

O Humor e os Vínculos no Radiojornalismo¹

O quadro *Buemba!, Buemba!* após a morte de Ricardo Boechat

Christiano BLOTA²

José Eugenio de Oliveira MENEZES³

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO

Em fevereiro de 2019, o jornalista Ricardo Boechat faleceu, aos 66 anos, em um acidente de helicóptero. Ele conduzia, dentre outros trabalhos, o quadro *Buemba!, Buemba!*, na *BandNews FM*. A coluna, apresentada em parceria com José Simão, consiste em uma análise humorística do noticiário. O humor, que sempre se configurou característica essencial do quadro, contribuiu para a criação de um ambiente sonoro de pertencimento. No entanto, a morte de Boechat fez com que o cômico dividisse, então, espaço com a fatalidade. Acredita-se que os vínculos sonoros se intensificaram com a perda. Este artigo procura compreender e caracterizar o ambiente sonoro envolvido no processo de produção de *Buemba!, Buemba!*, especialmente com a repercussão da morte de Boechat.

PALAVRAS-CHAVE: cultura do ouvir; rádio; humor; vínculos sonoros; ecologia da comunicação.

INTRODUÇÃO

Como meio de comunicação, o rádio participou praticamente de todos os movimentos políticos e sociais da história brasileira moderna. Ainda que a televisão tenha findado com os denominados “anos de ouro” deste veículo, na década de 1950 – e a internet provoque transformações em multiplataformas – o rádio se mantém prático, um aliado para compartilhar informação, conhecimento e entretenimento cotidianamente.

Apesar de manter algumas características básicas, Ferraretto (2014) acredita que as novas tecnologias e as demandas do público fizeram o rádio mudar. “O cenário de

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Jornalista e pesquisador do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir. E-mail: christianoblota@uol.com.br.

³ Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero e pesquisador do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir. E-mail: jeomenezes@casperlibero.edu.br.

atuação profissional [...] de fato se alterou. Técnicas e tecnologias empregadas evoluíram” (FERRARETTO, 2014, p. 13).

O quadro *Buamba!, Buamba!*, presente no *Jornal da BandNews FM*, tem acompanhado essa evolução histórica. A coluna diária analisa, de forma cômica e crítica, o dia a dia do Brasil e do mundo. É liderada pelo jornalista José Simão, nome que representa o humor no jornalismo em território nacional e que, até 11 fevereiro de 2019, atuou em parceria com o âncora Ricardo Boechat.

Em forma de diálogo bem-humorado entre Simão e Boechat, o quadro proporcionava aos ouvintes a participação num ambiente sonoro-comunicacional lúdico e analítico. No entanto, a morte de Boechat, aos 66 anos, chocou o país. A reação das pessoas, de diferentes lugares, mostrou um grupo abalado pela perda de uma voz que cultivava vínculos sonoros com os ouvintes.

A fim de verificar a dimensão das relações estabelecidas pela sonoridade, serão analisadas três edições do quadro: uma que foi ao ar no dia da morte de Boechat, e duas veiculadas após o falecimento do jornalista, nos dias 25 e 26 de fevereiro. Além disso, serão observados comentários e relatos de ouvintes nas redes sociais a respeito dos vínculos criados com Boechat, ainda que não houvesse contato direto entre eles.

1. BUEMBA, BUEMBA!: HUMOR E CRÍTICA SOCIAL

Para Ferraretto (2000), o humor no rádio surgiu em 1931, com o programete *Manezinho e Quintanilha*, transmitido na *Rádio Sociedade*. Durante cinco minutos, os atores Arthur de Oliveira e Salu de Carvalho interpretavam diálogos anedóticos. Outros personagens humorísticos apareceram naquela década, mas os grandes programas humorísticos são dos anos 40.

Dentre os maiores destaques da época, está o programa *PRK 30*, da Rádio Nacional, que representa, até os dias de hoje, um dos maiores nomes do humor no rádio brasileiro, sendo improvável falar sobre o tema sem mencioná-lo. O programa passava a ideia de uma rádio pirata e satirizava novelas, músicas e a situação política do país com trocadilhos. Assim como o *PRK 30*, ter o cenário nacional como pauta é uma das características principais de *Buamba!, Buamba!*, e, embora a estrutura do primeiro difira do que Simão e Boechat desenvolveram mais tarde, esse é o ponto de intersecção que aproxima os dois produtos.

