

CORREIA, Eliana Rosa. **O cômico e o crítico nos processos de comunicação:** Chacrinha e a construção de um referencial clownesco na televisão. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica; Mestra. Senac Lapa Scipião; professora. Artista e Pesquisadora.

## **RESUMO**

Este trabalho objetiva realizar uma análise sobre o cômico e o crítico nos processos de comunicação, a partir do corpo do palhaço, e pretende verificar qual espaço essa configuração encontra lugar para uma construção crítica. Entendendo que o corpo cômico do palhaço constitui um tipo de discurso que contém um alto potencial crítico, alguns personagens buscaram essa comicidade como referencial para atuar nos processos de comunicação. Na televisão, temos o exemplo do apresentador Chacrinha, pois, constitui-se um caso no qual a comicidade e o humor, atuaram como uma ignição para a crítica da sociedade. O quadro de referência teórica deste trabalho busca a discussão acerca da sociedade humorística realizada por Lipovetsky (2005), sobre o palhaço de Bolognesi (2003), e o grotesco na comunicação de Muniz Sodré (1980).

**PALAVRAS-CHAVE:** Crítica. Comicidade. Comunicação. Palhaço.

**The comic in the processes of communication:** the clown and the construction of criticality.

## **ABSTRACT**

This work aims to perform an analysis of the comic and the critical in the communication processes, starting from the body of the clown, and intends to verify which space this configuration finds place for a critical construction. Understanding that the comic body of the clown is a type of discourse that contains a high critical potential, some characters sought this comicity as a reference to act in the communication processes. In television, we have the example of the presenter Chacrinha, because, it is a case in which comedy and humor, acted as an ignition for the critique of society. The theoretical framework of this work seeks to discuss the humorous society made by Lipovetsky (2005), about the clown of Bolognesi (2003), and the grotesque in the communication of Muniz Sodré (1980).

**KEYWORDS:** Critical. Comicity. Communication. Clown.

## **O Palhaço e a Construção de Criticidade**

Na história das sociedades, os estudos sobre o cômico, criaram importantes reflexões sobre os processos de mudanças sociais. O cômico e o riso apresentaram diversos significados e funções, atuaram como crítica, questionamento social e

contestação da ordem estabelecida. O riso e a comicidade já foram divinos, satíricos, grotescos, cultuados e odiados, mas sempre presentes nas sociedades. Por evidenciar comportamentos inseridos no meio de uma coletividade, produzem sentimentos de identificação com uma determinada compreensão de mundo, nesse sentido, compreender o que um determinado grupo entende por cômico é também uma forma de analisar e entender contextos e mudanças nos códigos sociais.

Segundo Lipovetsky (2005), em todas as sociedades, incluindo as selvagens, a existência de cultos e mitos cômicos, o divertimento e o riso sempre ocuparam um lugar fundamental, modificando-se de acordo com as mudanças socioculturais. A partir da idade clássica, houve um processo de decomposição do riso, e o cômico foi se afastando cada vez mais da tradição grotesca e bufa e direcionado para a ironia dos costumes e individualidades típicas.

Para o autor, a comicidade entrou na sua fase de dessocialização, privatizando-se e tornando-se civilizada e aleatória. Com o processo de empobrecimento do mundo carnavalesco, o cômico perdeu o seu carácter público e coletivo e em simultâneo com esta privatização, o riso disciplinou-se.

Ao mesmo tempo em que se privatiza, o riso se disciplina: é preciso compreender o desenvolvimento dessas formas modernas de riso, que são o humor, a ironia e o sarcasmo, como um tipo de controle cuidadoso e infinitesimal exercido sobre as manifestações do corpo, nisso análogo ao adestramento disciplinar analisado por Foucault. De um lado e de outro, trata-se de decompor os agrupamentos maciços e confusos isolando os indivíduos, de romper as familiaridades e comunicações não-hierárquicas, de instituir barreiras e divisões, de domesticar constantemente as funções, de produzir “corpos dóceis” mensuráveis e previsíveis em suas reações (LIPOVETSKY, p.114, 2005).

Nessas “sociedades disciplinares” o riso e seus excessos, foi perdendo valor social e do século XVIII ao XIX, o “riso livre”, tornou-se um comportamento considerado baixo, pois encorajava a superficialidade e a obscenidade. Nas sociedades contemporâneas, essa prática continua sendo disseminada, pois a mecanizaçãodo corpo continua disciplinando e o riso pressupõe uma interiorização. A comicidade que escancarava uma sociedade baseada em valores reconhecidos, foi substituída por um humor positivo e desenvolto, um cômico à base de gratuidades e sem pretensões.

