Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo
Orientador: Prof. Carlos Henrique Novis

TCC SHOW

O PROGRAMA DE AUDITÓRIO ESTÁ NO AR

por
HUGO COELHO EVARISTO

Brasília, Novembro de 2017

Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Departamento de Jornalismo

Orientador: Prof. Carlos Henrique Novis

TCC SHOW

O PROGRAMA DE AUDITÓRIO ESTÁ NO AR

por

HUGO COELHO EVARISTO

Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo da Universidade de Brasília.

Prof. Orientador: Carlos Henrique Novis

Brasília, Novembro de 2017

Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Departamento de Jornalismo

Orientador: Prof. Carlos Henrique Novis

Memorial apresentado ao Curso de Comunicação Social, da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em jornalismo, submetida à aprovação da banca examinadora composta pelos seguintes membros:

_____

Prof. Ms. Carlos Henrique Novis (Orientador)

_____

Prof .ª Ms. Érika Bauer de Oliveira

_____

Prof ª. Dr ª. Dácia Ibiapina da Silva

_____

Prof . Dr. Sérgio Ribeiro (Suplente)

À minha amada mãe, que já sabia do meu potencial nos primeiros dias de vida e já dizia que eu seria um grande homem. Ao meu pai, pelo amor e recurso investido, ao meu irmão por sempre acreditar no meu sucesso. Aos comunicadores da TV, que me inspiraram a pesquisar este tradicional e divertido gênero televisivo. A Deus, por me dar isso tudo.

AGRADECIMENTOS

Eis aqui o resultado de um grande esforço que, de certo modo, começou a ser feito há quase oito anos quando, ainda no Ensino Médio, aventurei-me a fazer o vestibular da Universidade de Brasília com um único intuito: formar-me jornalista por essa instituição e, após algumas provas e provações, chegar ao meu objetivo e escrever essa página.

A Deus, o meu agradecimento especial por me presentear com uma família como a que tenho e me dar tanta força para acreditar no meu potencial e na minha própria fé.

Às várias doses de ânimo do meu pai, que a cada final de vestibular me levava ao Outback e me perguntava se eu tinha me saído melhor que a prova anterior, além de me permitir escolher a profissão que eu quisesse.

À minha mãe, que talvez não tivesse tanta fé até me assistir pela pela primeira vez na tela da UnBTV, mas, ao mesmo tempo, sempre disse que eu tinha "cara de âncora".

Ao meu irmão, que sempre achou que eu seria bem sucedido, conhecido e muitas vezes disse não ter dúvida do meu sucesso.

Aos professores da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Érika Bauer, Dácia Ibiapina, Sérgio Ribeiro, Elen Geraldes, Janara Kaline, e especialmente ao Caíque Novis que abraçou o meu desejo de fazer algo diferente, mas logo no início da graduação me deu, sem saber, uma violenta injeção de ânimo para buscar o meu espaço.

À Gabrielle Freire, por ser minha fiel escudeira durante a graduação, pela parceria, pela paciência e pela fé que ela deposita nos nossos sonhos profissionais.

Ao Frank Lopes, por me abrir as portas da UnBTV, à Mônica Krieger, por ensinar a importância da postura e da voz, ao Rodrigo Orengo, por ensinar o que é profissionalismo e me permitir falar para milhares de ouvintes, quiçá milhões, tal como inúmeros telespectadores pelo Grupo Bandeirantes de Comunicação. À Rose

Angélica, que me apresentou o universo do SBT e acreditou no meu potencial para este veículo o qual sou apaixonado.

RESUMO

O presente produto audiovisual e sua memória têm como propósito examinar os elementos e a estrutura que é amplamente utilizada pelos programas de auditório na televisão brasileira aberta desde o seu surgimento até os dias atuais e, como resultado, entender o êxito deste gênero televisivo e sua presença cativa nas grades de programação.

Deste modo, foi realizado um programa de auditório utilizando como base o conteúdo das atrações dos principais comunicadores da história da televisão brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: 1.Mídia, 2. Televisão, 3.Popular ,4. Programa de Auditório

ABSTRACT

These film and its research's describing report has the purpose to exam the elements and structure very used by the brazilian tv shows with auditorium from its beginning to the present and as result to comprehend the success of this kind of tv show and its space on the list of tv stations.

By the way, was produced a tv show making reference to the content of the attractions of the principals tv hosts of the brazilian television history.

KEYWORDS: *1.Media, 2. Television, 3.Popular ,4. Auditorium TV Show*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO **10**

2 PROBLEMA DE PESQUISA **12**

3 JUSTIFICATIVA **13**

4 OBJETIVOS **15**
4.1 OBJETIVO GERAL 15
4.2 OBJETIVO ESPECÍFICO 15

5 REFERENCIAL TEÓRICO **16**
5.1 O TEATRO DE REVISTA 16
5.2 A POPULARIZAÇÃO DO RÁDIO NO BRASIL 18
5.3 DO RÁDIO PARA A TV: O PROGRAMA COM IMAGENS 22
5.4 AS PRINCIPAIS ATRAÇÕES DA TV ABERTA 24
5.4.1 Programas de auditório da década de 1950 24
5.4.2 Programas de auditório da década de 1960 25
5.4.3 Programas de auditório da década de 1970 26
5.4.4 Programas de auditório da década de 1980 26
5.4.5 Programas de auditório da década de 1990 27
5.4.6 Programas de auditório do século XXI **29**
5.5 O PAPEL DO APRESENTADOR NA TV 29
5.6 OS INGREDIENTES INDISPENSÁVEIS PARA O GÊNERO 30
5.6.1 A música no auditório 31
5.6.2 Provas que valem prêmios 32
5.6.3 Realizando sonhos na TV 32
5.6.4 O papel dos convidados **34**
5.7 A CONTEMPORANEIDADE DO GÊNERO 34

6 METODOLOGIA **36**
6.1 PRÉ-PRODUÇÃO 36

6.2 PRODUÇÃO 39
6.2 PÓS-PRODUÇÃO 41

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS 43

8 REFERÊNCIAS 45

9 APÊNDICE 46

INTRODUÇÃO

Com a inspiração no apelo popular criado pelos teatros de revista e a popularização do rádio no Brasil, o programa de auditório surgiu ainda na linguagem radiofônica para receber de perto os ouvintes curiosos pelo veículo e que tinham em comum o interesse em conhecer os radio-atores, os cantores, os locutores e a própria programação das emissoras.