A partir da década de 1950, com a chegada da televisão, muitos dos formatos

de rádio migram de veículo, como *Balança mas não cai*, mas o rádio continuou como criador de novos projetos, e, nos anos 1960 e, principalmente, 1970, surgem programas que têm o improvisado como característica, mais do que a piada ou o esquete preparado com antecedência (FERRARETTO, 2000).

Morgado (2019) lembra que é preciso, porém, fazer uma distinção entre programas humorísticos e bem-humorados.

Neste último caso, o humor entra como um elemento complementar ao conteúdo prioritário, tornando-o mais leve e palatável para um volume maior de ouvintes. Emissoras populares, que lidam de forma bastante particular com o fator emoção, costumam se valer mais do humor (MORGADO, 2019).

Morgado ressalta que a *BandNews FM*, ainda que seja uma rádio jornalística, “se vale da informalidade e do humor para alcançar maiores audiências” (MORGADO, 2019). Percebe-se na pesquisa que o humor sempre muda de cenário, personagens, ideias, mas muito pouco quanto à essência. O teor crítico é muito presente mesmo nas piadas consideradas inocentes, como veremos a seguir:

O humor é uma forma criativa de descobrir, revelar e analisar criticamente o homem e a vida. É uma forma de desmontar através da imaginação, um falso equilíbrio, anteriormente sustentado pela própria imaginação. Seu compromisso com o riso está na alegria que ele provoca pela descoberta da verdade. Não é a verdade em si que é engraçada. Engraçada é a maneira como o humor nos faz chegar a ela. O humor é um caminho (ZIRALDO *apud* RABAÇA; BARBOSA, 2001, p. 373).

Mas, como lembram Damaceno e Nishizawa (1999), o advento da televisão obrigou o rádio a adotar uma nova postura e criar novas formas de produzir para não perder ouvintes. O texto de rádio precisou ser ainda mais fácil e de rápida absorção, já que “ninguém mais para, senta e fica apenas ouvindo o rádio, com exclusiva atenção [...]”. A maioria das pessoas liga o rádio enquanto está desenvolvendo uma outra atividade paralela” (DAMACENO; NISHIZAWA, 1999, p. 9). Para elas, nesse processo, grande parte dos programas humorísticos perderam o viés de crítica social, de humor inteligente, e deram espaço ao “tudo vale a pena se tiver audiência”.

Porém, é justamente com a proposta de ser “inteligente e bem informado” que a *BandNews FM* produz desde o início o quadro *Buemba!, Buemba!*. A coluna diária, há

quase 15 anos, reproduz e cria bordões famosos, pautado numa visão debochada e escrachada de Brasil.

O humor de Simão e Boechat é fundamentado em diálogos em que há informações e críticas subentendidas. Com um programa que segue um cronograma, mas se pauta em conversas informais, os comunicadores mostram na piada um recado que seria prolixo, explicativo. Como o próprio Simão declara em entrevista ao programa *Diversidade*, na emissora de televisão Itararé, em 10 de setembro de 2008:

Repórter: – É possível fazer jornalismo com humor?

José Simão: – Eu acho. Eu faço, né? Humor jornalístico. Eu acho. Eu tava lhe falando que o humor é muito bom como informação. Porque o humor é instantâneo, né? [...] Você fala, a pessoa entende, a pessoa dá risada [...] ela não precisou pensar, raciocinar. Ele é instantâneo. A pessoa entendeu na hora (DIVERSIDADE, 2008).

Por consistir num bate-papo tão íntimo, arrisca-se dizer que o quadro *Buemba!*, *Buemba!* não faz sentido se o ouvinte está por fora dos acontecimentos recentes. Ou seja, não é o tipo de coluna que se ouve para se informar – nem é essa a proposta, afinal. São comentários sobre notícias, ficcionais ou não. Trata-se de um quadro para rir (e refletir), se o ouvinte já estiver inteirado sobre os assuntos em questão.

O colunista José Simão parece representar um personagem no rádio. Já Ricardo Boechat é uma espécie de “escada”, uma figura fundamental no desenvolvimento do texto. Boechat é o suporte necessário para que a conversa siga em um ritmo intenso, sem deixar espaços vazios no programa e até resgatando Simão em momentos em que ele se perde nos textos.

Além disso, as risadas de Simão e Boechat são um recurso característico do quadro. Na realidade, de forma geral, o riso tem sido ferramenta primordial nos produtos da comunicação. Atualmente, não é possível imaginar programação de rádio ou de TV sem esse recurso. O riso faz parte do contato entre os seres humanos, tendo em vista que “rimos sozinhos, dos outros, de nós mesmos e em grupo” (ROCHA, 2017, p. 17). Mais do que achar engraçado o que Simão e Boechat comentam durante o quadro, a risada dos jornalistas, recurso fortemente usado por eles, reflete no ouvinte.