Lipovetsky (2005), acredita que o humor e o cômico contemporâneo, em certo sentido não desejam buscar profundidades, tornando os processos de comunicação superficiais e por vezes, vazios de significados críticos. Nas “culturas de massas” o propósito seria oferecer entretenimento à maior quantidade de pessoas e de consumidores possíveis.

Fazendo um paralelo sobre o papel do cômico na sociedade brasileira, podemos destacar os processos cômicos nas relações de comunicação das emissoras de televisão, pois a comédia e o humor sempre marcaram presença na televisão brasileira. Desde o início das transmissões televisivas no Brasil, por volta da década de 1950 a comédia já estava presente, tendo como referenciais cômicos o rádio, o teatro e as chanchadas do cinema nacional. A comicidade passou a fazer parte de algumas emissões televisivas e aos poucos, foi deixando em evidencia que era uma das formas de garantir a audiência.

Com o advento do cinema e da televisão na sociedade de massa, nasce o predomínio da imagem e do som, e devido às diversas mudanças tecnológicas, fomos vivenciando transformações no convívio social e o cômico e o riso, acompanhando essas modificações, também tiveram suas transformações.

Entendendo que o humor e a comédia, foram trivializados pelos meios de comunicação, perguntamos se houve alguma inversão e se a comicidade perdeu a possibilidade de leitura crítica. Se o riso, absorvido pelos meios de comunicação de massa, apresenta-se esvaziado e a comicidade estaria atrelada ao estímulo do consumo, onde estaria o espaço para a construção do cômico que possa fazer rir, mas também estimular a criticidade?

Refletindo sobre o pensamento de alguns autores e com alguns apontamentos sobre as questões supracitadas, este artigo buscou referências para ampliar as discussões, e a figura do palhaço, foi destacada como exemplo para reflexões sobre a construção do cômico e da crítica nos processos de comunicação.

Para compreender como o palhaço atua no processo de questionamento e crítica social, se fez necessário entender, qual o espaço esse tipo cômico possui na proposição de uma leitura crítica da sociedade. Ele é um personagem que pode ser encontrado nos espaços de transformação, pois expõe os avessos das relações cotidianas e assim, consegue imprimir as mudanças ocorridas nos processos sociais.

De acordo com Bolognesi (2003), os palhaços resistem até nossos dias porque possuem uma lógica específica e constroem um movimento contrário ao controle social. Mesmo que existam processos para estabelecer o funcionamento das estruturas, eles sempre tentarão preservar a existência de sua liberdade, utilizando a sua linguagem e seu corpo como mecanismo de adaptação e transformação. Para este autor, o palhaço brinca com as instituições e valores oficiais e seu descomprometimento e ingenuidade, lhe confere certo poder para ridicularizar.

O palhaço enfatizou as grandes hordas de deserdados desse processo civilizatório, ao explorar a inaptidão para a nova realidade produtivista. Ele, principalmente, explorou a coisificação do corpo na sociedade de classes. Ao explorar o grotesco, ele procurou ressaltar os aspectos de uma dominação subliminar, não necessariamente discursiva, que exige do homem e seu corpo unicamente a força de sua produção. O palhaço, assim, sintetiza ou mesmo enfatiza a agressão dos movimentos repetitivos que procura equiparar o corpo do homem à grandiosa virtude das máquinas. Diante de um mundo utilitário, revestido de valores de uso e troca, o corpo grotesco do palhaço pode perfeitamente explorar o sem sentido, como a dizer que há uma inquietação a ser analisada (BOLOGNESI, 2003, p199).

O corpo do palhaço é construído por meio de outras lógicas, outros modos de sentir, agir e pensar. Assim, esses processos são atravessados por uma política particular de relação com a alteridade, que pressupõe uma abertura para o outro. Essa abertura parte da troca e da captura pela imprevisibilidade, pois para o palhaço, deixar-se atravessar pelos imprevistos, é também saber operar na imprevisibilidade, é saber arriscar.

Machado (2005), entende que o palhaço caracteriza-se por ser um personagem que pode estar em qualquer lugar. E onde ele estiver, transforma o espaço, evidenciando outros sentidos e significados das relações ali existentes. Um dos modos possíveis de explicar tal constituição implica a possibilidade de

compreender que a característica cômica do palhaço se encontra num estado particular de comunicação e interação.

O clown e o ambiente em que ele está dispõem-se mutuamente a um jogo de receber, trocar e devolver estímulos. Essas questões estão relacionadas de modo mais amplo à habilidade e aptidão do corpo para permanecer no tempo e no espaço. O corpo incorpora imagens, sensações e pensamentos de movimento e os produz na medida que incorpora um jogo contínuo da relação corpo/ambiente (MACHADO, 2005, p. 43).