Na conhecida “Era de Ouro” do rádio, que despontava na década de 1940, diversos cantores tinham presença constante na programação das emissoras, veículo que dominava os lares brasileiros antes da chegada da televisão ao Brasil. Ainda na mesma década, um dos programas de grande sucesso era o do cantor e animador César de Alencar, que comandava a atração intitulada pelo próprio nome e fez sucesso na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. O programa revelou talentos como as cantoras Emilinha e Marlene, que cantavam em um auditório para 600 pessoas.

Mas foi com a chegada da televisão que, aliada às referências do circo e das chanchadas, que o gênero presente até nos dias atuais se consolidou. Se antes eram os ouvintes que caracterizavam o grande público deste formato nos lares brasileiros, foi com a chegada da imagem que os programas ganharam mais espaço e passaram, a partir da década de 1950, a contarem com telespectadores no Brasil. Aronchi (2015, p.93) conta:

> Os primeiros programas da televisão brasileira reconhecidos pela popularidade e pelo sucesso foram os de auditório. Transpostos do rádio para a TV, algumas produções tiveram apenas o acréscimo da imagem. Os mesmos apresentadores trataram de dar continuidade ao gênero já testado no rádio, alavancando nomes que se tornariam conhecidos do grande público - Dercy Gonçalves, Moacyr Franco, Chacrinha, Hebe Camargo, Bibi Ferreira -, que mantiveram a fórmula por décadas (SOUZA, 2015, p.93).

Consolidado, este tipo de programa migrou definitivamente para a televisão onde se estabeleceu como gênero de sucesso e longevo. O formato com plateia continua sendo transmitido quase diariamente pelas emissoras brasileiras, que contam com uma fórmula tradicional, envolvendo elementos certeiros para a audiência de grande parte do público.

Comparando programas de sucesso de diversas décadas, é possível encontrar os elementos em comum entre esses produtos televisivos que estão incorporados desde os primeiros shows até hoje: atrações musicais, dinâmicas de palco, convidados, histórias de vida, dramas, bailarinos, assistentes de palco e o próprio público que acompanha de perto o espetáculo e esboça reações durante o programa. Essas características ainda são utilizadas por este formato televisivo que continua sendo transmitido de forma quase inalterada ao telespectador.

Para entender quais são estes recursos e como esses elementos são exaustivamente utilizados pelos programas de auditório, o Projeto Experimental busca por meio de um programa de auditório adaptar a pesquisa desta memória em uma linguagem que remete à própria estrutura do gênero.

PROBLEMA DE PESQUISA

Vivemos em uma era tecnológica em que as constantes mudanças alteraram significativamente a forma de nos relacionar e também de nos entreter. Ao longo das seis décadas em que a televisão ocupa um espaço considerável na rotina dos telespectadores, milhares de influências perpetuaram-se na sociedade. Inúmeros conceitos, dilemas, tendências e produtos surgiram ao longo dos anos e impactaram na forma do espectador assistir à TV, como também surgiram novas opções de entretenimento propiciadas pelos recursos tecnológicos.

Novos formatos despontaram e outros foram extintos ao longo da história, contudo nota-se que os programas de auditório na TV são produzidos desde a década de 1950 no Brasil e continuam sendo transmitidos até os dias atuais pelas emissoras de televisão abertas e até fechadas. Seja na faixa nobre das emissoras, ou aos finais de semana, em praticamente todos os programas percebe-se, além da plateia, a utilização de elementos comuns em roteiros de atrações de diversas emissoras e das mais variadas épocas.

Diante da consolidação deste gênero, é possível analisar a popularidade e a sobrevivência dos programas de auditório, o sucesso dos comunicadores que conduzem essas atrações e a estrutura amplamente utilizada nesses programas. Quais são os elementos que promovem a popularidade e sobrevivência dos programas de auditório no Brasil, mesmo na atualidade? Quais fatores os tornam tão atrativos desde o seu princípio até os dias atuais? Existe um formato específico para a construção desse gênero televisivo?

JUSTIFICATIVA

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, os hábitos do consumo de mídia da população brasileira apontam que a televisão continua na posição de meio de comunicação mais utilizado entre os brasileiros. A informação é confirmada por 63% dos questionados em um universo de 15.050 entrevistados em 27 unidades da federação. O levantamento foi realizado pelo Ibope:

> A TV é o meio de comunicação mais acessado pelos entrevistados, sendo mencionada pela quase totalidade da amostra. Pouco mais de três quartos dos entrevistados assistem TV todos os dias da semana. O acesso é mais frequente entre segunda e sexta-feira, e o tempo médio de acesso supera as três horas diárias. As emissoras da TV aberta são as mais assistidas, principalmente a Rede Globo. (SECOM, 2016, p.33)

Desde a chegada da televisão ao Brasil, ainda na década de 1950 por meio do empresário Assis Chateaubriand, o veículo tornou-se quase indispensável nos lares brasileiros. Como referência para o desenvolvimento da televisão do Brasil, foram incorporadas características e também formatos que se estabeleceram primeiramente no rádio. Um dos gêneros importados nos moldes do rádio foi o programa de auditório. Sucesso de audiência, o produto logo se tornou indispensável às estações de televisão e, sessenta anos depois, ainda é altamente utilizado por emissoras como Globo, SBT, Record, Band e RedeTV.

Neste período novos gêneros surgiram no veículo, outros se tornaram menos utilizados, mas o programa de auditório mantém-se como um produto tradicional. Diante de tanta oferta, o modo como o programa de auditório continua operando é uma questão que faz analisar os elementos e características que constituem este formato tradicional e altamente explorado.