Compartilhar uma cena cômica com alguém legitima mais ainda a comicidade do acontecimento. Rimos do próprio riso. A piada já passou, mas o efeito anestésico e ao mesmo tempo eufórico de rir contagia o grupo e prolonga o efeito risível

[...]. O riso também é usado como uma forma de sociabilidade, para oferecer uma boa impressão ou descontrair em momentos de tensão (ROCHA, 2017, p. 17-18).

Esse recurso, o riso, remete aos *sitcons* (*situation comedy*) estadunidenses, em que a piada destaca determinada cena mais interessante e atrativa. A diferença é que, na medida em que nas séries americanas as risadas são gravadas e inseridas em um momento propício para indução de uma gargalhada, em *Buemba!, Buemba!*, mesmo que as gargalhadas sejam naturais, espontâneas e ao vivo, o efeito gerado no ouvinte parece ser o mesmo.

Como dito anteriormente, o rádio teve de se adaptar às mudanças tecnológicas para garantir sua sobrevivência – não apenas histórica e social, mas como um modelo de negócio viável. *Buemba!, Buemba!* se adequou a essa realidade, na medida em que a utilização de novas linguagens e formatos surgiu e continua a surgir. Além das edições completas em áudio no site da *BandNews FM*, o quadro passou a ser gravado em vídeo e disponibilizado no canal do YouTube da emissora. Esses conteúdos são aproveitados também nas redes sociais da *BandNews FM*, especialmente no Facebook.

A notoriedade de Simão como um dos grandes nomes do humor no jornalismo rende muito material enviado por seus ouvintes e leitores, que é sempre aproveitado no seu espaço no rádio. Mas, atualmente, ele também encontra na internet grande parte do que necessita para seu quadro. Muito do que o jornalista comenta no programa de Boechat é postado em sua conta no Twitter e no Facebook (sem contar, é claro, em suas colunas na Folha de S. Paulo e no UOL).

Segundo Nascimento (2010), as inserções de Simão no jornal ancorado por Boechat têm a sátira carregada de adjetivos como formato – “sempre relacionada à principal pauta/editoria/retranca principal do dia/semana/período” (NASCIMENTO, 2010, p. 4). A autora acredita que o humor em *Buemba!, Buemba!* se apoia na repetição de frases e expressões com viés e significados sociais (NASCIMENTO, 2010).

O colunista se debruça em fatos do cotidiano, do dia a dia das pessoas, para fazer o interlocutor rir. O mais interessante é o que se pode observar é que José Simão “precisa” de um roteiro para produzir o riso no outro. Não é espontâneo. Ele pesquisa. Faz Datapadaria (pesquisa diária feita na padaria onde o colunista toma café da manhã todos os dias para conhecer o que o público está comentando) ou dos e-mails enviados pelos ouvintes e ou leitores (NASCIMENTO, 2010, p. 10).

José Simão e Ricardo Boechat enxergaram na tecnologia – e nos formatos e

linguagens que vieram com ela – novos horizontes e vínculos para a coluna *Buemba!*, *Buemba!*. Assim, mais do que se adequarem à evolução dos equipamentos tecnológicos, os jornalistas ajustaram a linguagem da internet para dentro do rádio. Aliaram o humor dos *memes* ao já então praticado humor do rádio.

2. OS VÍNCULOS SONOROS EM *BUEMBA, BUEMBA!*

Para Menezes (2007), os comunicadores se utilizam do rádio, comunicação por meio terciário (ou comunicação eletrônica), para estabelecer contato com o ouvinte, na tentativa de preencher o vazio de transformações sociais que antes privilegiavam os gestos da comunicação primária. Com isso, o som se torna não apenas movimento de ondas sonoras, mas uma forma de unir pessoas pelo sentimento de pertencimento. “Assim, o rádio, que como mídia sonora envolve todo o corpo, tem a capacidade de vincular corpos em conjunto com outras mídias” (MENEZES, 2007, p. 22).

É interessante destacar que, no momento em que Boechat e Simão participam do quadro, eles também não estão em um mesmo local. Boechat está no estúdio, geralmente acompanhado de outro jornalista que, neste caso, faz o papel de sonoplasta. Simão participa da conversa em sua própria casa: entra ao vivo por meio de ligação telefônica. Essa forma de produção do quadro corrobora com a ideia de envolvimento pelo som. Neste caso, Boechat, Simão, ouvintes, sonoplastas estão em um mesmo ambiente sonoro, embora diferentes ambientes físicos.

