

Modelos vocais como reflexo da Indústria Cultural no *Reality Show The Voice Brasil Kids 2016*¹

Maria Tháís Firmino da Silva²
Gerardo Silveira Viana Júnior³
Universidade Federal do Ceará (UFC)

RESUMO

A performance vocal dos participantes do *Reality Show* infantil exibido pela Rede Globo de Televisão, reflete a atuação massiva da Indústria Cultural naquilo que se ouve e reproduz. Os meios de comunicação de massa possuem significativa influência na legitimação de modelos vocais propícios à Indústria Cultural e o reflexo dessa atuação tornou-se evidente a partir da análise de características existentes nas vozes de crianças participantes do *The Voice Brasil Kids 2016* na fase de “Audições às cegas” exibidas em 03 e 10 de janeiro de 2016.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Música; *Reality Show*; Indústria Cultural; Modelo Vocal.

INTRODUÇÃO

Os efeitos da sociedade de consumo sobre a música popular brasileira, destinada ao entretenimento, despontou no início do século XX com a utilização dos meios de gravação fonomecânicos. As formas de cantar, antes conhecidas em cada nicho geográfico, ultrapassaram barreiras de tempo e espaço e, ao longo do mesmo século, se consolidaram a partir das tendências do Bel Canto⁴ e do “modo de falar do povo nas ruas” (MACHADO, 2012, p.20). Sendo que no decorrer da história essas duas formas de canto permaneceram e se estabilizaram resultando na atitude vocal da música popular brasileira.

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Rádio, TV e Internet do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Estudante de Graduação do Curso de Licenciatura em Música; Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB); Técnica em Programação de Jogos Digitais pelo Centro Universitário Estácio de Sá (FIC), e-mail: firminothais@gmail.com.

³ Orientador, professor do Curso de Licenciatura em Música; Bacharel em Ciências da Computação e em Música pela Universidade Estadual do Ceará (UECE); Mestre e Doutor em Educação Brasileira pela Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: gerardovianajr@gmail.com.

⁴ Forma de canto que tem como princípio básico a beleza da voz, sua plasticidade e perfeição encarnadas numa elegante distribuição de harmônicos que resultam em um timbre aveludado e redondo, além de uniformidade e leveza (SCANDAROLLI, Denise; SILVA, Luciano, 2010, p. 255).

Neste contexto, a indústria fonográfica possuiu significativa influência e teve grande importância para a construção de estilos vocais populares, com a valorização de uns em detrimento dos outros. Dentre outros fatores, a estética do canto passou a ser adequada às possibilidades mercadológicas e os meios de comunicação de massa impulsionaram essa estratégia, pois os veículos não propagavam apenas músicas, mas estéticas musicais. A televisão, desde sua inauguração no Brasil em 1950, se tornou determinante na formação de padrões e gostos populares para o consumo. Criou condicionantes de apreciação musical baseada na intencionalidade mercadológica de propagação das produções.

Assim, a música popular brasileira se ramificava mantendo conexões com seu processo de construção, mas atrelada à necessidade de audiência para a compra e venda de discos. Surgindo assim a canção das mídias, da qual se refere Heloísa Valente (2003), nascida no âmbito de uma sociedade já dominada pelos meios de comunicação de massa. Esses são os responsáveis, sobretudo pela tecnologia a eles atreladas, pela propagação da música em todo o lugar, como trilha sonora da vida.

O êxito da Indústria Cultural baseia-se em satisfazer as necessidades criadas, sem esmerar-se na valorização do plural e diverso, porém motivada pela consolidação de fenômenos que proporcionem a estandarização de modelos com viés mercadológico. Desta forma, o espectador não precisa fazer descobertas ou experimentações, tão somente apropriar-se de parâmetros vocais e (des)qualificar o que apresentar-se diferente dos padrões vocais determinados pela Indústria Cultural e, conseqüentemente, consolidados pela mídia.

