tendem a um "desenlace (catástrofe ou solução cômica)" com o propósito de cativar o espectador pela ação. No geral, essa dramaturgia compõe-se de enredo, personagens, diálogos, ação, tempo e espaço – elementos encravados nas falas e indicações cênicas

---

[6] Para Morin (1990, p. 100), "a imprensa seleciona as situações existenciais carregadas de uma grande intensidade afetiva (as crianças mártires apelam para a afetividade materna, os crimes passionais apelam para a afetividade amorosa, os acidentes apelam para o pathos elementar)"

[7] Arlindo Machado situa o surgimento da televisão no contexto do rádio, desde que, em 1930, uma imagem emitida de Nova Iorque a Kansas por técnicos da RCA (Radio Corporotion of America) provocou uma perturbação no meio eletrônico.

[8] O modelo aristotélico para o teatro foi sobejamente adotado pelas artes imitativas, com concordâncias, variantes e oposições. As reflexões sobre este modelo são ponto de partida para examinar a relação entre espectador e espetáculo e um forte referencial na construção dos programas de ficção na tevê (minisséries, telenovelas, casos especiais, telefilmes). Embora se possa identificar uma tendência no teatro contemporâneo em quebrar as convenções do drama aristotélico, é possível perceber a sua farta utilização na ficção televisiva, que continua pontuando, de certa forma, a estrutura e a linguagem do drama no cinema e na televisão, como reconhecem Field (2009), McKee (2012), Comparato (1992) e Chion (1989) ao longo de suas obras modelares sobre princípios e procedimentos das dramaturgias audiovisuais.

(rubricas), também utilizados na ficção televisiva, muitas vezes com denominações próprias, a exemplo do termo plot[9].

Quando aplicadas à linguagem telejornalística, as convenções do drama (texto, enredo, personagens, ação, cenário, plateia, estrutura) são apropriadas e se tonam tornam-se "protocolos dramáticos" da cobertura jornalística à medida em que se imprime ao acontecimento uma estrutura dramatúrgica que anteriormente poderia não ser vista isoladamente no acontecimento. É certo que o cotidiano é pleno de acontecimentos dramáticos cujas pessoas vivem situações permeadas de dramaticidade, tensão e expectativa que as leva a clímax e desfechos muitas vezes surpreendentes e fora do comum; esses elementos compõem o leito natural do drama. Porém, há acontecimentos que se transformam em notícias devido ao potencial dramático a ele atribuído.

Bentley (1967, p. 18) argumenta que "os eventos não são dramáticos em si. O drama requer os olhos do espectador. Ver drama nalguma coisa é perceber os elementos de conflito e reagir emocionalmente a esses elementos." É, portanto, a partir de um jogo de relações entre autor e leitor que se constrói um enredo com o objetivo de armar os elementos internos e mostrar modos variados de contar uma história, conforme um ou mais pontos de vista. Tanto no drama quanto no jornalismo, há pelo menos dois aspectos: aquilo que se mostra e o modo como se mostra; o que corresponderia, respectivamente, à história/enredo, no drama, e ao acontecimento/enunciação, no jornalismo. A abordagem telejornalística, quando dialoga com outros gêneros emergentes da cultura midiática, abre zonas de tensão por meio das quais trafegam também as regras da cobertura telejornalística. Em outras palavras: torna-se difícil, às vezes, distinguir se certos aspectos da enunciação se referem aos protótipos jornalísticos ou se às convenções e "vozes" oriundas de outros discursos, como é o caso do drama.

Para Dawson a classificação do drama entre as expressões artísticas imitativas provocou, mais especialmente no Renascimento, a ideia de que "os espectadores eram, de certa maneira, enganados ou levados a acreditar que o que acontecia no palco estava a acontecer na realidade" (DAWSON, l975, p. 23). Chama-se usualmente este fenômeno de "ilusão dramática", "efeito de realidade" ou "ilusão de realidade". Ao traduzir a

[9] Na dramaturgia audiovisual, o plot é aquilo que define o núcleo central da ação dramática, interligando as personagens por meio de uma história e de uma "lógica interna" de ações. Para o roteirista Doc Comparato, (1992, p. 87) o plot é uma sequência de acontecimentos, organizada segundo um modo dramático, cuja função principal é a de "[...] defender a história e evitar que esta vá se perdendo ou se enfraqueça, constituindo-se na defesa de uma história."