A evolução tecnológica mostrou novas opções de entretenimento utilizando inclusive o modelo audiovisual em novas formas de transmissão, a exemplo da *Netflix*. No espaço cibernético, mídias sociais também incorporaram recursos de

áudio e vídeo como o *Facebook* e o *Instagram*. No mundo virtual também surgiram plataformas de distribuição de conteúdos como o *YouTube* e o *Vimeo,* que promovem interação com o espectador. Em relação à transformação cultural MICELI (1972) afirma:

> O fenômeno histórico das técnicas de reprodução desenvolvidas em ritmo avassalador pelo capitalismo permitiu mudanças radicais na produção em série de objetos culturais. A esse conjunto de mudanças impulsionadas pelas técnicas de reprodução corresponde o declínio da aura do produto artístico, pois o original é atingido em seu status de objeto único, perdendo o caráter de objeto autêntico e exclusivo (MICELI, 2005, p.43)

Essas diferentes formas de construir a comunicação têm, assim como a própria televisão, a premissa de entreter o público, tradicionalmente como fazem os programas de auditório, que cativaram telespectadores por décadas na história da televisão no país e continuam atraindo espectadores.

Entender como os programas de auditório continuam sendo utilizados com a figura do apresentador, convidados, atrações musicais, dramas e o formato clássico da plateia; compreender o modo que as atrações adaptam esses elementos nos variados roteiros; e analisar como os programas de auditório realizam a manutenção desses recursos, são as motivações desta pesquisa.

OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GERAL

Analisar os fatores que levam o formato televisivo a ser altamente utilizado até hoje e identificar as características que compõem este gênero e o tornam perene.

4.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

Produzir um programa de auditório que explicite os elementos que tornam este formato televisivo popular, duradouro e atual utilizando como referência atrações dos principais comunicadores do gênero.

REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 O TEATRO DE REVISTA

A origem dos programas acompanhados de público é influenciada por atividades populares antes do início da hegemonia do aparato midiático no Brasil. Na fase anterior à “Era de Ouro do Rádio”, período que denota a popularidade do veículo no país nos anos 1940, uma das atrações que despontava entre o público era o Teatro de Revista, espetáculo que ganha impulso a partir dos anos 1930 e posteriormente se torna referência para a criação dos programas de auditório.

O estilo deste tipo de atração caracterizava-se pela encenação de esquetes com humor, música e dança acompanhadas da presença da plateia que interagia no show prestigiando os atores, as vedetes e os cantores. Com a estratégia utilizada pelos produtores de divulgar os espetáculos por meio de publicações com as principais estrelas do gênero, o Teatro de Revista ganha popularidade principalmente com o alcance gerado por esses folhetins.

Para atrair o público, o Teatro de Revista abusava de recursos como a linguagem tendenciosa, humor e a representação das atrizes sob a ótica da sensualidade. Tal feito lança uma forte tendência de entretenimento bastante utilizada a partir dos anos 1940. O estilo cada vez menos erudito ganha tanto apelo que neste período passa a atingir diversas camadas da sociedade.

Sobre este fenômeno, Miceli (1972) explica o *modus operandi* da grande produção cultural sob a ótica do que é a *indústria cultural* e como ela se distingue das produções destinadas a setores restritos da sociedade. Segundo Miceli:

> Enquanto a produção erudita se destina a um “público” de produtores culturais, a indústria cultural está organizada em torno da produção de bens simbólicos destinados a não produtores culturais, chamados “o grande público”, recrutados tanto nas frações não intelectuais das classes dominantes como nos demais grupos sociais. (MICELI, 1972, p.44)

Um dos responsáveis pelo fenômeno do Teatro de Revista é o produtor Walter Pinto, dono de uma das principais companhias do gênero no Brasil, utilizava como referência os espetáculos franceses de teatro musicado e tinha como característica batizar suas atrações com títulos curiosos. Foi responsável por abrir espaço à artistas como Walter D'Avilla e Nélia Paula. Os espetáculos que se iniciaram no Rio de Janeiro ganharam notoriedade e passaram a viajar por todo o Sudeste.

O sucesso do Teatro de Revista chama a atenção de produtores de outros veículos que passam a perceber a popularidade das atrações e dos próprios artistas. Algumas celebridades tornam-se conhecidas do grande público, e migram para outras plataformas como o cinema, incluindo as chanchadas, e o rádio. Uma das estrelas que seguiu essa trajetória foi a atriz, humorista e cantora Dercy Gonçalves. Sobre o período em que atuou no Rio de Janeiro ela explica:

> Dercy Gonçalves - Na companhia do Walter Pinto eu cantava uma canção, aí a Ítala Ferreira falou assim: "Ah, eu gosto da canção!" E ela era a estrela, e tomou a minha canção, fiquei puta da vida. Me deu um samba. Falei: já sei o que vou fazer! Botei o samba, quase nua, fiz igual a Carla Perez! Mas me mexia como uma lombriga e tome, tome. Fui quase presa pela censura!
>
> Silvio Santos - Claro!
>
> Dercy Gonçalves - Foi no Teatro São Caetano.
>
> Silvio Santos - Não podia fazer isso!
>
> Dercy Gonçalves - Não podia fazer nada, a gente era examinada, a gente tinha carteira de puta!
>
> Silvio Santos - Tinha carteira? Mas por que?
>
> Dercy Gonçalves - É, era da Praça Tiradentes, Teatro de Revista, não entrava em casa de família![1]

[1]Entrevista para o Programa Silvio Santos, SBT, 1998. <https://www.youtube.com/watch?v=3oqHv-Hts28> Acesso em Outubro/2017

FIGURA 1 - Em 1947, Dercy Gonçalves e Oscarito faziam parte do time de astros e estrelas das concorridas revistas da Companhia Walter Pinto. Os artistas faziam poses à vontade para as lentes do fotógrafo Themistocles Halfeld para retratos que, após o processo de coloração se transformavam em peças de divulgação dos espetáculos teatrais nos quais atuavam.[2]

5.2 A POPULARIZAÇÃO DO RÁDIO NO BRASIL

A crescente popularidade do estilo serviu de inspiração para a concepção de uma nova proposta no momento em que o rádio se tornava cada vez mais presente entre as camadas populares. Foi justamente por meio do veículo que a tendência gerada pelo Teatro de Revista se converte em um novo produto, também acompanhado de plateia, e que passa a atrair mais público ao alcançar milhares de ouvintes.