Hoje, o enigma está revelado. Mesmo se a planificação do mecanismo por parte daqueles que manipulam os dados da indústria cultural seja imposta em virtude da própria força de uma sociedade que, não obstante toda racionalização, se mantém irracional, essa tendência fatal, passando pelas agências da indústria, transforma-se na intencionalidade astuta da própria indústria. Para o consumidor, não há mais nada a classificar que o esquematismo da produção já não tenha antecipadamente classificado. (ADORNO, 2009, p. 9)

MODELOS VOCAIS

A contribuição dos meios de comunicação de massa para a consolidação de uma estética vocal propicia à Indústria Cultural se contrapõe à perpetuação da “genealogia da voz” que, de acordo com Regina Machado (2012, p.16), é o resultado da influência de

gerações que fazem “ouvir o passado no presente e, a partir daí, lançar matrizes para um futuro do canto popular”. No entanto, a padronização vocal estabelecida pela Indústria, ignora essa construção de saberes e se projeta para a uniformidade e o enquadramento das características individuais em parâmetros unilaterais para as formas de cantar.

Os talentos pertencem à indústria muito antes que esta os apresente; ou não se adaptariam tão prontamente. A constituição do público, que teoricamente e de fato favorece o sistema da indústria cultural, faz parte do sistema e não o desculpa (ADORNHO, 2009, p. 6).

Neste contexto, a Indústria Cultural estabelece uma ruptura na referência estética construída com o aprimoramento técnico e interpretativo atrelado à tradição oral, à escuta e percepção, quando se respalda em modelos de canto já estruturados. Esses não se relacionam com a tradição e formas de cantar já fundamentadas na cultura brasileira e não permitem reinterpretações. Ainda que exista influência de outros países no aprendizado dos cantores populares brasileiros, não se está passível de admissão a deslegitimação da construção histórica nacional pela padronização mercadológica.

Cabe lembrar mais uma vez aquilo do quê é feita a música brasileira. Embora chegada no povo a uma expressão original e étnica, ela provem de fontes estranhas: a ameríndia em porcentagem pequena; a africana em porcentagem bem maior; a portuguesa em porcentagem vasta. Além disso a influência espanhola, sobretudo a hispano-americana do Atlântico (Cuba e Montevidéu, habanera e tango) foi muito importante. A influência europeia também, não só e principalmente pelas danças (valsa polca mazurca shottsh) como na formação da modinha (ANDRADE, 1962, p. 25).

De acordo com Consiglia Latorre (2002, p.148), o estilo vocal de muitos intérpretes da música popular brasileira na atualidade segue uma tendência de padronização do canto. A redução de diferenças entre as formas de cantar e a submissão da prática a um modelo único é resultado de um tipo hegemônico de escuta referencial. O modo de expressão musical a que estão coincidindo as diversas parcelas da sociedade se deve àquilo que a Indústria Cultural estabelece como parâmetro de voz.

Portanto, a música propagada repetidamente pelos meios de comunicação de massa, associada ao estilo vocal do interprete que frequentemente utiliza recursos incoerentes à tradição do canto brasileiro, o qual sua “procedência acha-se profundamente enraizada na

fala popular” (LATORRE, 2002, p.149), são determinantes para a reprodução e reforço de modelos vocais que singularizam a pluralidade das sonoridades no cantar brasileiro.

THE VOICE BRASIL KIDS 2016

A partir da exibição da série “Vila Sésamo”, pelo canal educativo do estado de São Paulo com a coparticipação da Rede Globo, na década de 70, diversos programas voltados ao público infantil foram elaborados com vista ao potencial mercado consumidor que esse público passou a representar para o Brasil. Nas últimas décadas, no entanto, a tendência por produções baseadas no formato *reality show* aumentaram, desde o sucesso alcançado pela *Public Broadcasting Service (PBS)*, com a série *An American Family*, e o público infantil também foi contemplado nesse recente modelo midiático.

