

Alô, alô seu Chacrinha: as textualidades sonoras de um programa de auditório¹

Graziela MELLO VIANNA²
Elias SANTOS³

Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG.

Resumo

Este trabalho propõe investigar as entidades sonoras que se relacionam para compor o texto audioverbovisual e as textualidades de um dispositivo específico: o programa televisivo de auditório *Cassino do Chacrinha*, veiculado nos anos 1980 pela Rede Globo de Televisão. Entendendo o programa de auditório como um dispositivo independente e multidimensional, composto por textos diversos, interessa-nos observar principalmente as textualidades sonoras que o constituem. Para tanto, discutimos inicialmente os conceitos de texto audioverbovisual e textualidades que norteiam o trabalho. Em seguida, traçamos um breve panorama dos programas de auditório, desde a sua origem no rádio, buscando perceber o encaixe com dois outros dispositivos: o circo e o teatro de revista. Finalmente, propomos uma análise da performance e da estética radiofônica dos textos sonoros de trechos selecionados do programa.

Palavras-chave

programa de auditório; Chacrinha; dispositivo; paisagem sonora; textualidades.

1 Os textos verboaudiovisuais

Etimologicamente, o termo vem do latim “*textus*”, “*textum*”, o que aponta para tecido, teor, contextura de um discurso, obra formada de diversas partes que produzem coerência de sentido. Nos estudos sobre a ontologia dos textos e suas textualidades, Gracia (1996) entende que os textos são formados por grupos de entidades relacionadas e usadas como signos. Contudo, entidades não são signos, elas ganham significado quando usadas ou tomadas como signos. Um texto é resultado da relação dessas entidades que o constituem.

Consideramos aqui como “textualidades” as articulações destas diversas entidades (sons, imagens e corpos /objetos) que, em movimento, constroem um texto aberto a leituras diversas, como o *show* de calouros, por exemplo. Um texto é algo rico, dinâmico, efêmero e, portanto, um objeto bastante complexo para análise, que “distingue-se de outros tipos de expressão por sua maior

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Prof^a Dr^a do Departamento de Comunicação Social da UFMG, email: grazielvmmv@gmail.com

³ Mestre em Comunicação pela UFMG, diretor artístico da Rádio Inconfidência, email: eliasufmg@gmail.com

complexidade” (ECO, 2002, p.36). Ele, inclusive, passa e escapa por várias áreas do conhecimento – como, no nosso caso, a comunicação.

As entidades podem ser imagens (como, por exemplo, performances corporais, figurinos e cenários), áudios (como, por exemplo, as vozes e os sons diversos do programa), textos impressos (como, por exemplo, os roteiros, as críticas e as crônicas sobre o programa) e outros elementos que só formam o texto quando estão relacionados entre si. O resultado da relação entre essas entidades é que vai constituir o texto como um todo. A partir deste movimento criado pelas relações das entidades, surgem as textualidades como marcas perceptíveis, marcas essas que não são estanques, são processos de construção de sentidos instáveis.

Propomos o desafio de pensar os textos verboaudiovisuais não como ilhas isoladas, mas como arquipélagos banhados por mares de sentidos abertos e como objetos permeados pela mediação. Gonzalo Abril (2007) propõe levarmos em conta três dimensões específicas nas análises de um texto verboaudiovisual: a visualidade, o olhar e a imagem. Somamos a elas as dimensões do escutar e do ouvir. Elementos que podem nos auxiliar no exercício de interrogar os limites do próprio texto verboaudiovisual.

A visualidade do texto verboaudiovisual nos aponta para a importância de pensarmos os textos como práticas sociodiscursivas com qualidades sensíveis e variáveis perceptivas de uma trama audiovisual. A dimensão da visualidade aponta para fora do texto, mostrando que ele é resultado de um processo interpretativo. O texto verboaudiovisual não cabe nele mesmo, a visualidade lhe escapa. É importante lembrar que a experiência da visualidade escapa também ao se integrar com outras experiências sensoriais, como a experiência sonora.

Ao pensarmos em termos do som, o equivalente à visualidade pode ser a escuta. Para discutir esse aspecto, nos valem das quatro funções da escuta apontadas por Pierre Schaeffer (1970): escutar, ouvir, *entendre* e compreender.

O *escutar* é um ato intersubjetivo e está ligado ao reconhecimento da fonte sonora. É apresentar interesse, ter a atenção despertada por um som. Já *ouvir* é um processo passivo. É um ato receptivo, significa "perceber pelo ouvido". Trata-se de um ato contínuo, pois vivemos imersos em uma infinidade incessante de ruídos. *Entendre*, por sua vez, é um verbo que não é facilmente traduzido para a língua portuguesa e está ligado à intencionalidade da escuta, a um direcionamento da percepção. Compreender, por fim, está ligado à atribuição de sentido para o som. Diz respeito à operação do sujeito de relacionar o som com noções extrassonoras, criando um sentido próprio àquilo que se escuta.