Nesse sentido, o palhaço por meio de seu corpo cômico e sua lógica específica, tem a capacidade de potencializar adaptações e transformações no meio em que o cerca. Atuando na contramão, ele fixa suas ações à margem das regras e assim constrói uma modulação contrária para estabelecer uma relação diferente em torno da disciplina e do controle social. O seu corpo cômico atua com o ambiente e disponibiliza trocas de informações.

Para Katz (2010), devemos pensar o corpo a partir da sua característica processual, enquanto mídia de si mesmo, como um sistema vivo e em trânsito contínuo de trocas de informações com o ambiente.

[...] as mudanças passam a fazer parte do corpo e do ambiente, e como não se estancam, não param de transformar a coleção de informações que constituem cada corpo, uma coleção, portanto sempre transitória. Assim, um corpo está sempre comunicando quais as informações que o constituem em cada momento. Ele não é um veículo ou um canal ou um meio pelo qual alguns conteúdos internos, de vez em quando, podem ser expressos. O corpo é sempre mídia de si mesmo (da coleção de informações que o forma a cada momento) e não um corpo que depende de uma ação voluntária para expressar-se. Por isso, todo corpo é um corpomídia (KATZ, 2010, p.12).

Deste modo, o corpo grotesco do palhaço sugere uma diversidade para transformações sociais e por intermédio da sua linguagem própria, consegue ampliar a construção de significados cômicos. Sendo mídia de si mesmo o palhaço procura estabelecer conexões com o ambiente e realizando trocas, ele consegue ressaltar por meio de seu corpo, os aspectos de uma dominação social. Trocando informações constantes com o ambiente, ele se utiliza do ridículo como uma resposta crítica para suas inquietações.

## **Abelardo Barbosa no Circotelevisivo**

José Abelardo Barbosa de Medeiros, o Chacrinha, nasceu em Surubim, Pernambuco, no dia 30 de setembro de 1916. De família pobre, trabalhou durante a juventude para ajudar seus familiares. Seu pai era comerciante e várias vezes, teve decretada a falência de seus negócios. Chacrinha começou a Faculdade de Medicina em 1936, com 20 anos e não pensava em ser artista. Como estudante de Medicina, foi convidado para uma palestra na Rádio Clube de Recife, para uma plateia formada por estudantes e convidados.

Nessa apresentação, Abelardo Barbosa mostrou o seu talento em se comunicar com o público e foi convidado para trabalhar como locutor pelo diretor artístico da Rádio, iniciando ali sua vida artística. Naquele momento, ele viu uma oportunidade de trabalhar e ajudar de alguma forma o pagamento dos seus estudos. Porém, por falta de dinheiro, foi obrigado a abandonar a Faculdade pouco tempo depois e nunca mais deixou de estar ligado à vida artística no rádio ou na televisão.

Mudou-se para o Rio de Janeiro logo após ter sido convidado para excursionar em um navio de cruzeiro, o Bagé, que voltou da Europa com o início da Segunda Guerra Mundial. Nessa época, o objetivo de Chacrinha era conseguir um emprego e retomar seus estudos de Medicina. Mas, em 1940, novamente começa a trabalhar em rádio e enveredou definitivamente pela carreira artística.

Na Rádio Clube de Niterói, em Icaraí, que ficava em uma chácara, Chacrinha teve a oportunidade de trabalhar novamente como locutor. Mas, insatisfeito com a programação em que atuava, Abelardo Barbosa pediu à direção da emissora para fazer um programa de música carnavalesca, tarde da noite. Com a aprovação, o programa "O Rei Momo na Chacrinha" foi ao ar em 1942.

A fama de "maluco" estava consolidada. O estilo irreverente do comunicador, que recebia seu público na chácara de cuecas e com um lenço na cabeça, acabou ganhando fama e após o carnaval daquele ano, o programa mudou de nome para "O Cassino da Chacrinha". O programa era pouco convencional, Chacrinha simulava entrevistas com artistas famosos e recriava a atmosfera de um verdadeiro

cassino, fazendo o uso de efeitos sonoros que não dispensavam a colaboração de galos e outros bichos que existiam na chácara. O então locutor José Abelardo atuou no rádio durante esse período e teve como influência para seus programas radiofônicos os carnavais cariocas das décadas de 1930 e 1940, os cassinos, os circos e as festas populares, sobretudo as nordestinas.

Entre o ano de 1943 e 1944, José Abelardo deixou de se apresentar para fazer uma cirurgia. Em seu lugar foi escalado o locutor Júlio Louzada e enquanto substituiu o locutor principal, Louzada dizia várias vezes que José Abelardo, “O dono da Chacrinha” estava fora do ar por problemas de saúde. Quando retornou de sua licença médica, Abelardo Barbosa já havia se transformado no “Chacrinha” e o nome do programa mudou para “O Cassino do Chacrinha”.