Nessa fase, este nível de abrangência de espectadores dá-se por uma nova estratégia das emissoras que passaram a adotar uma linguagem mais popular,

[2]Imagens disponíveis no acervo da Funarte em: <http://www.funarte.gov.br/brasilmemoriadasartes/acervo/walter-pinto/astros-do-teatro-de-revista-em-retratos-colorizados/> Acesso em Outubro/2017

assim como o novo público consumidor que aumentava gradativamente. Sobre esta transformação Melo e Vianna explicam:

> 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. (MELLO e VIANNA, 2016, p.5)

Com esta mudança de foco do principal público ouvinte das emissoras de rádio brasileiras, um novo conceito sobre o veículo é criado no início do século XX, e o rádio passa a ser denotado de “teatro dos pobres das grandes cidades”. A definição do pesquisador Tinhorão (1981) corrobora com o fato de que o veículo se adaptaria ao gosto popular e como resposta dessa mudança os programas de auditório assumiram o papel socializador entre o veículo e o seu novo público.

O resultado dessa transformação foi a construção de um arraial com música, dança, anedotas e sorteio de prêmios. Esse estilo adotado desde a década de 1930 incorporou-se na linguagem utilizada pelo rádio no Brasil e perdura até a atualidade com o direcionamento popular das emissoras que abusam da linguagem coloquial e da exposição de artistas conceituados entre as grandes camadas da sociedade, por exemplo.

A partir dessa fase, a fórmula que se tornava conhecida por meio das reações do público regadas à música, traz notoriedade aos primeiros animadores de auditório. Entre os apresentadores pioneiros neste período estão Ari Barroso, Paulo Gracindo, Almirante e César de Alencar. Este último tornou-se conhecido pelo programa intitulado pelo próprio nome e transmitido pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. A atração se tornou famosa por revelar talentos da música.

> [Abertura] Esta canção nasceu pra quem quiser cantar. Canta você, cantemos nós até cansar. É só bater [palmas] e decorar [palmas] Pra

retornar vou repetir o seu refrão, prepare a mão [palmas], bate outra vez [palmas]. Este programa pertence a vocês.

César de Alencar - Alô, alô, alô, amigos estamos iniciando mais um programa e que o de hoje seja de inteiro agrado de todos vocês aos nossos votos mais ardentes e vamos ao programa!.[3]

FIGURA 2 - Cauby Peixoto se apresenta no Programa César de Alencar na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Auditório lotado no período conhecido como "Era de Ouro do Rádio".[4]

O programa se tornou inspiração para outros comunicadores e serviu de referência para o gênero, que se desenvolveu utilizando a mesma estrutura. Na fórmula, a presença de elementos como a música, com a presença de estrelas da época, concurso de calouros e muita interação do animador com o público que frequentava os cineteatros, onde eram transmitidos os programas de auditório.

Com a ascensão do gênero no rádio, entre os anos 1940 e 1950, os programas de auditório passaram a se tornar itinerantes. A exemplo do circo, as atrações eram levadas em forma de caravanas para o interior do Brasil e apresentadas em lonas (TINHORÃO, 1981). Além de atraírem espectadores para as

[3]Abertura do Programa César de Alencar, Rádio Nacional, 1950. <https://www.youtube.com/watch?v=aCA6KaJWMxM> Acesso em Outubro/2017

[4]Imagem disponível no acervo do jornal O Globo, <http://acervo.oglobo.globo.com/incoming/a-radio-nacional-a-era-de-ouro-20058491> Acesso em Outubro/2017

performances que ocorriam nos picadeiros, o público passava a conhecer de perto a simpatia e a imagem das figuras que eram célebres por meio do som.

Um dos animadores que fez este caminho foi Silvio Santos, sucesso de público no rádio, o apresentador passou a circular por várias cidades com a *Caravana do Peru que Fala.* Um espetáculo que reunia os personagens dos programas transmitidos pela rádio em um formato semelhante ao circo. Nesse período há um novo fenômeno de convergência que faz o formato incorporar elementos do tradicional formato circense. Sobre essa fase Silvio Santos relata: “Quando eu entrava em cena, como cowboy, os bandidos ficavam do meu lado, para me pegar. E a plateia gritava: “Jerônimo, eles estão do seu lado!” “[5]

FIGURA 3 - Representação da Caravana do Peru que Fala na exposição sobre o apresentador no Museu da Imagem e do Som de São Paulo em 2016.

A expansão do formato para além do rádio passa a ser um indicativo de que o gênero ganha cada vez mais espaço e notoriedade popular. Esta força ainda pode justificar a sua transição para a televisão, que ocorre com a chegada do veículo ao país nos anos 1950.

[5] Relembrando a caravana do Peru que Fala. Museu da Imagem e do Som de São Paulo, 12 de dezembro de 2016

5.3 DO RÁDIO PARA A TV: O PROGRAMA COM IMAGENS.

Nesse período, certamente a convergência constante entre as formas de entretenimento já conhecidas como o Teatro de Revista, o circo e o próprio rádio culminaram para a abrangência do formato com o surgimento do televisor. O novo veículo que começou a ser importado dos Estados Unidos assume um papel fundamental para a continuidade e a consolidação dos programas de auditório, além de assumir o novo destino para o gênero.