Também é importante notar que o conteúdo não é produzido apenas pelos âncoras, mas também pela rede de ouvintes – pelo grupo sonoro que se conecta pelas redes sociais e alimenta o programa. Através de e-mails e outros formatos de mídias similares dos leitores e até protestos sobre determinados assuntos, Simão consegue a fonte das suas piadas, bem como a repercussão delas.

Por essa razão, diante da readequação no processo comunicativo – por exemplo, atualmente utiliza-se aparelhos eletrônicos para um diálogo antes limitado ao presencial –, é importante elucidar a tipologia dos meios de comunicação organizada por Harry Pross, mapeando as noções de comunicação por meios primários, secundários e terciários.

Os meios primários são criados pelo próprio corpo (gestos, odores, sons...) sem necessidade de outros aparatos; os meios secundários surgem quando um corpo usa um suporte para se comunicar com outro corpo, como nas pinturas rupestres

e nos impressos, e os meios terciários passam a existir quando os corpos envolvidos no processo comunicativo utilizam aparatos eletrônicos (MENEZES, 2016, p. 30).

Não é preciso, necessariamente, estar no mesmo ambiente físico que Simão e Boechat para sentir-se pertencente ao mesmo grupo. O som envolve, vincula, e por meio do diálogo humorístico nos sentimos embalados pelo riso. Participar do diálogo não se limita apenas a falar: “O rádio, que como mídia sonora envolve todo o corpo, tem a capacidade de vincular corpos e, em conjunto com outras mídias, possibilitar a sincronização da vida em sociedade” (MENEZES, 2007, p. 19).

Assim, arrisca-se a dizer que, ao rir de uma piada, também nos vinculamos ao locutor. Mostramos a ele, no mínimo, que é bem-vindo. Segundo Menezes, isso indica pertencimento e vínculo, que, nas palavras de Baitello Junior, “se pode traduzir também por afeto” e a necessidade de pertencimento.

As piadas favorecem o vínculo de pertencimento entre os comunicadores e ouvintes. Com as piadas, o ambiente sonoro vincula os comunicadores, sonoplastas e ouvintes, como em um ambiente físico em que a privacidade e o respeito mútuo são constituídos por normas.

Menezes refere-se ao “som como colo acolhedor”. Assim, observamos que o humor também é acolhedor. Na medida em que somos envolvidos pelas piadas, pelas risadas de Boechat e Simão, o ouvinte torna-se parte de um diálogo sem fronteiras, acolhido pelo som. Simão e Boechat nos mantêm participantes do envolvimento sonoro contando piadas que agradem uma maioria – ou desagradem uma minoria, com discurso travestido de humor, que mantém o ouvinte em dúvida sobre a veracidade da informação e das intenções propagadas.

Se um ouvinte está acostumado a ligar o rádio, em determinado horário, com os mesmos comunicadores, está vinculado ao som, ao pertencimento. Importante frisar que podemos ser envolvidos pelo som mesmo sem a intenção. Quando se está em um ambiente, ocorre compartilhamento de informações – mesmo que a pessoa esteja trabalhando ou dirigindo, ela é envolvida pelo som. O ouvinte também participa do diálogo na medida em que Simão e Boechat são envolvidos através da mídia terciária. “Eu posso escolher a quem me vinculo, mas não posso escolher não me vincular. A ausência de vinculação é morte física” (MENEZES, 2017).

Ao escolher ouvir Simão e Boechat, o ouvinte entra em um grupo ao qual quer

pertencer. A piada, em forma de protesto, muitas vezes lembra que pertencemos ao mesmo mundo, que respiramos as mesmas dificuldades, incertezas, medos, angústias, revoltas, que podem ser expressas por meio da piada. Não somente pelo fato de nos descontrairmos, mas também por nos sentirmos vingados quando a piada castiga um objeto não aceito, um tema sobre o qual não concordamos ou que consideramos agressivos na forma de compreender o mundo e nossas crenças.

A edição de *Buemba!, Buemba!*, em 11 de fevereiro de 2019, foi ao ar normalmente como em qualquer outra manhã. Até aquele momento, não passava de mais um dia normal. O quadro inicia com os cumprimentos habituais entre Ricardo Boechat e José Simão. “Ricardo Boechat: – JO-SÉ-SI-MÃO, excelência! José Simão: – Boechat, meu vice amado” (BUEMBA, BUEMBA!, 2019).