"realidade da vida cotidiana", através da representação teatral, o drama estaria substituindo essa "realidade" aos olhos do espectador.

Não é de todo estranha esta colocação, se considerarmos que este efeito ilusório parcialmente acontece, devido à capacidade ilimitada do drama em mobilizar a atenção sensória e motora do espectador. E, mais do que isso, em utilizar-se de recursos e estratégias para facilitar a identificação do espectador com a ação apresentada no palco. Isto decorre, por certo, do fato de ser o drama, como assinala Cleise Mendes, "uma forma artística extremamente persuasiva e envolvente, pois imitando a ação por meio da linguagem, faz com que a linguagem desapareça, transformada em ação, chegando com isso a quase substituir a realidade aos olhos do leitor-espectador" (MENDES, l995, p. 29).

Veja-se que esse expediente dramático vem sendo acionado frequentemente nos telenoticiários, que têm na figura do apresentador o mestre de cerimônias das notícias. Porém, muitas aberturas de telejornais começam hoje com imagens chocantes, trechos de reportagens captadas ao vivo, sem qualquer narração, a não ser as imagens e sons diretos do acontecimento. O objetivo é arrastar o espectador para o centro da ação, dispensando nesses casos da mediação do apresentador; ou seja, a ação em substituição a narração, como assinalado por Cleise Mendes.

No entanto, isso não dispensa a função mediadora do apresentador, consagrada como um mestre de cerimônias e porta-voz dos acontecimentos. Muniz Sodré assinala que o apresentador funciona como uma espécie de coro grego, operando a "síntese dos códigos dramáticos diversos", apresentando ou comentando os acontecimentos (SODRÉ, 1984, p. 61). De fato, entre as funções que o coro exercia na tragédia grega, destacava-se a de pontuar a ação e comentar os acontecimentos para o espectador, até mesmo julgar e aconselhar, informando-lhe sobre a trama. Do ponto de vista conceitual, fazia exortações morais e lembrava a presença dos dogmas divinos e da lei, conclamando os cidadãos à reflexão.

Porém, não se deseja afirmar que estas funções tenham sido igualmente absorvidas pelo apresentador na televisão; o que parece impossível face à complexidade da função dramática do coro, à dimensão arquetípica dos temas e à rigorosa linguagem "ornamental" da tragédia grega. Entretanto, a associação lembrada por Muniz Sodré é particularmente interessante quando se pode identificar uma multiplicidade de funções

tanto no coro quanto no apresentador, embora com propósitos nem sempre convergentes. Ambos têm de mediar os acontecimentos, através de códigos diversos e similares.

Se no drama é o coro que dirige ao público e explica a ação, interligando as situações, no telejornal é o apresentador quem faz a ponte entre a notícia, os repórteres e o telespectador. Ele apresenta e comenta as situações, convoca os correspondentes ao vivo de outros pontos do país e do mundo, traz versões e depoimentos de outras personagens da notícia e agradece a participação de um ou outro repórter, em pleno ar, com a intimidade familiar que lhe parece característica. No caso dos âncoras e comentaristas essas funções se tornam mais visíveis em suas semelhanças com o coro grego.

A suíte jornalística, o folhetim e o telejornal

As aproximações e tensões entre drama e notícia ficam mais visíveis quando se examina uma suíte jornalística, ou seja, uma notícia em processo, sem final aparente. Nesse caso, o telejornal trata o acontecimento com uma sequência cujo fluxo não se controla, mas expectativas devem ser sempre despertadas para manter a atenção do espectador o que faz com que se produzam notícias com outras fontes do acontecimento, tornando-o assemelhado aos procedimentos de séries, minisséries e telenovelas que montam estruturas com ganchos no final para que os espectadores possam ligar-se às próximas ações.