Em 1950, por meio do empresário Assis Chateaubriand, a TV passa a ser estruturada no Brasil a partir do veīculo de maior referência do período: o próprio rádio. Em 18 de setembro do mesmo ano é inaugurada em São Paulo a TV Tupi, a primeira emissora de televisão do país. Profissionais do rádio desde a equipe técnica até os conhecidos animadores, cantores, atores, assim como as respectivas atrações das quais faziam parte migraram gradativamente para o veículo com imagens.

Ao analisar a transição dos profissionais e dos produtos do rádio para o novo veículo, nota-se, mais uma vez, a versatilidade do gênero. Fidler (1997) aponta em um conceito intitulado como midiamorfose – o fenômeno gerado pelo surgimento de novos veículos. A ideia é de que as novas tecnologias, e consequentemente as novas mídias, apropriam-se dos meios mais antigos de modo a absorver características e também os seus formatos.

> A midiamorfose não é tanto uma teoria, mas um modo de pensar a respeito da evolução tecnológica dos meios de comunicação como um todo. Ao invés de estudar cada modalidade separadamente, leva-nos a ver todas elas como integrantes de um sistema interdependente e a reparar nas semelhanças e relações existentes entre as formas do passado, do presente e as emergentes. Ao estudar o sistema de comunicação como um todo, veremos que os novos meios não surgem por geração espontânea, nem de modo independente. Aparecem gradualmente pela metamorfose dos meios antigos. E quando emergem novas formas de meios de comunicação, as antigas geralmente não deixam de existir, mas continuam

> evoluindo e se adaptando (FIDLER, 1998, p.57 apud FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010).

Diferentemente do rádio, a TV surge no Brasil com a preocupação de se popularizar desde o início e já incorpora em sua programação duas atrações com auditório importadas dos Estados Unidos: os programas *Esta é a Sua Vida* e *O Céu é o Limite* que se tornaram conhecidas pela TV Tupi com a apresentação de J. Silvestre. Apesar do investimento, nessa fase a televisão ainda utiliza a fórmula das atrações popularizadas pelo rádio no Brasil.

Diante do esforço, a popularização da televisão começa a surtir efeito no início dos anos 1960. Sérgio Mattos (2002) justifica que só a partir deste período o veículo passa a ganhar hegemonia ao atrair definitivamente os grandes anunciantes do rádio que passam a financiar as atrações. É também nesse período que a TV deixa de ser "um rádio filmado" e passa a criar programas exclusivos como os *Festivais da Canção Popular Brasileira* (TV Excelsior)*, O Fino da Bossa* (TV Record) e a *Jovem Guarda* (TV Record/ TV Rio).

Mas, somente a partir da década de 1970 que a televisão brasileira passa a ganhar popularidade definitivamente quando o acesso ao aparelho televisor torna-se menos oneroso à grande parte da população. Para Mello Vianna e Santos (2016), a consolidação do veículo entre as grandes camadas da sociedade resultou, consequentemente, na ascensão do programa de auditório.

É por meio da televisão que o conceito de programa de auditório torna-se consolidado. Na TV, o espectador passa a enxergar a imagem dos programas que neste momento passam a exibir a plateia, as atrações e o próprio 'piloto' do *show.* Dessa vez, com influências também do circo, percebe-se no palco uma analogia ao picadeiro: a arquibancada transforma-se em plateia, o palhaço é o animador e o espectador passa a se envolver em uma atmosfera de emoção, ruídos e sons. Segundo Souza (2015): "O formato programa de auditório determina o espaço cenográfico necessário para essa produção: palco e plateia, que permitem a interação com o apresentador com o público presente à gravação".

Nesta etapa ficaram conhecidos na televisão apresentadores como o empresário Silvio Santos, Abelardo Barbosa - o Chacrinha, a atriz e cantora Hebe Camargo, além dos apresentadores Flávio Cavalcante e J. Silvestre.

5.4 AS PRINCIPAIS ATRAÇÕES DA TV ABERTA

Para compreender o desenvolvimento e o estabelecimento do gênero na televisão foi necessário realizar um mapeamento dos principais programas de auditório da TV brasileira. Para tal objetivo considerou-se observar as primeiras atrações, os apresentadores com mais tempo em atividade e o arquivo de memória das principais emissoras. Somente foram analisadas atrações de emissoras de televisão abertas.

5.4.1 Programas de auditório da década de 1950

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,* comandados pro J. Silvestre. Mas foram os programas vindos do rádio que fizeram parte da grade da emissora entre eles *Clube do Papai Noel*, *Clube dos Artistas, Gurilândia, Ponta-de-Lança, Boa-Noite, Amigos Sabatinas Maizena,* além de shows de gala e concursos de miss apresentados Homero Silva.

No mesmo período, Silvio Santos participava de diversas atrações com jogos e prêmios, mas foi aos 26 anos em 1956 que o apresentador estreia *A Voz da Firestone* na TV Paulista. O tradicional *Programa Silvio Santos*, só foi lançado em 1963, que comprava o horário de sua própria atração.

Em 1957, Flávio Cavalcanti estreia o programa *Um instante, maestro!*, na TV Tupi. A atração tinha como característica a forma contundente e muitas vezes ofensiva do apresentador que costuma de criticar músicas recém-lançadas. Flávio Cavalcanti quebrava, ao vivo, os discos que considerava de baixa qualidade. Ele

inovou ainda ao adotar o júri artístico na televisão brasileira, copiado por muitos apresentadores e utilizado até em atrações da atualidade.[6]

5.4.2 Programas de auditório da década de 1960

Entre 1965 e 1968 foi ao ar pela TV Record e também pela TV Rio o programa *Jovem Guarda***.** A atração era basicamente musical e apresentada pelos cantores Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléa. O programa tornou-se responsável pela popularidade de um movimento musical e cultural inicialmente chamado de "Iê-iê-iê" e depois também de "Jovem Guarda". Fenômeno de audiência, o programa de auditório levava ao Teatro Record centenas de jovens.

No ápice da popularidade, a atração chegou a atingir três milhões de espectadores em São Paulo, além das cidades para onde chegava em *videotape*, como as capitais Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife. O programa impulsionou o lançamento de discos, roupas e diversos acessórios. Os apresentadores passaram a ditar a moda da juventude neste período. O modo de se vestir, bem como as gírias e expressões viraram referência para muitos adolescentes.