Articulando essas quatro funções, a escuta é um ato que nos aponta para fora. Ela nos escapa e está no âmbito do sensível. Podemos *ouvir* vários textos ao mesmo tempo, sem parar em nenhum – o ruído da digitação deste texto no computador, ao mesmo tempo o som dos carros na rua, o som dos pássaros cantando, o chiado do rádio ligado sem saber ao certo o que está sendo dito, dentre outros. Mas a escuta é diferente. É cultural e pede a participação ativa do ouvinte. É preciso parar, prestar atenção e interpretar para que se dê a escuta efetiva de algo, assim como ocorre no âmbito do ato de olhar: também é necessária a parada atenta e interpretativa do sujeito para que ele efetivamente veja algo.

Textos midiáticos, como os programas de auditório, possuem uma inscrição na vida social. Inscrição que se dá, também, a partir de sua materialidade, manifestada muitas vezes na dimensão dos dispositivos. É sobre a relação dos dispositivos com os textos que nos detemos a seguir.

2 O dispositivo abrindo horizontes metodológicos

Pensar os produtos midiáticos como dispositivos e textos relacionados nos conduz a interessantes desafios metodológicos, que mais expandem do que recortam os objetos. Esta expansão de horizontes nos leva a estudar as mídias e seus produtos valorizando o processo da comunicação e seus interlocutores. Evita-se, dessa forma, aquilo que Antunes e Vaz (2006) classificam como uma abordagem “midia-cêntrica”, que não se preocupa em captar as conexões dos produtos midiáticos com a dinâmica da vida social e com a lógica das interações.

Um programa de auditório não pode ser considerado apenas nas suas mídias (rádio e TV). Apesar de trazer em seus textos marcas perceptíveis de textualidades midiáticas, este dispositivo pode trazer também marcas de outras textualidades. Ele possui textos verboaudiovisuais que não sofrem influência exclusivamente do rádio e da televisão, mas também de outros dispositivos. O dispositivo articula diferentes dimensões compostas por linhas de visibilidade com diversas formas de ver, linhas de enunciação com diversas formas de falar, linhas de fissura/brechas que transformam o dispositivo e linhas de subjetivação com capacidade de abrir caminhos, criar, modificar e romper com o próprio dispositivo de origem.

Trabalhar com esta concepção de dispositivo nos permite descrever as dimensões heterogêneas que atravessam este objeto, no caso as diversas linhas que tensionam os sentidos dos textos dos programas de auditório (diferentes formas de ver/ falar, o dito e o não dito, as mudanças e rompimentos em relação às suas origens no rádio, etc) e articular conceitos variados para análise do dispositivo investigado, com base nas especificidades de cada abordagem. Trata-se, pois, de

investigar o programa de auditório de forma articulada com os conceitos de performance social de Erving Goffman(1996) e de performance artística de Paul Zumthor (2000); bem como com a ideia da estética radiofônica de Rudolf Arnheim (1979), que considera o rádio um veículo de expressão e não apenas um veículo de transmissão de informações. A partir dessa articulação, abre-se espaço para um diálogo diferente não só com a televisão, mas também o circo e o teatro de revista.

3 O programa de auditório como dispositivo

O programa de auditório pensado como dispositivo independente e multidimensional de uma trama intertextual ampla nos aponta para textos de origens diferentes, que podem deixar as suas marcas no programa (musicalidade, humor, leveza, diversidade, caos, excentricidade etc.). O panorama histórico-social dos programas de auditório que desenvolvemos a seguir, além das suas relações com as outras dimensões do dispositivo multidimensional (tecnologia e linguagem), remete a textualidades de outros dispositivos.

Assim, pensamos o programa de auditório como um dispositivo independente em relação a esses outros dispositivos, mas também relacionado e encaixado a eles. Porém, ainda que independente, pode trazer em si algumas marcas das condições de textualidades alteradas do rádio, da televisão, do teatro de revista e do circo. Este movimento de convergência e transformação dos dispositivos é duplo: tanto o programa de auditório é modificado pelos outros dispositivos, como também os outros dispositivos sofrem transformações vindas da relação com o programa de auditório.

Por isso, é importante investigarmos as marcas das textualidades verboaudiovisuais tanto do rádio quanto da TV, o humor leve e a sensualidade presentes no teatro de revista brasileiro do início do século XX e ainda a diversão, a emoção, o caos e a diversidade do circo (seu colorido, seus ruídos, sua disposição física, seu tom emocional do risco, do grotesco, do humorístico, do excêntrico).

Compreender o programa de auditório como dispositivo independente e multidimensional, fruto das manifestações de intertextualidades entre diferentes dispositivos, nos leva a superar visões metodológicas redutoras que limitam a compreensão de uma produção de entretenimento às intenções de seus emissores.

A busca por relações e articulações, não apenas espaço-temporalmente distantes, mas também alicerçadas em outros dispositivos distintos, ajuda a pensar as complexidades da cultura da mídia (KELLNER, 2001) na vida contemporânea. Entendemos, assim, que “a mídia é um lugar de

experiência e ao mesmo tempo um lugar que interpreta e reconfigura a experiência. Fala da experiência do mundo, mas faz parte dessa mesma experiência” (ANTUNES e VAZ, 2006, p.51).