Esse procedimento parece ter raiz nos antigos folhetins. Marcado pelo signo do entretenimento, o folhetim emerge numa fase do jornalismo competitivo e industrial, em que a expansão do mercado e a introdução progressiva da linguagem publicitária começavam a se instalar na imprensa. Estas transformações, conforma assinala Marcondes Filho (1986, p. 63), irão "exigir da empresa jornalística a capacidade financeira de autossustentação com pesados pagamentos periódicos", obrigando a atividade jornalística a adotar táticas mercadológicas para vender mais e se autofinanciar.

Era necessário, portanto, adotar novas estratégias para integrar as camadas populares ao circuito de vendas dos jornais, e, em consequência, manter uma fácil identificação com o público; desta forma, associava-se esse tipo de leitura muito mais ao prazer e ao entretenimento do que à reflexão ou à sofisticação intelectual. Com sua estrutura dividida em capítulos diários, armados de forma a encerrarem-se com um "gancho" final, utilizando-se de recursos dramáticos (criação de expectativas, uso do suspense e da surpresa, prolongamento da tensão), o folhetim aparece com uma espécie de "teatro móvel que vai buscar os espectadores em vez de esperá-los" (NETTEMENT apud ORTIZ, 1991, p. 91).

De fato, o folhetim assemelhava-se ao teatro no uso de alguns recursos dramáticos para captar e manter a atenção do público leitor. No entanto, diferenciava-se do teatro que se fazia na época - mais adequado ao gosto das elites - pela simplificação de sua estrutura, linguagem e diálogos e pela redução das personagens a tipos esquemáticos, como o vilão, a heroína, a mãe sofredora, o pai tirano etc. Este procedimento subordinava-se a um esquema de produção empresarial que exigia do processo de criação um ritmo rápido para atender aos desejos imediatos do público leitor. Na observação de Ortiz (1991, p. 16), estas limitações implicavam "na habilidade de se articular a estória em

'próximos capítulos', modificá-los segundo sua assimilação pelo público leitor, e estruturá-los de acordo com uma técnica de exposição factual, que privilegia a ação em relação à descrição ou a sutilezas psicológicas".

Em relação a este aspecto, observe-se o tratamento similar dado à construção das personagens nos telejornais. Para efeito de identificação e assimilação imediatas, as "personagens" do noticiário são apresentadas como tipos representativos de um universo socioemocional, sem sutilezas psicológicas, e que se modificam de acordo com os critérios de aceitação ou rejeição do público. Adequa-se a pessoa ao protótipo de personagens aceitos pela mídia e pelo espectador, conforme determinadas condições de noticiabilidade.

A título de comparação, nesse caso, vale lembrar a tipologia de personagens desenhada por Gans quando elenca os critérios de noticiabilidade conforme o interesse humano e a capacidade de entretenimento: gente comum ou homens públicos encontrados em situação insólita, a inversão de papéis, o exercício da compaixão e os feitos heroicos (GANS, 1980). Seguramente, estes critérios também poderiam ser adotados na construção dos personagens da narrativa folhetinesca. Aliás, a inversão de papéis, a troca de identidade e o herói são uma recorrência temática, não só no folhetim, mas também em outras linguagens da cultura midiática.

Desta forma, tornou-se comum, por exemplo, a predileção do público por certas histórias e personagens que povoam, em determinado momento, o "imaginário" do mundo, do país ou de uma cidade, conforme uma determinada tipologia construída na mídia. Não sem propósito, a telenovela é considerada um folhetim eletrônico e, de modo pejorativo, costuma-se referir aos telejornais do mesmo modo devido a sua abordagem romanescas dos fatos. Outros elementos contribuem para isso: a personalização do acontecimento, a tendência em se vestir o fato com a capa da ficção e a utilização dos mais elementos dramatúrgicos na construção da notícia. As pessoas "transformam-se" em protagonistas; os opositores em antagonistas e as relações de causas e consequência em situações dramáticas e decisões cruciais.