Produzido entre 1967 e 1972, a *Discoteca do Chacrinha* tinha enfoque nas atrações musicais. Na primeira fase, o programa tinha como principal atração um concurso de calouros. Posteriormente, passou a receber os artistas de sucesso da época, como Roberto Carlos, Wanderléa, Clara Nunes, Waldick Soriano, Jerry Adriani, The Fevers, Roberto Leal, Wanderley Cardoso, Jair Rodrigues, Martinho da Vila, Caetano Veloso, Gilberto Gil e Elis Regina. Na mesma época também era transmitido outro programa comandado por Chacrinha, a *Buzina do Chacrinha* (1967).[7]

---

[6] Informações disponíveis em: <http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/entre-polemicas-sucessos-flavio-cavalcanti-brilhou-por-decadas-na-tv-19368417#ixzz4yw0EqvmR> Acesso em Outubro/2017.

[7] Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/discoteca-do-chacrinha/formato.htm> Acesso em Outubro/2017

5.4.3 Programas de auditório da década de 1970

Entre 1973 e 1994, foi ao ar pela TV Bandeirantes o programa *Clube do Bolinha*. Apresentado por Édson Cabariti, o programa tinha atrações musicais, calouros, além do quadro *Eles e Elas*, em que transformistas e travestis apresentavam-se. Uma das grandes características da atração era o elenco de bailarinas, conhecidas como "boletes", inclusive composto também por ex-chacretes, que atuavam na atração de Abelardo Barbosa, o Chacrinha.

5.4.4 Programas de auditório da década de 1980

Após um período na TV Tupi, em março de 1982 Chacrinha retorna à TV Globo com o *Cassino do Chacrinha* utilizando o conceito da atração radiofônica apresentada na Rádio Tupi, desta vez o programa ganhava auditório na TV. A atração utilizava como referência os programas *Discoteca do Chacrinha* (1967) e a *Buzina do Chacrinha* (1967) e tinha como base atrações musicais e show de calouros e alguns concursos. A direção era de José Aurélio “Leleco” Barbosa, filho do apresentador, e de Helmar Sérgio.

Alguns elementos como uma edição rápida, *cameraman* aparecendo no vídeo, assistentes fantasiados, chuva de confete, plateia animada e movimentação intensa de artistas e "chacretes" no palco , ajudavam a dar o tom da atração.[8]

No ano de 1984, Fausto Silva comanda o *Perdidos na Noite* que é inicialmente transmitido pelas TVs Gazeta e Record e posteriormente na TV Bandeirantes. Com um tom anárquico, o programa é marcado pela forte interação do apresentador com o público e a equipe técnica. A atração contava com entrevistas e atrações musicais. Em 1989, Fausto Silva transfere-se para a TV Globo com a missão de combater a liderança da audiência de Silvio Santos aos domingos e

[8] Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/cassino-do-chacrinha.htm> Acesso em Outubro/2017

apresenta em abril do mesmo ano o *Domingão do Faustão*, atração que passa a contar com jogos, prêmios como o *Caminhão* e o *Avião do Faustão*, concursos, além de atrações musicais.[9]

Em 1983, Xuxa Meneghel estreia o *Clube da Criança* na TV Manchete. O programa contava com um auditório exclusivamente infantil com quem Xuxa interagia, além de desenhos animados, atrações musicais, sorteios, provas que valiam prêmios e concursos. Em 1986 transferiu-se para a TV Globo onde apresentou o *Xou da Xuxa*, o programa que possuía a mesma premissa do anterior passava a ter uma extensa equipe de assistentes de palco em cena como os personagens *Dengue* e *Praga*, as Paquitas, os Paquitos, as *Irmãs Metralha*, e quadros de realização de sonhos. A atração tinha ainda abertura e encerramento apoteóticos numa cenografia marcada pela presença de um disco voador por onde Xuxa entrava e saia de cena.

5.4.5 Programas de auditório da década de 1990

Em junho de 1990, entrava no ar pela TV Cultura o programa *Matéria Prima*. Apresentado por Serginho Groisman, o programa tinha como característica a valorização da plateia quase sempre formada por adolescentes que interagia com os convidados e o apresentador durante toda atração. No palco, Serginho recebia todo o tipo de personalidade, de cantores a políticos. Todos eram sabatinados pelas perguntas da plateia. A atração fez sucesso e em 1991 transferiu-se para o SBT sob o título de *Programa Livre* até que, em 2000, Groisman estreia o *Altas Horas* na TV Globo. Em todas as atrações manteve-se o mesmo formato.[10]

No SBT, Gugu Liberato comanda a partir de janeiro de 1993 o *Domingo Legal*, programa que contava com gincanas entre artistas, entre elas a *Banheira do Gugu,* quadro de sucesso conhecido por exibir cenas consideradas apelativas para o

---

[9] Informações disponíveis em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/domingao-do-faustao/curiosidades.htm> Acesso em Outubro/2017

[10] Informações disponíveis em: <https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/historia-da-tv/2017/06/ha-27-anos-estreava-materia-prima-o-avo-do-altas-horas> Acesso em Outubro/2017

horário de exibição, além de atrações musicais e os dramas como o quadro *De Volta Para a Minha Terra,* que selecionava histórias de pessoas vindas da região Nordeste para a cidade de São Paulo e após o insucesso na capital não tinham mais condições para retornar às cidades de origem. Desde 2008 a atração continua sob o comando de Celso Portiolli.[11]

Em junho de 1994, Xuxa estreia o *Xuxa Park* na TV Globo. O programa contava com um auditório com capacidade para quatrocentas pessoas incluindo adultos e crianças com quem a apresentadora interagia junto com suas assistentes de palco, as paquitas. A atração utilizava um formato já consolidado na televisão por Xuxa com desenhos animados, sorteios, provas que valiam prêmios e concursos. As atrações musicais concentravam-se no quadro *Xuxa Hits,* que se tornaria um programa independente anos mais tarde. A atração saiu do ar em 2001 após um incêndio no cenário do programa.[12]