4 Programas de auditório: breve panorama histórico

Como um dos elementos constitutivos da cultura da mídia e da nossa experiência no mundo, o rádio está presente desde a década de 1920 no Brasil. Naquela época, em que as primeiras emissoras de rádio foram implantadas no país, o veículo era considerado refinado e elitizado, voltado à veiculação da chamada *alta cultura*, a cultura erudita de origem europeia.

A partir da década de 1930, a programação do rádio brasileiro começaria a mudar: deixaria de ser cultural-elitista para se tornar popular, jocosa e calorosa, baseada no humor anárquico oriundo do sucesso do teatro de revista e dos folhetins brasileiros. Este riso provocado no ouvinte vinha de esquetes humorísticos, das paródias musicais, dos *jingles* engraçados, das radionovelas de gêneros diversos, do *show* de calouros e de um lugar que misturava tudo isso: os programas de auditório.

Os quadros humorísticos e musicais tiveram sua origem principalmente nas peças do teatro de revista (influenciadas, por sua vez, pelas operetas europeias). Eles traziam nas suas textualidades duas formas marcantes: o humor e a música. Eram algumas características destes esquetes, que depois seriam aproveitadas para o rádio: fala coloquial, humor ligeiro (fruto de textos ligeiros mais músicas ligeiras)⁴, repetição de formatos, agilidade nas narrativas para dar dinamismo à apresentação. Os programas radiofônicos de auditório se tornariam espaços de encontros e sociabilidade das camadas mais populares. O pesquisador Tinhorão (1981) vai chamar o rádio brasileiro desse período de “teatro dos pobres dos grandes centros urbanos” .

Assim, o rádio começaria a se consolidar no Brasil, de forma majoritariamente comercial, vivendo, a partir de meados da década de 1930 até a década de 50, a sua “era de ouro”. Os ouvintes da época começaram a visitar as emissoras de rádio para conhecer de perto seus artistas e radialistas prediletos. Quem eram os donos daquelas vozes que entravam nas casas dos ouvintes e dialogavam com toda a família?

Com o tempo, os produtores perceberam que a presença física dos ouvintes nas emissoras trazia calor à programação e gerava adesão do público, ou seja, as audiências aumentavam consideravelmente. Os veículos passaram a investir em atrações mais interativas e divertidas, que proporcionassem ao ouvinte a sensação de proximidade com o meio, através de uma linguagem simples, coloquial e oral. Um dos estilos que mais se encaixavam neste novo formato de programação

⁴ Merece menção o fato de que a estratégia de condução baseada no humor perdura até hoje em alguns programas radiofônicos populares e/ou voltados ao público jovem, tais com *Pânico no rádio (Rádio Jovem Pan)*, *Silicone Show (Rádio 98FM)*, *Grafitte (Rádio 98FM)*, entre outros.

eram os programas de auditório. Nos auditórios, acontecia uma experiência sinestésica em que os ouvintes se tornavam também espectadores das apresentações. Podemos pensar num público leitor-ouvinte-espectador para um texto verboaudiovisual.

O programa de auditório se tornaria um dispositivo que escaparia das ondas hertzianas de transmissão. Ele se firmou um meio de expressão, um espetáculo audiovisual que acontecia e era presenciado no próprio auditório (palco decorado, radialistas e artistas com roupa de gala, plateia bem vestida e organizada em caravanas com faixas) e um acontecimento social que repercutia posteriormente nas revistas e jornais impressos, com fotos e textos escritos.

As textualidades que construíram estes programas escapavam do ato de ouvir, extrapolavam sentidos, de tal forma que os artistas e radialistas precisavam ter boa aparência, desenvoltura na interação com o público presente, graça no palco e humor, (TINHORÃO, 1981).

No período, algumas características do circo popular de variedades (MAGNANI, 2003) já podiam ser notadas nos programas de auditório do rádio que continuariam anos mais tarde na TV: espetáculos movimentados com atrações variadas, ambiente alegre, ruidoso e animado, atmosfera de emoção (estética do risco), estrutura física composta por palco/picadeiro e arquibancada, linguagem popular, presença do humor e da música. A questão da música nos aponta para convergência e transformação dos dispositivos. A música do circo era predominantemente executada por uma banda que acompanhava os números, fato também presente desde os primórdios dos programas de auditório no rádio até os dias de hoje na televisão. Interessante notar as transformações dos dispositivos pode ser analisado num duplo sentido, pois alguns artistas começaram suas carreiras no circo e depois foram para o rádio e para a TV, caso de Dercy Gonçalves, Lima Duarte, Costinha, entre outros.

A televisão brasileira, diferentemente do rádio e aproveitando a experiência deste meio, já nasceu com a preocupação em se popularizar. Assim, em 1950, Assis Chateaubriand, um dos pioneiros da TV no Brasil, acreditou nos programas de auditório para manter a atratividade do novo veículo junto à audiência. A TV Tupi já trazia no seu início dois programas de auditório, líderes de audiência e importados dos EUA: *O Céu é o Limite* e *Esta é a Sua Vida*.