Parece claro, que um dos pontos de ataque desse procedimento traduz as intensas aproximações entre o drama e a notícia com o propósito de atingir o público pela via emocional. Parte-se do seguinte princípio: quanto mais as estratégias dramáticas sejam colocadas a serviço da enunciação, maior será o aumento da expectativa e do interesse do público em acompanhar o acontecimento; em contrapartida, quanto mais o aconte-

cimento televisivo despertar as sensações e emoções do telespectador, novas estratégias dramáticas serão colocadas em curso.

É certo que há na sociedade contemporânea inúmeros exemplos de interfaces teatro e notícia, fato e ficção com abordagens as mais distintas e que seguem vieses sociológico, antropológico, cultural, artístico, econômico, político, semiótico e outros, alguns desses problematizando o efeito dessa tensão no receptor. Por isso mesmo, ainda que não tenha sido objeto de atenção desse artigo, não se pode deixar de reconhecer a contribuição dos teóricos da "sociedade de espetáculo" que desde a década de 70, quando do lançamento do livro homônimo do filósofo francês pós-marxista Guy Du Debord, cravaram um olhar crítico na estrutura da sociedade capitalista pelo viés do torpor ilusionista que o espetáculo lhe imprimiria[10]. De certo modo, esta visão representa um abundante e consistente esforço teórico de compreensão dos fenômenos midiáticos da sociedade contemporânea.

Algo similar se poderia dizer dos estudos sobre termos que adquiriram relevância nas últimas décadas, como *pós-verdade* – a tendência que as emoções e crenças pessoais teriam de influenciar a opinião pública mais do que a objetividade dos fatos[11]– e *fake news* - notícias falsas publicadas como verdadeiras por veículos de comunicação e mídias sociais com o objetivo de atingir propósitos específicos de influenciação. As graves implicações éticas que decorrem desses fenômenos formam um campo de muitas especulações, emaranhadas no calidoscópio mágico que embaralha verdade e representação nos diversos formatos de veiculação de notícias na contemporaneidade. Além das aproximações e tensões entre linguagens e áreas de conhecimento, esse campo merece ser objeto de estudos detalhados que somem contribuição para compreender a complexidade crescente dos fenômenos humanos e culturais que atravessas a nossa sociedade midiática contemporânea.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. **A poética**. Tradução de Eudoro de Souza. São Paulo: Ars Poetica, 1993.

---

[10] Para Debord (1997, p. 13): "Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se representação".

[11] O Dicionário Oxford elegeu a o termo pós-verdade como a palavra do ano de 2016, contribuindo para sua disseminação.

BENTLEY, Eric. **A experiência viva do teatro**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

OLIVEIRA BARATA, José Oliveira. **Estética teatral**: antologia de textos. Lisboa: Moraes, 1981.

CHION, Michel. **O roteiro de cinema**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**: a arte de escrever para cinema e televisão. Lisboa: Pergaminho, 1992.

DAWSON, S. W. **O drama e o dramático**: a linguagem crítica. Lisboa: Lysia, 1975.

DEBORD, GUY. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FIELD, Syd. **Roteiro**: os fundamentos do roteirismo. Curitiba: Arte e Letra, 2009.

GANS, Herbert J. **Deciding what's news**: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. New York: Vintage, 1980.

IBSEN, Henrik - **Seis dramas**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, [19--].

IONESCO, Eugène. **O rinoceronte**. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MACHADO, A. **A arte do vídeo**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1986.

MARFUZ, Luiz. **Dramaturgia do acontecimento no telejornal**: a emoção no palco da notícia. Salvador: Edufba, 2015.

MARFUZ, Luiz. **A curva e a pirâmide**: a construção dramática e (tele)jornalística do acontecimento". 1996. 395 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas), Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia.

MCKEE, Robert. **Story**: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita do roteiro. Curitiba: Arte e Letra, 2012.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Alfa-Omega, 1978.

MENDES, Cleise. **As estratégias do drama**. Salvador: Centro Editorial e Didático da UFBA, 1995.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo 1 – Neurose. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1990.

ORTIZ, R.; BORELLI, S. H. S.; RAMOS, J. M. O. **Telenovela:** história e produção. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PAVIS, Patrice. **Dicionário de teatro**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1984.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 2. ed. Lisboa: Presença, 1992