A terminologia *reality TV* passou a ser utilizada para agregar vários formatos de programas que envolvem pessoas comuns. O *The Voice Brasil*, produzido pela Rede Globo de Televisão, teve sua primeira edição veiculada no país no ano de 2012 e recebeu inscrições de pessoas a partir de 18 anos de idade. Contudo, no ano de 2016, a mesma emissora lançou a primeira temporada do *The Voice Brasil Kids* que inscreveu crianças de 9 a 15 anos de idade. Apesar de o programa apresentar características mais próximas do Talent Show ou mesmo uma versão atualizada do Show de Calouros, adaptado do rádio e exibido na televisão brasileira entre os anos de 1977 e 1992 pelo apresentador Silvio Santos, a Rede Globo classificou o programa como *reality show*.

O programa, que explicita como objetivo revelar talentos mirins da música nacional realiza um processo de seleção para determinar os participantes da competição a ser exibida na rede televisão. A partir de então os candidatos poderão seguir cinco etapas até o fim do programa, “Audições às cegas” é a primeira delas. Nesta fase os jurados técnicos não veem quem está cantando, suas cadeiras são colocadas de costas para o intérprete e se alguma delas forem viradas significa que a criança está apta para a próxima etapa. Assim são formados times com 24 participantes para cada jurado. Segue-se então a fase de “Batalhas”, na qual os competidores cantam em trios e o seu técnico escolhe um para permanecer no programa. A terceira etapa, “Shows ao vivo”, e a quarta, “Semifinal”, além da pontuação dos jurados, envolvem a votação do público para definir as crianças que continuam no *reality*. Já a última fase, “Final”, é totalmente decidida pelos espectadores e resulta na vitória de uma voz que recebe um prêmio em dinheiro e a gravação de um CD.

REFLEXOS NA VOZ INFANTIL

No *reality show The Voice Brasil Kids 2016* pode ser observado o estabelecimento da postura vocal padronizada. Alguns dos artistas infantis participantes dessa primeira temporada apresentaram, inclusive, o “uso indiscriminado do vibrato em quase todas as sustentações das vogais nas finalizações das palavras e frases”(LATORRE, 2002,149). Essa característica que evidencia a influência da música *gospel* norte-americana, pode ser percebida nas vozes da maioria dos participantes que se apresentaram nos dias de “audições” considerados para essa análise, principalmente na performance vocal de Felipe Adetokunbo⁵, que se apresentou pela primeira vez no *reality* e interpretou a música ‘At Last’ e do participante Wagner Barreto⁶, com a interpretação da música ‘Índia’, ambos com 15 anos de idade.

A alteração da dicção e da prosódia, um dos elementos fundamentais para a construção de sentido, da canção brasileira no entanto fica evidente nesses casos. Os cantores mirins postos à prova no programa transparecem a consolidação de estilos que interferem, modificam ou mesmo substituem a essência da música nacional pela adesão aos produtos da Indústria Cultural.

Podemos observar em atuais programas televisivos uma tendência à padronização na performance vocal de cantores populares brasileiros. O sucesso de programas americanos de calouros, como *American Idol* e *The Voice*, refletiu-se no Brasil através da importação dessas franquias, rebatizadas como *Ídolos* e *The Voice Brasil*, em que não apenas o formato do programa é reproduzido mas também a valorização de uma estética estandardizada (EELME; FERNANDES, 2014, p. 1).

Nos dias analisados também foi possível identificar a interferência que os modelos vocais estabelecem na característica tonal das vozes infantis. Exceto as participantes Iris Pereira (9 anos) e Rafa Gomes (10 anos), os demais não apresentaram vozes próprias de criança, mas se esmeraram na tentativa de reproduzir vozes maduras. Diferente da sonoridade percebida em 1983, quando crianças cantavam no programa infantil da Balão Mágico Rede Globo, ou em 1989 com a dupla Sandy e Júnior, o *The Voice Brasil Kids* apresenta artistas que transparecem em suas vozes a necessidade de contrariar a

⁵ Apresentação em 03 de janeiro de 2016. Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4713919/>.

⁶ Apresentação em 10 de janeiro de 2016. Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/4729083/>.

própria fisiologia do aparelho fonador, ainda em desenvolvimento, para alcançar seus objetivos vocais.