Para o pesquisador Sérgio Mattos (2002), a televisão brasileira só se consolidou no país quando, nos anos 1960, começou a competir fortemente pelo faturamento publicitário e, para tanto, começou a direcionar seus programas a grandes audiências. Os programas de auditório da televisão trouxeram do rádio estas grandes audiências e também suas interessantes possibilidades publicitárias: patrocínio direto com anúncios de formatos e de valores variados dentro e fora (intervalos) dos próprios programas, testemunhais dos apresentadores, utilização de “garotas/garotos propaganda”, brincadeiras e competições com brindes envolvendo público, jurados e calouros, etc.

Os programas de auditório são um gênero ainda hoje em transformação, um dispositivo independente e multidimensional com mudanças e rompimentos a partir de suas origens, com capacidade de articular-se com outros dispositivos. Além disso, enfrentaram momentos de crise no fim dos anos 1960 e início dos anos 1970. Contudo, eles não perderam algumas características básicas, algumas delas presentes desde os primeiros programas no rádio: linguagem acessível e alegre, plateia participativa, roteiro ágil e redundante, abordagem de assuntos atuais, apresentador carismático, presença de atrações artísticas diversificadas, uso de jargões diversos, disposição física bem definida com palco e arquibancada.

Também é marcante o fato do programa de auditório ser constituído por uma espécie de diálogo interno entre diversos programas (do rádio, da TV) e outros tipos de manifestações culturais (como o teatro de revista e o circo), que consolidam uma cultura de referências inter cruzadas, dispositivos que convergem e se transformam. Segundo Luiz Tatit (2004), a televisão brasileira pode ser considerada como uma mixórdia que, de certa forma, reflete uma característica da cultura brasileira de assimilação.

Se num incipiente primeiro momento nos anos 1950, os programas de auditório da TV foram chamados por Tinhorão (1981) de “rádio filmado”, sem grandes inovações, nos anos 1960 a coisa muda. A TV começaria a sua consolidação no Brasil, que em parte aproveitaria o momento de explosão da música brasileira na própria televisão, culminando com os novos programas de auditório musicais criados para a TV, como “Jovem Guarda” (Roberto Carlos), “Fino da Bossa” (Elis Regina e Jair Rodrigues), os “Festivais da Canção” (Excelsior, Record e Globo), dentre outros.

A música foi um dos elementos sonoros importantes na construção das textualidades dos programas de auditório no rádio e na TV não foi diferente. A música continuaria fazendo parte dos programas de auditório, mas de forma diferente, pois a canção brasileira trazia novidades estéticas e outras estratégias de ocupação, como fez o movimento Tropicalista, por exemplo. Os tropicalistas apostavam suas fichas na diversidade cultural multicolorida e multisonora do Brasil – e os programas de auditório, desde a época do rádio e com as influências do teatro de revista e do circo, traziam esta diversidade e este excesso como características marcantes.

O programa de auditório é constituído pela estética do excesso, que oferece uma profusão de estímulos ao espectador. O ritmo do *show* é ditado por desafios, surpresas, uma trilha sonora marcante e uma coreografia toda própria, que combina a dança das bailarinas e o gestual do apresentador – embalado pelo ritmo do auditório. A voz do apresentador tem o papel de reforçar o ritmo da cena, convocando o público a participar do diálogo estabelecido pelo apresentador.

Todos esses elementos fazem com que os programas de auditório promovam uma aproximação direta com as classes populares. Nesses espaços de festa, de alegria e de riso, e também de tensão, de risco e de esperança tais classes se reconhecem, uma vez que, neles, se fazem presentes diversos elementos simbólicos, afetivos e estéticos que estão no cotidiano das pessoas. Todos são convocados a torcer, aplaudir, dançar, rir, sofrer, chorar. Nos quadros de variedades, o universo das celebridades se combina a histórias dramáticas de gente comum.

Além disso, o apresentador, os artistas populares convidados, os calouros e os jurados orbitam em torno dos mais variados elementos da cultura de massa. Porém, no final dos 1960, esta aproximação com a cultura de massa traria sérias críticas aos programas de auditório. Acusados de grotescos, de indisciplinados e de bagunçados, seriam retirados do ar em nome de uma melhoria de qualidade e de um maior controle sobre a programação da TV. Mais tarde, nos anos 1980, com a retomada da democracia no país, estes mesmos programas seriam chamados de volta para recuperar o calor da TV por meio da sua linguagem mais próxima do cotidiano das pessoas.

Assim, uma das razões do sucesso desses programas parece estar em sua capacidade de estabelecer interlocução com as pessoas comuns, retrabalhando elementos de sua vida ordinária ao mesmo tempo em que dela participa, sendo lugar de experiências trocadas. Esses programas parecem brincar (e, às vezes, caricaturar) a realidade cotidiana, sendo que, ao fazê-lo, reiteram valores, normas e padrões estéticos profundamente enraizados. Os programas de auditório podem dizer tanto de nós mesmos como da nossa relação com o mundo, se tornando assim indicadores relevantes para se pensar a experiência humana.