Em abril de 1997, a apresentadora estreia também na TV Globo o *Planeta Xuxa*, programa musical que contava com a participação de músicos e bandas de sucesso. Além de quadros de realização de sonhos, o programa tinha o quadro de entrevistas *Intimidade*, inspirado no sofá da apresentadora Hebe Camargo, Xuxa recebia estrelas do esporte, da moda e da TV onde fazia perguntas consideradas polêmicas. Para interagir com a plateia a apresentadora selecionava participantes para uma transformação visual completa.[13]

Em setembro de 1997, Carlos Massa estreou o programa *Ratinho Livre* na Record. O programa tinha quatro horas de duração no horário nobre, e em pouco tempo tornou-se sucesso em audiência. A atração misturava casos policiais com bizarrices, sempre com mães reclamando a paternidade de seus filhos. Algumas brigas que mostrava no programa, ao vivo no palco, eram previamente combinadas.

---

[11] Informações disponíveis em: <http://www.sbt.com.br/domingolegal/programa/> Acesso em Outubro/2017

[12] Informações disponíveis em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/infantojuvenis/xuxa-park/formato.htm> Acesso em Outubro/2017

[13] Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/infantojuvenis/planeta-xuxa.htm> Acesso em Outubro/2017

O sucesso fez com que Silvio Santos oferecesse um salário ainda mais alto para Ratinho trocar a Record pelo SBT. [14]

5.4.6 Programas de auditório do século XXI

Após comandar o programa *H* no fim dos anos 1990 na TV Bandeirantes, Luciano Huck transferiu-se para a Globo onde apresenta desde abril de 2000 o *Caldeirão do Huck*. A atração conta com as assistentes de palco denominadas Coleguinhas, mini-reality shows, provas que valem prêmios como *Agora ou Nunca*, quadros assistencialistas com dramas e realização de sonhos como o *Lata Velha* e o *Lar Doce Lar*, além de atrações musicais.[15]

Em setembro de 2003 foi ao ar pela RedeTV o programa *Pânico na TV*. A atração foi uma versão televisiva do programa radiofônico *Pânico*, transmitida pela Rádio Jovem Pan. O programa ancorado por Emílio Surita, e com o elenco de Wellington Muniz, Rodrigo Scarpa, Márvio Lúcio e Marcos Chiesa tinha como característica o anarquismo tanto no palco como nos quadros gravados em externas. A atração tinha as assistentes de palco denominadas panicats, que também atuavam como repórteres e contava com esquetes de humor, quadros como *Sandálias da Humildade*, além de imitações de artistas. Em 2013 toda a equipe do humorístico foi contratada pela Rede Bandeirantes.

5.5 O PAPEL DO APRESENTADOR NA TV

No novo veículo, a imagem do animador como apresentador é legitimada; se antes só era possível conhecê-los por meio do som, na televisão o espectador passa a enxergá-lo. É o condutor que é o responsável por animar a plateia, chamar as atrações, exibir atrativos para o público presente no estúdio que representa a

[14] Informações disponíveis em <http://www.sbt.com.br/ratinho/programa/> Acesso em Outubro/2017
[15] Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/caldeirao-do-huck.htm> Acesso em Outubro/2017

camada popular da sociedade. O capitão deste evento televisivo é, por consequência, reverenciado pelo público. Souza (2015) explica:

> Os programas de auditório prendem a atenção do público e do telespectador pela variedade de atrações apresentada 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 e dar opinião, sempre instigada pela figura do apresentador, que centraliza a atenção e conduz o programa. (SOUZA, 2015, p. 94)

No Brasil, personalidades como Silvio Santos, Abelardo Barbosa - O Chacrinha, Hebe Camargo, Xuxa Meneghel, Fausto Silva, Gugu Liberato e Luciano Huck atraíram e continuam a atrair milhões de pessoas. Tal feito pode ser justificado pela identificação do espectador com a identidade popular apresentada por estes comunicadores.

5.6 OS INGREDIENTES INDISPENSÁVEIS NO GÊNERO

A resposta do consequente fortalecimento do aparato midiático brasileiro foi a popularização desse gênero que encontrou na cultura popular o nicho para atrair espectadores. Barbosa (2016) sucinta:

> Como pertencente à cultura de massa, a televisão vai se adequar às regras estéticas de seu gênero e atuar culturalmente. O público irá reconhecer nos múltiplos textos produzidos gêneros plurais, ativando suas competências culturais a partir da produção narrativa. (BARBOSA 2016).

Tal reconhecimento entre o público com o conteúdo oferecido pelos programas de auditório são também transpostos para a televisão no âmbito geral, no que se refere à própria popularidade do veículo. 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.

Deste modo, é possível analisar como o telespectador se reconhece assistindo aos programas de auditório. Ao considerar as mais diversas atrações da TV, nota-se, que é por meio dos cantores populares, da distribuição de prêmios e da exposição de dramas de pessoas comuns que o público passa a se reconhecer diante da TV, utilizando como referência os recursos empregados nas mais diversas atrações.

5.6.1 A música no auditório

Principal característica importada do rádio, a música foi um dos primeiros artifícios para atrair público. Foi com a ativa participação de cantores que o gênero cresceu ainda no formato radiofônico quando começaram a receber os fãs nos locais onde as atrações eram produzidas. Por consequência, a divulgação destes artistas pelos programas de auditório os tornavam mais conhecidos e populares. Aronchi de Souza (2015) afirma que este movimento gerou os famosos clube de fãs.

Em muitos casos as atrações serviam de espaço para a divulgação de novos trabalhos de renomados artistas. O espaço cativado por estas celebridades também servia de cenário para a divulgação de prêmios por vendagem de discos e se tornaram locais disputados pelas gravadoras do mercado fonográfico.