Apesar da atuação da Indústria Cultural nas vozes que atingem maior parte do público, é indubitável que milhares de crianças continuem a seguir características vocais próprias, que se assemelham às dos artistas mirins da década de 80. Contudo essas vozes são destoantes para a perpetuação da Indústria Cultural, que se ampara não só na absorção de modelos, mas na reprodução dos mesmos. Por isso os padrões vocais emergentes se refletem na performance de crianças e elas são premiadas por isso. Cria-se portanto um ciclo, cujo resultado é a fragilidade da pluralidade no canto infantil e a transformação dessas características em inadequação vocal.

Às vezes tem-se a sensação de que há uma oposição entre mídia e educação; que a mídia não é o meio apropriado para educar, que ela não desempenha nenhum papel na educação, que a educação pode fazer seu trabalho sem favorecer a mídia (CARLSSON; VON FEILITZEN, 2002, p. 439).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A voz de cada pessoa é o reflexo de suas trajetórias e possui características exclusivas. A voz da criança começa a sofrer alterações já no ambiente familiar a partir da reprodução de emissões vocais frequentes em seu ambiente de convívio. No período da infância, a imitação da voz de adultos é uma tendência natural e faz parte da construção vocal do ser humano. No entanto, a assimilação de um padrão vocal para o canto pode ser determinado, principalmente, pelos efeitos da Indústria Cultural.

O processo seletivo a que os participantes estão sujeitos já delinea os perfis aceitos como coesos à realidade implantada pela Indústria Cultural. Cada um dos que conquistaram espaço na primeira etapa da seleção, antes foram testados em seu canto para atestar suas características vocais enquanto crianças de vozes “padrão”. Possivelmente, os que se propunham a cantar com características vocais próprias, sem acentuada influência mercadológica, não foram consideradas aptas para galgar patamares elevados no *The Voice Brasil Kids 2016*.

Tendo em vista a amplitude do alcance que a televisão possui na sociedade brasileira, em detrimento da ascensão da *internet*, tem-se portanto o reforço de modelos

vocais que, nada mais são, do que o reflexo da Indústria Cultural. Ao considerar o potencial educacional que esse veículo de comunicação detém, seria propício uma abordagem midiática com a valorização do universo infantil na narrativa do *The Voice Brasil Kids*. Neste caso, não seriam crianças padronizadas em suas reproduções vocais, mas a das mesmas em processo de revalorização do canto popular brasileiro com toda a sua construção histórica.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; ALMEIDA, Jorge M. B. de. **Indústria cultural e sociedade**. 5. ed. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2009.

ANDRADE, Mário de. **Ensaio sobre a música brasileira**. 3ª ed. São Paulo: Vila Rica; Brasília: INL, 1972.

CARLSSON, Ulla; VON FEILITZEN, Cecilia. **A criança e a mídia: imagem, educação, participação**. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002.

ELME, Marcelo; FERNANDES Angelo José. **Canto popular e padronização vocal**. Anppom, 2014. Disponível em: <<http://www.anppom.com.br/congressos/index.php/24anppom/SaoPaulo2014/paper/viewFile/3145/819>> Acesso em: 17 de maio de 2016.

LATORRE, Maria Consiglia Raphaela Carrozzo. **A estética-vocal no canto popular do Brasil: uma perspectiva histórica da performance de nossos intérpretes e da escuta contemporânea, e suas repercussões pedagógicas**. São Paulo 2002. Dissertação (Mestrado em Artes) – Universidade Estadual Paulista.

MACHADO, Regina. **Da intenção ao gesto interpretativo: análise semiótica do canto popular brasileiro**. São Paulo, 2012. Tese (Doutorado em Semiótica e Linguística Geral) - Universidade de São Paulo.

PRENSKY, Marc. **Digital natives, digital immigrants**. MCB University Press, 2001. Disponível em: <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>> Acesso em: 10 de outubro de 2015.

SCANDAROLLI, Denise; SILVA, Luciano. **O Bel Canto e seus espaços**. Unicamp, EHA, 2010. Disponível em: <http://www.unicamp.br/chaa/eha/atas/2010/luciano_simoes_denise_scandarolli.pdf> Acesso em: 30 de maio de 2016.