O programa ficou no rádio até 1955, quando o comunicador foi buscar um espaço na televisão. Quase todas as emissoras de televisão do Brasil tiveram o apresentador como contratado. Sua estreia aconteceu na TV Tupi, em 1957, e Chacrinha iniciou sua apresentação já com um figurino peculiar para a época e continuou na televisão brasileira com grande sucesso, durante três décadas.

No ano de 1959 foi trabalhar na TV Excelsior, apresentando “A Hora da Buzina”, um dos primeiros programas de calouros do Brasil. Chacrinha se apresentava com as fantasias extravagantes e era considerado um comunicador com “postura anárquica”, o que lhe conferiu problemas com a censura da Ditadura Militar.

Chacrinha, assim como todos os artistas advindos do rádio, teve que se adaptar ao novo meio de comunicação. Acostumado a apresentar seu programa no rádio trajando apenas cueca, batendo em pratos, panelas e diversos outros objetos improvisados, o apresentador buscou recursos visuais inéditos na TV para se diferenciar dos demais programas de auditório.

Vestindo figurinos espalhafatosos, munido de buzina e abacaxi para desclassificar seus calouros e apresentando um humor debochado, Chacrinha alcançou grande popularidade. Seus bordões são lembrados e usados até os dias

de hoje: “Teresinha. Uh, uh!”, “Eu vim pra confundir, não para explicar”, “Quem não se comunica, se trumbica”.

Seus programas foram sucesso em todas as emissoras nas quais Chacrinha trabalhou. Às quartas-feiras, era o dia da "Discoteca do Chacrinha", programa que lançou muitos ídolos da MPB e que tinha como atração as Chacretes, que se transformaram em verdadeiras musas da televisão na década de 70.

Chacrinha passa por diversas emissoras, mas é no final dessa década, quando vai para a TV Globo, que ele se tornou o grande fenômeno de massa da televisão brasileira. Na década de 1970 atua novamente na TV Tupi, na TV Record e em especial na TV Bandeirantes em que reencontrou seus melhores momentos. Em 1982, retorna para a TV Globo, e o seu programa Cassino do Chacrinha, entre 1982 a 1988 atingiu diversas vezes a marca dos 65 pontos de audiência (em uma escala de 0 a 100), um índice quase impossível de se alcançar nos dias de hoje, com um cenário mais segmentado e com a forte concorrência da Internet. Mas mesmo se considerarmos que tanto Faustão como Gugu, os mais populares apresentadores de programas de auditório da atualidade, no final da década de 1980 e início da década de 1990, em um cenário muito parecido com o que Chacrinha tinha em seus anos de televisão, conseguiram em média 30 pontos, enfere-se que Chacrinha foi um apresentador diferenciado (ROHRER, 2010, p.18).

Em 1988, sua saúde começou a apresentar sinais de fraqueza. Chacrinha faleceu em 30 de junho do mesmo ano, de infarto de miocárdio e insuficiência respiratória, aos 70 anos. Seu enterro, no Cemitério São João Batista, no Rio de Janeiro, contou com a presença de 30 mil pessoas, entre artistas, políticos e populares, evidenciando o quanto era querido pelo grande público e respeitado como comunicador.

### **Chacrinha: o velho palhaço da televisão brasileira**

Segundo Pereira (2009), os programas de televisão apresentados por Chacrinha, foram uma extensão do Barroco brasileiro presente no Tropicalismo e no confronto à linearidade que a Ditadura Militar procurou impor aos brasileiros, com o seu moralismo-classe-média.

Como o Barroco, estilo de junções e injunções sensíveis, o Chacrinha demonstrava o avesso de um país a partir das banalidades cotidianas, cosendo uma estética do aqui e agora próxima ao senso comum, ao tom coloquial dos poetas populares, dos vendedores de folhetos de cordel nas feiras do Nordeste brasileiro, da sonoridade da Banda de Pífanos de Caruaru (PE) (PEREIRA, 2008, p.2).

Desse modo, assistir ao programa do Chacrinha era penetrar em um mosaico no qual sonoridades e imagens circulavam da câmera de TV para o olhar dos telespectadores. No centro do palco, estava um homem e suas “personas”: o palhaço, o bufão, o herói pícaro, o rei que cede o seu trono aos talentos musicais e, ao mesmo tempo, pune os desafinados com a sonoridade de sua buzina.