Só esse trecho já mostra quão íntimos são os dois jornalistas – logo, quem está acostumado a ouvi-los é também íntimo nesse diálogo. Os jornalistas logo partem para a primeira discussão do dia, que se trata da nomeação de uma ciclovias no Rio de Janeiro, pelo prefeito Marcelo Crivella. A intimidade entre os dois apresentadores dá ritmo ao programa e soa tão natural que, para quem não está habituado a ouvir a coluna, pode até mesmo parecer que é apenas uma conversa informal entre dois jornalistas, o que não é verdade. Ao longo dos anos, Boechat e Simão teceram uma rede de conexão sonora com seus ouvintes, completamente clara e lógica para aqueles que os escutam logo pela manhã e, ainda que só escutemos duas vozes principais, não significa que outras pessoas não se sintam, ali, representadas e incluídas por Simão e Boechat.

Ricardo Boechat: – Agora, presidente, eu quero saber o seguinte: temos predestinados?

José Simão: – Sim, meu caro Boechat.

Ricardo Boechat: – Dois predestinados pra começar a semana, vamos lá!

José Simão: – Gerente do Itáu, pra quem quiser empréstimos, ha ha ha. Fábio Disney da Silva!

Ricardo Boechat: – Ha ha ha ha!

(Entra sonoplastia com som de telefone tocando)

Ricardo Boechat: – Mickey na linha!

Todos riem.

José Simão: – Olha, avisa o Mickey que eu não sou pateta⁴, não. Eu quero empréstimo para ir para a Disneylândia da Silva (BUEMBA, BUEMBA!, 2019).

As inserções e comentários dos jornalistas mostram a instantaneidade do humor,

⁴ Trocadilho de José Simão com a palavra pateta, que, além de se referir a uma pessoa boba ou tola, também é o nome de um dos personagens mais populares da Disney.

que dispensa longas explicações, e também mostram como o grupo sonoro de *Buemba!*, *Buemba!* está habituado ao modelo do quadro. Ao mesmo instante, as risadas e o tom alegre do diálogo envolvem o ouvinte – que ouve com o corpo, não somente com a audição, na medida em que se move para a conversa com os protagonistas. O ouvinte participa da comunicação a ponto de praticamente não mais perceber a distância física que os envolve.

Tudo isso é feito de maneira peculiar: com piadas internas e bordões que se repetem a cada episódio, expondo uma ligação perceptível entre os jornalistas pelos diálogos que travam – que acaba por criar ligação também com os ouvintes. Em outro trecho, ouvimos outro clássico do programa: a leitura de placas tidas como engraçadas.

Ricardo Boechat: – *Habemos* placão?

José Simão: – O brasileiro é cordial.

Ricardo Boechat: – Mas *mucho*.

José Simão: – Esse é cordial, curto e grosso. É uma placa num terreno baldio

Ricardo Boechat: – Escrita com cal, né?

José Simão: – Com cal, ha ha ha ha.

Ricardo Boechat: – O cara pegou um pedaço de tábua, pintou, desenhou lá o que ele queria com cal, e pregou numa estaca.

José Simão: – É, é assim: “Lixo no chão, tiro na mão”.

Todos riem.

Ricardo Boechat: – Pronto, né? Tá resolvido. Com o seguinte detalhe: o terreno tá todo lotado de lixo.

José Simão: – Ou seja, ninguém tá nem aí pra levar tiro na mão, ha ha ha. (BUEMBA, BUEMBA!, 2019).

3. BUEMBA, BUEMBA!: O ADEUS A BOECHAT

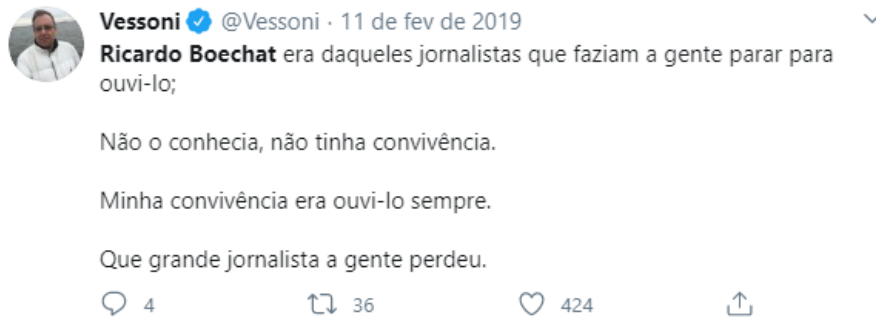
O jornalista Ricardo Boechat faleceu, aos 66 anos, em um acidente de helicóptero que chocou o país, na tarde do dia 11 de fevereiro de 2019. Uma fatalidade fez o comico dividir, então, espaço com a tragédia. É possível que, a partir daí, a perda tenha intensificado os vínculos sonoros.