5 Chacrinha, o velho guerreiro de dispositivos e textos diversos

Buscamos investigar as textualidades de um programa específico de auditório, o *Cassino do Chacrinha* dos anos 1980⁵. Acreditamos que este programa de auditório pode ser olhado como um dispositivo independente e multidimensional, que passou pelo rádio, TV e circo (caravanas), convergindo e transformando as suas diversas textualidades, vivenciando momentos de sucesso e de dificuldades. Chacrinha utilizava nos seus programas a mistura e a ambiguidade da irreverência, do humor e do caos, tão presentes na nossa identidade nacional e valorizados pelos tropicalistas, trazendo elementos do humor ligeiro do teatro de revista e do circo para os programas de auditório.

⁵ O programa de TV *Cassino do Chacrinha* era exibido aos sábados, às 16 horas, entre 1982 e 1988 na Rede Globo de Televisão. Entre 2012 e 2013, foi reprisado pelo Canal VIVA (pertencente à própria Rede Globo).

A força do Chacrinha na memória afetiva do público brasileiro é notada ainda hoje em outros produtos midiáticos, como a telenovela⁶. Contudo, *Cassino do Chacrinha* e o próprio Chacrinha não começaram na TV. Sua trajetória é marcada por diferentes dispositivos midiáticos, o que repercutiu em sua maneira bem própria e marcante de se apresentar e de lidar com o auditório.

O pesquisador de circo Roberto Ruiz considera o Chacrinha “o mais circense dos animadores de televisão” (RUIZ, 1987, p.37), o que influenciou, inclusive, o apelido dado às dançarinas do circo: “cirquetes”, referência direta às “chacretes”. O próprio Ruiz (1987) também aponta para as características de *clown* do Chacrinha, ao chamá-lo de “*tony* Chacrinha”, referência ao termo circense *tony*, que designa o palhaço que não é o principal do grupo. O *tony* é o palhaço que serve de escada para o palhaço principal, assim como o *compère* do teatro de revista servia como fio condutor do espetáculo e o apresentador de auditório serve como mestre de cerimônias do programa.

Mas, no Brasil, a figura do *tony* sempre fez mais sucesso junto ao público do que o palhaço principal, com suas trapalhadas e fragilidade cativante. Para Ruiz (1987), no circo, tudo pode faltar: a lona pode estar furada, o chão pode ser de terra, a banda pode desafinar. O palhaço, no entanto, há de estar presente. Sem ele, não tem espetáculo.

Se, num primeiro momento, o rádio e a TV foram influenciados pelo humor ligeiro do teatro de revista e do circo, depois o próprio circo seria também influenciado pelos programas de auditório do rádio e da TV (presença de cantores famosos, de dançarinas rebozantes e de calouros nos espetáculos). Um dispositivo não elimina o outro, mas eles se relacionam o tempo todo e esta relação é tensionada na medida em que um pode modificar o outro. Trabalhando o rádio mais como um meio de expressão do que um meio de transmissão, o *Cassino da Chacrinha* na Rádio Difusora de Niterói (em 1940) se utilizava de efeitos sonoros que ajudavam na sua identificação, mas que também produziam um verdadeiro caos sonoro: ruídos, som ambiente, aplausos, movimentos de mesas, barulhos de chocalhos, copos, garrafas, pratos, talheres, panelas, etc. Tudo isso misturado aos *shows* de música e alegria, nos quais o apresentador conversava e entrevistava seus convidados (muitas vezes fictícios), ativando a imaginação dos ouvintes que ligavam para a emissora querendo reservar um lugar no tal cassino. Essa experiência sinestésica do programa “*Cassino do Chacrinha*”, provocada inicialmente a partir dos sons, a capacidade e a característica de lidar com o caos sonoro foram levadas pelo velho guerreiro para sua performance na televisão anos mais tarde, envolvendo outros elementos para a construção de textualidades marcantes.

⁶ No ano de 2008, na novela *Beleza Pura* da TV Globo, a atriz Zezé Polessa interpretou a cabeleleira Ivete, que se orgulhava de ter sido a chacrete *Ivete Chiclete*. Recentemente na novela *Amor a Vida* da TV Globo (2013/2014), a atriz Elizabeth Savalla viveu a personagem Márcia, também uma ex-chacrete.

No caso do velho palhaço, algumas marcas da mistura dos dispositivos (rádio, TV, circo, teatro de revista) permanecem no tempo: a buzina, o troféu abacaxi, o trono do calouro, o bacalhau da plateia, as fantasias mambembes do apresentador e da sua equipe de palco, as sensuais chacetes com seus maiôs coloridos, as frases inusitadas e aparentemente desconexas do Chacrinha, a sonoridade e o visual caóticos, o ambiente animado, o grotesco, a excentricidade das atrações, entre outras.

6 As textualidades sonoras do Cassino do Chacrinha

Analisamos a paisagem sonora de três programas *Cassino do Chacrinha*, que foram exibidos originalmente entre os anos de 1982 e 1988 pela Rede Globo de Televisão e que em 2012/2013 foram reapresentados na íntegra pelo Canal Viva, na TV paga. Após selecionados os programas, fizemos a análise de cinco momentos distintos. Os momentos analisados foram: uma abertura do programa, um *show* de calouros, uma atração musical no meio do programa e duas atrações musicais no fim do programa. Fizemos uso na análise dos conceitos de performance social de Goffman e também as discussões acerca da performance do corpo e da voz de acordo desenvolvidas por Zumthor.