De acordo com Rohrer (2010), podemos considerar que os programas de auditório, além da inspiração do Rádio, também têm sua origem no circo. Um mestre de picadeiro está sempre pronto para apresentar as atrações do circo - os palhaços, equilibristas, malabaristas, entre outros. E os programas de auditório contam com a presença de um animador ou assistente de palco, os quais ficam orientando a plateia para melhorar as apresentações. Este gênero da televisão brasileira foi incorporando alguns elementos circenses à sua linguagem, e ganhando a preferência do grande público.

Em 1978, em uma entrevista na TV Cultura, Chacrinha afirmou que tentava dar aos seus programas, um aspecto tropical-nordestino. Porém, ele admitiu ser uma tarefa difícil, pois estava dentro do contexto homogeneizado dos meios de massa, o que lhe fez buscar uma linguagem e imagem própria do que seria o Brasil.

Um fato absolutamente notável é que quanto mais voltamos na história dos programas de auditório, mais nos aproximamos do universo da cultura popular. Passando pelas histórias das primeiras emissoras de TV e das manifestações culturais que constituíram suas fontes mais diretas (o rádio, a “chanchada” e o teatro de revista), acabamos por descobrir sua ligação profunda com o circo e a festa popular. E aqui temos dois problemas: o da tradição de pensar a cultura popular como algo cristalizado no passado que, no máximo, sobrevive no presente e de sua oposição ao conceito de cultura de massa (MIRA, 2000, p. 128).

Segundo Souza (2004), os programas de auditório prendem a atenção do público e do telespectador pela variedade de atrações apresentadas em um só programa, aproximando-se da mesma linguagem utilizada pelo circo.

O público do gênero auditório também comparece para mostrar alegria, animação, interesse, podendo cantar, dançar, dar opinião, sempre instigada pela figura do apresentador, que centraliza a atenção e conduz o programa. ...Todos os programas de auditório estão sempre ligados a um nome, o do apresentador ou apresentadora, que fazem o sucesso do gênero.

Chacrinha, J. Silvestre, Flávio Cavalcanti, Silvio Santos deram origem a outros que permaneceram no ar em várias redes, utilizando-se das mesmas técnicas usadas pelos antecessores (SOUZA, 2004, P. 94-95).

Nos programas apresentados por Chacrinha, havia uma linguagem que conjugava elementos em movimento, que avançam e recuavam ao mesmo tempo. Muitas imagens não eram fixas, ou com enquadramentos habituais, mas percorriam todo o corpo do apresentador. Esses movimentos próximos às câmeras, traziam uma sensação de aproximação com o telespectador.

Esse corpo do apresentador sai do seu casulo - o tubo catódico - e procura alcançar o telespectador, se tornando comunicação fática, ora representada pelo dedo de Chacrinha na câmara (roda, roda, um minuto de comercial...), ora matizando bordões sobre a lógica comunicacional: “eu vim para confundir e não para explicar”. Noutro nível da linguagem, o apresentador procurava materializar a prosódia através da pontuação das falas com os dedos sobre os lábios, como se o gesto físico fosse capaz de ampliar a sonoridade das palavras (o dedo no canto da boca ditava o ritmo dos discursos de Abelardo Barbosa) (PEREIRA, 2008 p.3).

Um outro aspecto dos programas do Chacrinha é a utilização do som enquanto um narrador da cena, unindo o som ao movimento das imagens. As câmeras eram sonoras, as imagens viravam gestos e os sons conjugavam uma profusão de signos. A participação do público nos seus programas se dava de maneira diferenciada. Fosse o público no auditório, ou quando o telespectador via o programa pela televisão, todos assistiam um programa sem molduras estéticas convencionais.

Sodré(1980) acredita que a diferença entre o Chacrinha e os outros animadores está menos na sua intencionalidade de comunicador e mais na singularidade da sua apresentação. O autor destaca alguns aspectos, como o traje, os recursos retóricos e as marcas expressivas, que o aproximava do universo dos palhaços.

O *traje* de Chacrinha não configura uma fusão harmônica, ele misturava vários estilos. Ele usava minissaia, traje exclusivo do outro sexo, sem se travestir; usava botinhas e babados de estilo “aristocrático”, sem pretender interpretar um aristocrata; idem para o chapéu de pirata. Essa mistura resulta em uma imagem próxima a de um palhaço clássico (SODRÉ 1980 p.79).

O autor também analisa os recursos retóricos, pois Chacrinha usava um palavreado fortemente marcado pelo *nonsense*<sup>1</sup> mas, ao mesmo tempo, conseguia fixar a atenção geral, utilizando a palavra junto com a mímica. Por exemplo, colocar o dedo no canto da boca para anunciar sua fala, e quando está falando, deslocar o dedo para frente e para trás para, desse modo, afirmar o mesmo significado: o Chacrinha está falando!