A morte de Boechat não apenas reverberou em um grupo que trabalhava com ele através da mídia primária, mas impactou o restante do grupo sonoro que se utilizava de outras mídias (secundária e terciária) com a sensação de pertencimento e afeto. As mensagens compartilhadas, principalmente nas redes sociais digitais, tornaram evidente que a falta de um dos propagadores do som que vincula abalou um grupo, conectado por um quadro de humor, que se sentia pertencente nas imagens sonoras.

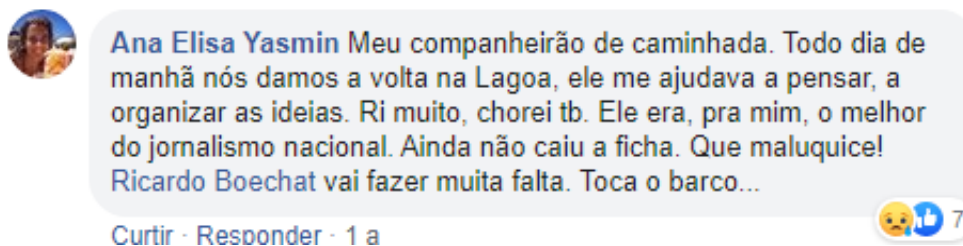
A importância do ouvir tornou-se evidente em pesquisas em internet. Os

profundos lamentos de uma sociedade envolta pela sonoridade se evidenciaram, e a morte de Boechat, aquele que se manifestava com o humor e pelo humor, mostrou que a morte física é ausência de som, e sem a sonoridade o grupo se abala.

Centenas de pessoas utilizaram suas redes sociais para prestar condolências no dia do acidente. Nesta postagem no Twitter, um usuário enfatiza que, ainda que não conhecesse Boechat pessoalmente, sentia como se fosse uma grande perda.



No post de homenagem a Boechat, feito na página oficial da Rádio *BandNews FM* no Facebook, também no dia 11 de fevereiro de 2019, há centenas de comentários de ouvintes abalados.



Constatou-se, durante a pesquisa, que Simão e Boechat também não estavam em um mesmo ambiente físico. Durante dez anos de programa, Simão entrava em contato com Boechat via telefone. Boechat e Simão, unidos pela sonoridade, aumentavam o vínculo com os ouvintes, que se mostravam presentes pelas redes sociais, para enviar piadas, sugestões, críticas.

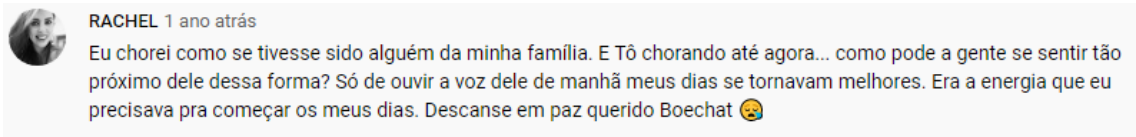
O próprio Simão, de maneira intuitiva, se manifestou de acordo com a pesquisa, resumindo no dia da morte de Boechat muito do que se nota na cultura do ouvir, em conversa com o jornalista e sonoplasta Eduardo Barão:

Eu tô meio devastado, eu tô meio sem condição de falar, mas eu acho legal falar, sabe? Porque ele era meu amigo do coração, né? Meu vice amado, cê sabe disso, né? E para mim é muito difícil pensar que eu nunca mais vou falar com ele, entendeu? (choro). Mas, o que eu quero dizer é que em 8, 10 anos, todo dia de manhã falando, e eu e o Boechat foi uma empatia instantânea, e a gente criou uma dupla que eu acho que jamais será retomada. Aí as pessoas achavam que eu era

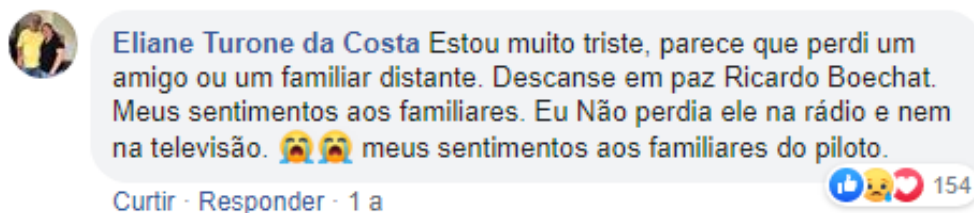
muito íntimo do Boechat, sim, somos íntimos, mas a gente se encontrava pessoalmente muito pouco, entende, era um amor assim (BUEMBA, BUEMBA!, 2019).