Como dispositivo composto por uma marcante textualidade sonora, tanto historicamente (origem radiofônica) quanto culturalmente (forte ligação com a música e com a fala), o programa de auditório *Cassino do Chacrinha* requer uma análise especial sobre a sua sonoridade. Portanto, a partir de Zumthor (2000), consideramos: a voz como lugar simbólico só definido pelo aspecto relacional que traz para a cena o ouvinte; a voz que funda o sujeito na sua palavra; a voz que é uma ruptura da prisão do corpo.

Trabalhamos ainda com a ideia de paisagem sonora na perspectiva de uma metáfora metodológica que nos auxilie a tensionar o objeto e abrir questões. Propomos perceber esta paisagem sonora do programa a partir de dois pontos do mundo acústico de Arnheim (1979): sons (palavras/músicas) e ruídos diversos.

7 Paisagens sonoras do Cassino do Chacrinha: um exercício de análise

Durante a abertura dos programas analisados, a paisagem sonora formada é formada por sons que parecem competir uns com os outros pela atenção das pessoas, sem nenhum momento de silêncio, mas que ao mesmo tempo trazem uma dinâmica necessária ao ritmo do programa.

O relevo sonoro tem sons fundamentais que estão ao fundo da fala do Chacrinha como, por exemplo, a música tema que abre o programa e continua até o final da apresentação inicial. Esta

música tema começa mais alta, a sua letra praticamente apresenta o programa: “Abelardo Barbosa, está com tudo e não está prosa, menino levado da breca, Chacrinha faz chacrinha com a buzina na discoteca. Ô Terezinha! É um barato o *Cassino do Chacrinha!*”.

Nesta paisagem sonora do início do programa, a voz do Chacrinha é a condutora de tudo. Ela aparece antes mesmo de vermos o corpo do próprio Chacrinha, o que remete à proposição de Zumthor (2000) segundo a qual a força da voz individual funda o sujeito e rompe a prisão do corpo ao se performar na recepção. A voz do Velho Guerreiro é de uma pessoa mais velha. Está rouca e cansada; não é impostada. A dicção das palavras ditas pelo Chacrinha não é boa, fato que dificulta inclusive o entendimento completo das falas. Mas a sua voz é a sua marca, ela é autêntica, ela é a voz do Chacrinha, é o seu corpo, a sua presença mesmo quando a sua imagem não é mostrada ao telespectador. Nesta apresentação inicial do programa, a sua voz aparece antes da sua imagem marcando sua presença. Ela faz parte daquele corpo e em várias situações escapa do próprio corpo. Isto pode ser notado quando, em diversos momentos, o Chacrinha fala em cima das músicas e das próprias falas dos outros atores. Ouvimos sua voz, mas, muitas vezes, não o vemos. A imagem é do jurado, da chacrete ou da plateia.

Mais um signo sonoro aparece na seqüência da abertura: uma sirene que toca anunciando que o *show* realmente começou com voz do Chacrinha cantando a música tema. Para ouvirmos sua voz é preciso microfoná-la, portanto, o Chacrinha tem o seu microfone e ele está em algum lugar daquele auditório. O fato de a sua voz ser ouvida e ele não ser visto nas primeiras cenas cria a expectativa que alguma cena nova vai nos trazer a imagem daquela voz que está livre do seu corpo. A cena aguardada finalmente aparece com o Chacrinha e o seu microfone preso ao corpo, mais uma marca registrada que lhe dá poder e autonomia para circular por diversos pontos do palco provocando a separação, a diversidade e a mudança de cenas a partir do áudio (ARNHEIM, 1979).

A microfonação nos dá a ver/ouvir a posição e a separação das cenas e dos seus atores (ARNHEIM, 1979). O comandante do circo tem o poder máximo de toda situação, o seu microfone é exclusivo, ele permanece aberto todo o tempo e é o mais alto de todos os microfones. Chacrinha trabalha com seu microfone como se fosse um prolongamento do seu corpo praticamente fazendo parte do figurino. Chacrinha é o dono da voz, ele pode intervir sonoramente a qualquer momento que achar necessário para marcar e separar as cenas. Ele parece resmungar expressões sem sentido apenas para dar ritmo ao programa e assim marcar sua presença através da voz que escapa do corpo, mas que faz parte deste.

No show de calouros, percebemos que a posição dos calouros é de submissão. O mesmo microfone deve ser utilizado por todos e o acesso a ele só é permitido através da condução pela

chacrete auxiliar. A força deste microfone é tão impressionante que o ator calouro só é enquadrado em função do microfone, ou seja, o plano para a TV que inclui a performance do calouro é todo definido em função do posicionamento do microfone: o microfone está no centro da cena. Para que o calouro apareça em cena deve se deslocar conduzido pela chacrete auxiliar até o microfone no centro do palco. O ajuste deste microfone se dará durante o diálogo do calouro com o Chacrinha, momento de tensão quando o Velho Guerreiro utiliza do humor ligeiro do teatro de revista e do rádio para ganhar tempo e demonstrar intimidade com o calouro. Neste momento de ajuste, podem acontecer microfônias e falhas no direcionamento da boca do calouro, reforçando o caos sonoro do programa.