Esses gestos podem investir-se, as vezes, de função poética: quando, por exemplo, ele traça círculos no ar com a ponta do dedo, acompanhados de uma divagação (“roda, roda...”), está provavelmente, e conscientemente, se referindo ao próprio ato de transmissão de seu programa – rodar, em gíria televisiva, significa colocar no ar. Referir-se aos elementos de constituição ou estrutura da mensagem é o que Jakobson designa como função poética da comunicação. Por outro lado, o pano da linguagem articulada, os seus ditos jocosos quase sempre obedecem a uma rima...Uma comparação: a) chacrinha: “como vai, vai bem? / Veio a pé/ Ou veio de trem/ (SODRÉ, 1980, p.80).

O modo jocoso de utilizar as frases, muitas vezes rimadas, nos traz também aproximações de versos da cultura popular, dos palhaços de ruas e feiras. Assim como, com relação às marcas expressivas, que segundo Sodré, ele utilizava com habilidade. Algumas das suas características físicas, como por exemplo: empurrar os outros com a barriga, sorrir maliciosamente e com prolongamentos, fazem referências aos corpos e movimentos grotescos e bufos. Esses aspectos devolveram ao telespectador brasileiro a figura do palhaço. Com sua provocação ao risível pela derrisão, Chacrinha é a adaptação da cultura oral à mídia televisiva. Sodré (1980) vê em Chacrinha a configuração dos loucos, dos bobos da corte, e dos clowns:

O clown, o palhaço, é o louco profissional. Só ele pode sorrir sonoramente ante o escândalo da existência e levar-nos a reconhecer a nossa condição tragicômica. A mímica do palhaço é a estilização do nosso ridículo cotidiano – nossos hábitos repetidos, nossos estereótipos. Para fazer rir da realidade, ele, inconscientemente, se distancia dela, apontando, no mesmo movimento revelador do grotesco. O Chacrinha é o bobo da corte do consumo. Ele não nos impinge uma falsa verdade: seu programa não se disfarça como educador ou artístico. Ele nos faz ver (repetimos: apesar dele próprio) o ridículo de nossa sociedade como “sociedade de consumo” ...e lá vai bacalhau na cara de quem não tem dinheiro para compra-lo, mas consome televisão! O Chacrinha é, em suma, o palhaço adaptado à circuitividade

---

<sup>1</sup> **Nonsense** ("sem sentido", "contra-senso" ou "absurdo", em inglês) é uma expressão que denota algo disparatado, sem nexos. A expressão é frequentemente utilizada para nomear um estilo característico de humor perturbado e sem sentido, que pode aparecer em diversas artes.

eletrônica. O bacharel quer fazer discurso em seu programa? Lá vai o dedo desmoralizador na boca do chato! (SODRÉ, 1980, p.81).

De acordo com Rohrer (2010), quando Chacrinha decidiu procurar um espaço na recém-inaugurada televisão brasileira, levou toda a sua experiência do rádio. Ele também se apropriou de elementos dos carnavais cariocas das décadas de 1930 e 1940, do circo, dos cassinos e também das festas populares, dos pastoris e do teatro de revista. Assim, pôde adicionar um toque irreverente ao novo meio de comunicação, diferente de outros apresentadores, que apenas migraram do rádio para a televisão, sem adicionar nenhum outro elemento a esse veículo.

Em Pernambuco é tradicional a variedade de festas e ritmos. Ao lado do frevo, estão o maracatu, o afoxé, o samba, os caboclinhos e os pastoris (festas religiosas). Pastoril é uma denominação dada no Brasil às festividades que originalmente reviviam a jornada dos pastores a caminho de Belém, para louvar Jesus Cristo e sua família. Com o passar do tempo, principalmente no início do século XX, as festividades com a temática natalina perdem força, e o pastoril embora não deixasse de evocar a natividade, caracteriza-se pelo ar profano, por certa liberdade e até pelo exagero pornográfico, como aconteceu nos Pastoris antigos do Recife. Nessa festa temos uma figura central, O Velho, em que cabe a ele, com suas largas calças e seus paletós amassados, seus ditos, suas piadas, suas anedotas e suas canções obscenas, animar o espetáculo, mexendo com as pastoras (mocinhas que o ajudam). Esse personagem também brincava com os espectadores, inclusive, recebendo dinheiro para dar os famosos bailes - descomposturas - em pessoas indicadas pelo público (ROHRER, 2010, p.15).

Seu estilo singular de apresentação conferia aos seus programas uma estética diferenciada, que o destacava dos outros apresentadores de programas de auditório. Muitas das inspirações de Chacrinha vieram desse personagem, o Velho, que é popular e muito conhecido dos Pastoris de Pernambuco, também chamado de Velho Quiabo, Velho Faceta, Véio Mangaba, entre outros.