O lamento de Simão é compartilhado com outros ouvintes, pertencentes a um mesmo grupo sonoro. A morte de Boechat implicou não apenas ausência física, para pessoas que podiam vincular-se com ele na comunicação primária, mas afetou outros que participavam da comunicação secundária e terciária. Verifica-se, neste fenômeno, um sentimento de tristeza geralmente notado pela ausência de uma pessoa que se comunica presencialmente. Simão resumiu, na sonora transcrita acima, o sentimento de ausência que abalou uma família que se unia por vínculos sonoros. E os sentimentos externados por centenas de pessoa demonstram a força e a grandiosidade desses vínculos criados entre Boechat e os ouvintes.

Nesta publicação, na página oficial do quadro no YouTube, no último programa apresentado por Boechat, uma ouvinte lamenta a perda e como se sentia próxima a ele, mesmo sem conhecê-lo.



O teor dos comentários se repete nas redes sociais, como no caso desta outra ouvinte, que deixou seu depoimento no Facebook.



Estar no mesmo ambiente sonoro, ainda que não no físico, ajuda a explicar como os vínculos sonoros se entrelaçam de maneira tão forte com o corpo humano que, por sua vez, ajuda a compreender como esses ouvintes sentiam-se tão íntimos e próximos das conversas de Boechat e José Simão, a ponto de sentir o luto com a morte do profissional, mesmo que nunca tenham tido nenhum contato direto com ele.

Após o triste acontecimento, o quadro *Buemba!, Buemba!* ficou 14 dias fora da transmissão da Rádio *BandNews FM*, retornando apenas em 25 de fevereiro de 2019. A coluna passou a ser apresentada por Eduardo Barão, que já havia substituído Ricardo Boechat em outras ocasiões, juntamente com José Simão e Carla Bigato, que também já

integravam a coluna.

No retorno de *Buemba!, Buemba!*, os jornalistas abrem o programa, de imediato, com uma homenagem a Ricardo Boechat.

Eduardo Barão: – Assim como a gente aposentou a cadeira do Boechat, tá ali guardadinha na sala da nossa chefe suprema Sheila Magalhães, hoje eu conto com a ajuda de toda a redação. Pela última vez, você vai ouvir esse grito aqui.

(Entra vinheta do quadro *Buemba!, Buemba!*)

Todos: – JO-SÉ-SI-MÃO!

José Simão: – Ha ha ha ha.

Eduardo Barão: Excelência!

José Simão: – Bom dia, Barão!

Eduardo Barão: – Bom retorno, Simão!

[...]

José Simão: – É claro que esse programa vai em homenagem ao careca.

Eduardo Barão: – É lógico, hoje é especial.

José Simão: – Então, palmas pro careca!

(Entra som de palmas) (BUEMBA, BUEMBA!, 2019).

Nota-se que o esforço dos jornalistas não é apenas em homenagear, mas, deixar explícito que, ainda que o programa sofra a partir de agora com a ausência da fala de Boechat, que era parte fundamental desta família sonora, substituir o protagonista não parece ser uma pretensão dos jornalistas que levarão o quadro adiante.

Os apresentadores buscam manter as características da coluna: jargões, ritmo, informalidade, cronograma com a inserção das principais discussões da coluna, como a sessão *Breaking News*, e é possível notar uma maior participação da jornalista Carla Bigato, que participava, claro, anteriormente, mas não de forma tão contundente, já que os diálogos ficavam mais centralizados em Boechat e Simão.

Na edição de 26 de fevereiro de 2019, eles iniciam com o pensamento do dia, repercutindo ainda a cerimônia do Oscar como gancho para outras situações cômicas do Brasil.

José Simão: – Lady Gaga⁵ no Oscar: “O amor é lindo, mas o Bradley Cooper⁶ é mais”.

Carla Bigato: – Ah se é, ha ha ha ha.

Eduardo Barão: – Ha ha ha. Simão, você acha que pintou um clima ou não?

José Simão: – O amor é lindo, mas o Cerveró⁷ é mais.