Os jurados disputam o poder pelo microfone, não há um microfone para cada um, mas pelo menos eles não precisam se deslocar até o microfone móvel, com flexibilidade para percorrer toda a mesa. Quanto mais tempo um jurado tiver a posse do microfone, mais aparecerá em cena, mas é o Chacrinha quem define este tempo de posse.

A plateia também tem voz, mas é uma voz que representa uma força relativa. São dois microfones para mais de cem pessoas, ou seja, para ter voz, a plateia deve gritar e se esforçar bastante. O som da sua voz nos dá a noção de amplitude que um programa de auditório precisa: são ecos e ruídos indefinidos e gritados dentro de um grande ambiente. Assim, pela ressonância sonora (ARNHEIM, 1979) da paisagem, temos a impressão de um auditório lotado, quente e que pressiona o calouro. A paisagem sonora desenha um lugar de pressão extrema e reforça a ideia da estética do risco, da arena, do calouro fragilizado perante uma plateia ansiosa. A voz desta plateia tem características marcantes: é feminina, não individualizada e obedece as ordens do Chacrinha para dar ritmo ao programa. A plateia aplaude, grita, canta, sussurra, ri, vaia; são diferentes expressões sonoras que ajudam a criar ritmo, “pintando” a paisagem sonora do programa com um “colorido” diversificado.

A paisagem sonora do show dos calouros tem um elemento diferente de outros momentos dos programas: a buzina. Ela está sempre a postos, acoplada ao corpo do Chacrinha, que pode acioná-la a qualquer instante. A buzina é “nervosa”, ela é um signo sonoro que também dá ritmo ao *show*, mas que assusta o calouro e a plateia chamando atenção para algo. Mas ela também é um signo audiovisual que relembra aquela mesma buzina utilizada pelos vendedores ambulantes de rua, sempre presentes nas entradas dos teatros e dos circos e que a tocam para anunciar seus quitutes. A buzina do Chacrinha chama a atenção, é um objeto de destaque principalmente pelo seu estrondo audifônico; geralmente ela interrompe algo para fazer a passagem para o próximo número.

A cada calouro buzinado, entra um áudio dizendo em coro e em tom de deboche: “troféu abacaxi!”. A mudança das cenas – aparição e ostracismo do calouro – se reforça com a

movimentação sonora proporcionada por três entidades do texto: pelo estrondo da buzina, pela vaia da plateia e pelo deboche da vinheta.

Todas estas entidades articuladas pelas performances dos diversos atores presentes nos remetem à textualidade do risco que o calouro corre nas interações do programa de auditório, semelhante ao risco do malabarista, trapezista ou do acrobatas no picadeiro do circo.

A textualidade da interação através da canção de sucesso em outro momento dos programas, quando o artista popular entra em cena, é constituída por entidades dinâmicas, mais especificamente o som, a imagem e os objetos/corpos em cena. E a entidade som, que compõe a textualidade do programa *Cassino do Chacrinha*, é posta em questão: como um cantor pode cantar perante um auditório barulhento e caótico sem um microfone?

O som de um programa de auditório tem movimento. Ele não pode ficar estático, apesar das inúmeras tentativas de controle desta situação por parte da produção do programa, por meio da instalação de pontos fixos de microfone. As mudanças de cenas do programa acontecem através de cortinas de passagem acústica, como vinhetas sonoras gravadas, gritos da plateia, buzinas e bordões do Chacrinha. Arnheim (1979) nos lembra também que na construção do mundo acústico sonoro o posicionamento dos microfones pode nos levar às diferentes sensações de cenas: cenas mais próximas, cenas médias ou cenas mais distantes do nosso ouvido. O artista é a estrela, é preciso que sua voz esteja próxima de todos os ouvidos (plateia e telespectador); a plateia acompanha a estrela. É preciso que a voz daquela esteja ao fundo dos ouvidos do telespectador, ou seja, logo atrás da voz do cantor. Assim, o telespectador que assiste em casa ao programa tem a sensação de que a plateia canta em um coro guiado pela voz principal do cantor, a canção é um sucesso popular tão grande que permite uma interação entre cantor e plateia através do canto, na realidade, canto esse gravado previamente e executado em playback.

As performances dos diversos atores amontoados e envolvidos pela música e pela dança na atração final dos programas apontam para uma marca dos programas de auditório populares. A força das interações vai aumentando gradativamente até chegarmos a um ápice final, no qual a temperatura é alta, “um baile de carnaval fumegante com alegria e irreverência” (MOTTA, 2009) É o calor da plateia que se manifesta através de entidades que ajudam a compor esta textualidade final inerente ao programa de auditório - gritos, cantos, ruídos, caras, bocas, gestos, pulos, cores, corpos reboletes, cenário, figurinos e adereços. O caos sonoro e visual é intenso neste final, forma-se o “formigueiro humano” no palco, sem distinção de quem é quem. Repete-se, aí, a sensação de massa de gente sem singularidades. Dinâmicas essas que compõem a textualidade de interação calorosa, típica de uma atração final do *Cassino do Chacrinha* e de outros programas populares de auditório.