O Velho Quiabo, era um velho que aparecia durante o carnaval em Recife e Olinda dizendo chistes engraçados para as moças, brincadeiras para os homens. Uma figura que evocava o teatro de bonecos nordestino. Um ser ligeiramente obsceno que fazia o público rir com esse tipo de graça. Um tipo de humor que brincava sempre com o sexo ficava na fronteira da sacanagem. Buzinar a moça, passar a mão nela, era todo um jogo de palavras que para esse personagem no Nordeste é maldoso, mas socialmente aceitável. O Velho Quiabo era um personagem que fazia graça, divertia as pessoas com esse espírito, e Chacrinha recriou na TV algo do gênero. (RITO; BARBOSA, 1996, p. 41).

O Pastoril é um dos principais folguedos do Ciclo Natalino e suas

apresentações buscam atingir um grande número de espectadores. No enredo do Pastoril, há uma grande ênfase na figura do Velho do Pastoril, que se assemelha ao palhaço de circo. No Pastoril, algumas músicas são cantadas pelo coro de pastoras, e o Velho tem participação privilegiada: ele canta nos intervalos, conta suas anedotas e sai mexendo com a plateia.

De acordo com Santos (2005), esse folguedo tem derivações: o Pastoril Profano, que é um popular dramático praticado em alguns estados no Nordeste, e muito conhecido no Estado de Pernambuco, e o Pastoril Sagrado, também conhecido como Pastoris e Auto das Pastorinhas, entre outras nomeações. O Pastoril Profano também recebe outros nomes, como o de Pastoril de Ponta-de-Rua, Pastoril de Velho, dentre outros associados ao nome do personagem Velho, como Pastoril do Velho Barroso, Pastoril do Velho Faceta, Pastoril do Véio Mangaba.

A presença de mulheres como protagonistas neste folguedo é um fator próprio e determinante. Outros folguedos, como o Bumba-meu-Boi, Cavalo-Marinho, Marujada, Folia de Reis, Reisado, quando precisam interpretar um personagem feminino, tem o costume de não utilizarem mulheres, e sim homens travestidos. Sempre existiu um tabu com relação à presença e participação das mulheres nos folguedos, principalmente do Nordeste. O Pastoril Profano foge à regra e se utiliza das mulheres, como motivo principal e atrativo. Neste aspecto, o Pastoril mostra-se avançado, inovador em relação aos demais folguedos populares (SANTOS, 2008 p. 135).

Chacrinha, com seu personagem clownesco, mais próximo dos palhaços derua e dos pastoris, levou para o “circo televisivo” um pouco do divertimento da praça e das feiras. Com seu estilo autêntico de apresentação, levava aos telespectadores um vigor próximo das festas populares. Jogava bacalhau no público do auditório, distribuía abacaxis para os calouros eliminados, sempre acompanhado da buzina, sua marca registrada. As famosas Chacretes o ajudavam a animar os programas e essa concepção, velho e dançarinas, se aproxima muito ao enredo dos folguedos do pastoril, realizado no Nordeste. É justamente este estilo único, com essa estética diferenciada, que o afasta da maneira tradicional de apresentar os programas de auditório. Ele registrava uma proximidade com as festividades populares que, de um modo geral, têm um papel fundamental na história da sociedade. Segundo Bakhtin (1987), todas as festividades, de qualquer tipo que sejam, são uma forma primordial e marcante da civilização humana.

Não é preciso considerá-las nem explicá-las como um produto das condições e finalidades práticas do trabalho coletivo nem, interpretação mais vulgar ainda, da necessidade biológica (fisiológica) de descanso periódico. As festividades tiveram sempre um conteúdo essencial, um sentido profundo, exprimem sempre uma concepção do mundo. (...) As festividades têm sempre uma relação marcada com o tempo. (BAKHTIN, 1987, p. 7-8).

A influência das festas de porta de igreja, das feiras nas praças e pastoris, representou para Chacrinha a construção de uma identidade clownesca, festiva e nordestina. A diversidade, a troca, a mudança e a aceitação de outros elementos contribuíram para a criação de um processo de comunicação aberto.

Para Castells (2006), do ponto de vista sociológico, a construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso. “Todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social” (2006, p. 23).

Chacrinha, por meio de sua linguagem própria, trouxe uma nova perspectiva para os programas de auditório e contribuiu para a construção de uma nova identidade nos modos de fazer televisão. A estética que Chacrinha criou nos seus programas, ao longo de seus mais de 30 anos de carreira, não existe mais, ficou quase esquecida no cenário da televisão atual, e se for comparada aos diversos programas atuais, continua muito original.