⁵ Lady Gaga é uma cantora, compositora, atriz e produtora musical norte-americana do gênero Pop. Ganhou o Oscar em 2019 de melhor canção original com a música “Shallow”, e realizou uma performance durante a cerimônia com Bradley Cooper, seu par romântico no filme “Nasce uma Estrela”.

⁶ Bradley Cooper é um ator, cineasta e produtor norte-americano.

⁷ Nestor Cerveró ficou conhecido em 2015 pelas investigações da Operação Lava Jato.

Todos riem.

Carla Bigato: – Credo, que delícia! (BUEMBA, BUEMBA!, 2019).

Os jornalistas discutem outros temas do dia, como o carnaval, mantém o elo do riso como recurso fundamental para a conexão com os ouvintes, incluindo a inserção de materiais enviados pela audiência, mas é perceptível a falta de um som que, definitivamente, era parte deste grupo sonoro e que gerava pertencimento. Criou-se uma lacuna, não no sentido de espaço vazio de texto, mas da ausência de uma imagem sonora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O humor favorece o vínculo de pertencimento entre os comunicadores e ouvintes. A morte de Ricardo Boechat foi um fato inesperado e triste, mas corrobora para a ideia da existência de um imenso grupo vinculado pelo som. A reação dos membros desse grupo sonoro foi intensa, e notou-se, principalmente nas redes sociais digitais, manifestações que reforçam esta hipótese.

Se há um grupo sonoro formado por pessoas dos mais diferentes lugares, todos envolvidos pelo som, base da cultura do ouvir e ecologia da comunicação, a ausência física de Boechat culminou em ausência sonora e, portanto, mostrou a importância dos estudos voltados a este propósito.

Um grupo formado ao redor da comunicação mediada por equipamentos eletrônicos, que era envolto em uma estrutura sonora marcada pelo riso, mas que foi abalada com a falta de um dos protagonistas. O que resta é um ruído sem emoção, que compromete um grupo, união de pessoas que estão acostumadas à uma voz que embala e acolhe.

REFERÊNCIAS

BAITELLO Jr., N. **A serpente, a maçã e o holograma**: esboços para uma teoria da mídia. São Paulo: Ed. Paulus, 2010.

BLOTA, C. F. **O humor e os vínculos no radiojornalismo**: o quadro Buemba!, Buemba! da BandNews FM. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2019.

BUEMBA!, BUEMBA! [S.l.: s.n.], 2018-2019. Vários vídeos. Publicados pelo canal BUEMBA BUEMBA HD. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/BUEMBABUEMBAHD/videos> . Acesso em 7 out. 2020.

BUEMBA!, BUEMBA!, COM JOSÉ SIMÃO. **Rádio BandNews FM**. Disponível em: www.bandnewsfm.com.br/colunista/jose-simao. Acesso em: 7 out. 2020.

DAMACENO, E.; NISHIZAWA, L. K. Humor no Rádio Brasileiro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 22., 1999, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Intercom, 1999.

DIVERSIDADE: programa da TV Itararé. Entrevistado: José Simão. Itararé, SP, 2008. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PZvx0T7VsHE> . Acesso em 7 out. 2020.

FERRARETTO, L.A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2000.

_____. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

MENEZES, J. E. de O. **Rádio e cidade: vínculos sonoros**. São Paulo: Annablume, 2007.

_____. **Cultura do ouvir e ecologia da comunicação**. São Paulo: Ed. Uni, 2016. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/07/CULTURA-DO-OUVIR.pdf>. Acesso em: 15 set. 2020.

_____. **Vínculos sonoros**. Disciplina “Teorias da Comunicação”, ministrada no Programa de pós-graduação em Comunicação. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017.

MORGADO, F. Entrevista cedida a Christiano Fontes Blota via e-mail. São Paulo, jan. 2019.

NASCIMENTO, M. A. M. BandNews FM: “Em 20 minutos, tudo pode mudar” - estudo de caso das inserções do colunista José Simão no programa ancorado pelo jornalista Ricardo Boechat. **Revista Alterjor**, São Paulo, ano 01, v. 02, ed. 02, p. 01-21, 2010.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. **Dicionário de comunicação: nova edição revista e atualizada**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2001.

ROCHA, A. de O. **Paródia satírica e crítica midiática nas notícias fictícias do site Sensacionalista**. 2017. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

SILVA, J. L. de O. A. **“Mergulho no escuro” e outros mergulhos**. Programas de auditório como ambientes radiofônicos. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2014.