Estas e outras entidades estão em movimento e em articulação o tempo todo, principalmente neste final, em que pouco se pode distinguir além de uma multidão no centro da tela. “Sempre digo que a multidão é inumana porque não tem cara... E como o Chacrinha é amado pelo auditório e repito, ferozmente amado! Aquela massa faria, por amor, o que ele quisesse.” (RODRIGUES, 2007, p. 163).

8 À guisa de conclusão

Ao trabalhar no campo do relacional, podemos perceber como o *Cassino do Chacrinha* relê e ressignifica elementos do rádio, do circo, do teatro de revista e da TV.

A performance é um importante elemento nas pesquisas da comunicação a partir do paradigma relacional. Assim, investigamos os atores sujeitos (apresentador, dançarinas, jurados, assistentes de palco, calouros, artistas, plateia) das diferentes performances do programa.

Para Arnheim (1979), a expressividade do tom da palavra que constitui as performances seria mais importante do que o seu próprio significado. Ela seria a textualidade que escaparia do sentido fechado e nos abriria sensações na experiência estética do som. Antes da criação da linguagem, o homem já se comunicava por ruídos, expressões sonoras que ajudavam na sobrevivência e na evolução da espécie.

A partir da observação da paisagem sonora do Cassino do Chacrinha, percebemos que ela não é estática, ela é dinâmica e mediada, tem relevo, superfície e ocupa espaços. Arnheim (1979) também chama atenção para a importância da análise de outros elementos para a composição do espaço de uma paisagem sonora: sensação de cenas variadas e ampliadas com o uso do vetor perspectiva, determinando o perto e o longe (posicionamento de microfones no auditório); ressonância do som que leva o ouvinte a perceber a amplitude espacial da obra (ecos e ruídos do auditório); possibilidades de mudança de cenas através de cortinas de passagem acústica (vinhetas, buzinas, jargões). Tais elementos e recursos sonoros também ajudam a entender a percepção acústica que serve de apoio para estimular a criatividade e abrir sentidos para o público, investigando quais seriam as condições de significações e suas possíveis articulações.

Segundo a primeira edição da “Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 – Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira” do IBOPE, os programas de auditório mantêm sua força juntos aos telespectadores brasileiros. Nos dias de semana, os programas de notícias e jornalísticos são citados por 80% das pessoas questionadas sobre o que assistem na TV; as novelas são citadas por 48% das

pessoas. Porém no fim de semana os programas de auditório assumem a liderança; eles são lembrados por 79% das pessoas questionadas.

É certo que este dispositivo está sempre em construção, sofrendo mudanças de acordo com suas próprias dimensões apontadas aqui – tecnologia, linguagem e sociedade. Mas é certo também que o programa de auditório continua presente na nossa experiência no mundo, inclusive interpretando e reconfigurando esta própria experiência. O auditório está tanto nos tradicionais programas do Silvio Santos, do Raul Gil e do Faustão, como também em programas como *CQC*, *Pânico na TV*, *Amor e Sexo e Encontro com Fátima Bernardes* e nos *talk shows* de Danilo Gentili (SBT) e de Rafinha Bastos (TV Bandeirantes).

Essa permanência e renovação do programa de auditório como um dispositivo midiático que tem uma audiência consolidada ainda nos dias de hoje nos permitem afirmar que tal dispositivo merece a atenção de pesquisadores que se interessam por questões relacionadas aos textos midiáticos e a presença desses textos no cotidiano das pessoas. Acreditamos que nosso trabalho joga luz sobre alguns aspectos desses textos, mas não os esgota. Cabe a trabalhos futuros puxar outros fios desse emaranhado de textos que constitui o dispositivo programa de auditório.

Referências

- ABRIL, Gonzalo. **Análisis crítico de textos visuales**. Madrid: Editorial Sintesis, 2007.
- ANTUNES, Helton; VAZ, Paulo Bernardo. *Mídia: um aro, um halo e um elo*. In: GUIMARÃES, CÉSAR; FRANÇA, Vera (org.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- ARNHEIM, Rudolf. **Estética radiofônica**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, 1979.
- ECO, Umberto. **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.
- MAGNANI, José. **Festa no pedaço: cultura popular e lazer na cidade**. São Paulo: Hucitec/UNESP, 2003.
- MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira, uma visão econômica, social e política**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes Ltda, 2002.
- MOTTA, Nelson. **Noites tropicais: solos, improvisos e memórias musicais**. Editora Objetiva: Rio de Janeiro, 2009.
- RODRIGUES, Nelson. **O obvio Ululante. Primeiras confissões crônicas**. Rio de Janeiro: Agir, 2007.
- RUIZ, Roberto. **Hoje tem espetáculo? As origens do circo no Brasil**. Rio de Janeiro: INACEN, 1987.
- SCHAEFFER, Pierre. *Machines à COMMUNIQUER*. Genèse des simulacres. Paris: Seuil, 1970.
- TATIT, Luiz. **O século da canção**. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.
- TINHORÃO, José Ramos. **Música popular: do gramofone ao rádio e TV**. São Paulo: Ática, 1981.
- ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção e leitura**. São Paulo: Educ, 2000.