Chacrinha foi o único que conseguiu resgatar, na televisão, a comicidade popular com toda sua força. Ele foi o bufão, o bobo da corte e o palhaço do circo. Ninguém aproximou mais os programas de auditório dos fundamentos da festa popular: a liberação, o riso e a glotonaria. Paródia de si mesmo. Paródia da televisão (MIRA, 2000, p. 54).

Ele foi um inovador, uma referência na arte de fazer televisão, e na assinatura que criou, se reconhece a força da linguagem circense na invenção de um personagem inspirado nos palhaços das festas nordestinas. O seu personagem fez história. A televisão continuou se transformando com as novas tecnologias, porém não soube dar continuidade com outras misturas da diversidade brasileira.

Chacrinha, contribuiu para resgatar a festividade, a carnavalização e a comicidade que são próximas do universo da cultura popular.

Quem poderia negar, assistindo ao Chacrinha, que o odor do bacalhau atirado ao público ultrapassava os limites do vídeo? Por isso, ter visto os programas apresentados por Abelardo Barbosa foi sempre um desafio para os linguistas e historiadores. [...] Isto faz a diferença entre o Cassino e a Buzina de Abelardo Barbosa de outras emissões televisuais como: o Programa do Ratinho, Marica, entre outros, que apostam na “supremacia” do mau gosto, ou no grotesco como degeneração do bom gosto. Ao contrário, o Chacrinha unia formas distintas e mostrava que a complexidade não é sintética, unindo exercício de ver e ouvir para além da compreensão denotativa das imagens, como: o cantor mascarado, a nudez circense das Chacretes, a jurada-mãe, o jurado-irascível, e o patrocinado assolando a inocência estética dos calouros (PEREIRA, 2008 p.3).

Ele soube trabalhar com o improviso, aproximando-se da tradição popular, clownesca e bufa, e assim construiu uma linguagem simbólica, crítica e cômica. Procurando demonstrar que a vida estava no palco, ele coloca, aos olhos da sociedade, que o palco era a própria vida. Quando nos fazia rir, assumia também o papel de crítico social, pois apontava as nossas mazelas. Já dizia o Velho Guerreiro, “Quem não se comunica, se trumbica”, antecipando a importância que a comunicação viria a ter. O velho palhaço da televisão brasileira, já anunciava com este, que se tornou o seu jargão, um dos principais traços do que viria a se constituir as sociedades contemporâneas.

A batalha vencida por Chacrinha foi a de fazer uma televisão diferente, inovadora, criativa que continha diversos elementos que o influenciaram: o rádio, o circo, as festas populares, os carnavais. O seu grande desafio e sua grande vitória foi ter feito tudo isso na televisão e ter compreendido como poucos o que realmente interessava ao telespectador. Ao se analisar os programas, tem-se a dimensão de como tudo isso funcionava para o apresentador, para o público do seu auditório, para o telespectador e para os artistas. O programa era uma grande festa, mas antes de tudo era uma festa para e na televisão (ROHRER, 2010, p.74).

## Referências

BAKHTIN, Mikhail M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**, o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1987.

BOLOGNESI, Mário Fernando. **Palhaços**. São Paulo: UNESP, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Trad. Paqueta de Oliveira e Gustavo Cardoso. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

KATZ, Helena. **Corpomídia não tem interface**: o exemplo do corpo bomba. *In*: RENGEL, Lenira; THARALLANO, Karin (Org.). Coleção Corpo em Cena Volume 1. São Paulo: Editora Anadarco, 2010. p. 9 a 23.p. 20.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Editora Manole, 2005.

MACHADO, Maria Ângela de Ambrosis Pinheiro. **Uma nova mídia em cena**: corpo, comunicação e clown. 2005. 120 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico**: Silvio Santos e o SBT. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

PEREIRA, Wellington. **O palhaço barroco da mídia brasileira**. Revista eletrônica. Disponível em:[http://www.insite.pro.br/2009/Fevereiro/Wellington\\_Chacrinha.pdf](http://www.insite.pro.br/2009/Fevereiro/Wellington_Chacrinha.pdf). Acessado em: 15 de jun. de 2018.

ROHRER, Cleber Vanderlei. **Programas do Chacrinha**: inovação da linguagem televisual. 2010. 112 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

RITO, Lucia, BARBOSA, Florinda. **Quem não se comunica se trumbica**. São Paulo: Editora Globo, 1996.

SANTOS, Ivanildo Lubarino Piccoli dos. **Os palhaços nas manifestações populares brasileiras**: bumba-meu-boi, cavalo-marinho, folia de reis e pastoril profano. 2008. 227 f. Dissertação (Mestrado em Artes). Universidade Estadual Paulista, São Paulo.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1980.