> Luciano Huck - As crianças trazem para ela um disco de platina duplo pela vendagem de quinhentas mil cópias do Xuxa Só Para Baixinhos 3, com certeza o maior fenômeno fonográfico dos últimos anos no mercados de discos brasileiro. Parabéns loira pelo seu esforço.
>
> Xuxa- Vem que vem comigo, obrigada![16]

[16] Cantora e apresentadora Xuxa recebe disco de platina no programa Caldeirão do Huck. <https://www.youtube.com/watch?v=9-Xc80e__gs> Acesso em Outubro/2017

5.6.2 Provas que valem prêmios

Em muitas atrações a distribuição de prêmios é condicionada a provas que podem ser gincanas, testes de perguntas e respostas, provas de resistência. Em outras atrações, as premiações são sorteadas para a plateia de forma aleatória. Uma dos programas conhecidos pela vasta distribuição de prêmios é o de Silvio Santos. Os prêmios variam entre aviõezinhos de papel - método que o apresentador utiliza para distribuir dinheiro, casas, carros ou valores em barras de ouro.

Nas atrações anarquistas de Chacrinha, o público recebia recompensas não convencionais como bacalhau, alimento considerado caro, já outros participantes se contentavam com abacaxi, ou, pó de café como prêmios, brindes não tão almejados pelos participantes.

Nas atrações infantis como as da apresentadora Xuxa, os participantes ganhavam brinquedos após participarem das brincadeiras no palco do programa. A criança vencedora poderia levar além dos prêmios de praxe, algo ainda mais valioso, como videogames e bicicletas.

> Xuxa - Quem ganha hoje? Homem ou mulher? Meninos ou meninas? Quem ganha?!
>
> Plateia - Meninas!
>
> Xuxa - Mão pra cima quem acha que é menino, mão pra cima quem acha que é menina! Ah é porque tem mais mulheres, então não sei hein![17]

5.6.3 Realizando sonhos na TV

Muitas vezes acompanhadas de doses de assistencialismo, as atrações costumam realizar sonhos de pessoas comuns. Na lista destas realizações estão os desejos de conhecer artistas, de ganhar casas ou automóveis, prêmios em dinheiro,

---

[17] Programa Xuxa Park, TV Globo, 1996. <https://www.youtube.com/watch?v=Klj6pxDfntQ> Acesso em Outubro/2017.

ou realizações de cunho pessoal. Todos estes artifícios são recorrentes e funcionam como iscas para atrair público.

Uma das atrações clássicas que utilizava este recurso foi o *Boa Noite Cinderela.* Apresentado por Silvio Santos na década de 1970 na TV Globo e posteriormente no SBT, o programa recebia diversas meninas que eram entrevistadas ao longo da atração. Ao final uma delas era escolhida para ser a princesa. A menina vitoriosa ganhava prêmios como brinquedos, além de levar presentes para a família, como eletrodomésticos e móveis.

A fórmula foi copiada por outras atrações que passou a empregá-la de diversas formas. Na TV Globo, o *Caldeirão do Huck* elaborou o quadro *Lar Doce Lar* em que uma família selecionada por meio de uma carta passa por uma prova para conseguir uma reforma na casa. Em todos os casos as famílias conseguem cumprir o objetivo estipulado pelo apresentador e conquistam o sonho de ter a casa reformada.

No *Viva a Noite*, programa apresentado por Gugu Liberato na década de 1980, no SBT, uma pessoa da plateia tinha o direito de realizar um "Sonho Maluco" com algum convidado do programa. Também no SBT, a atração *Porta da Esperança* ficou conhecida por realizar sonhos diversos de participantes como reencontrar parentes, ganhar eletrodomésticos e viagens.

> Silvio Santos - Como é que você foi gostar da Gretchen?
>
> Participante - É que quando eu vi ela eu achei ela bonita, alegre.
>
> Silvio Santos- Ela é muito alegre?
>
> Participante - É!
>
> Silvio Santos - Então ela deixa você assim, entusiasmada? Quer conhecer a Gretchen?
>
> Participante - Quero!
>
> Silvio Santos - Será que ela vem hoje? Vamos abrir as portas da esperança! Tá chegando aqui a Gretchen, cada vez mais moça, cada vez mais bonita! Pronto, a Gretchen veio aqui receber um abraço da sua fã, a Inês![18]

[18] Fã conhece a cantora Gretchen no programa Porta da Esperança, SBT, 1985. <https://www.youtube.com/watch?v=bEDe4epC9A4> Acesso em Outubro/2017.

5.6.4 O papel dos convidados

Para dar dinamismo ao roteiro do show muitas atrações recebem também atores, humoristas, políticos, figuras públicas e demais personalidades que podem contar piadas, dar entrevistas, participar de dinâmicas de palco com os apresentadores ou, simplesmente, marcam presença nas atrações como jurados para avaliar performances de candidatos.

Eles podem ainda contar detalhes de novos trabalhos ou até mesmo receber homenagens preparadas previamente pelas produções dos programas. O formato amplo dos programas de auditório permite ao convidado se enquadrar em qualquer função pertinente ao roteiro do espetáculo: o cantor pode se tornar ator, o ator se passa por repórter, o humorista se transforma em sósia de conhecidas personalidades, dinâmica que permite que o programa tenha ritmo. Segundo Aronchi de Souza (2015):

> A sucessão de quadros musicais, entrevistas, jogos e atrações diversas faz do programa de auditório um gênero que comport facilmente vários formatos: há pequenas reportagens, debates, videoclipes e encenações que dão ritmo à produção. Daí a melhor denominação de programas de variedades, dada pelas próprias emissoras.(SOUZA, 2015, p. 96)

5.7 A CONTEMPORANEIDADE DO GÊNERO

Nota-se que o gênero programa de auditório ainda é um produto forte e se mantém nas grades das principais emissoras de TV abertas. A presença de artistas populares, os quadros que sorteiam ou dão prêmios continuam a serem produzidos. Acompanhado as novidades nos meios de comunicação, os programas se pautam também pelo universo da internet, dos reality shows e das novas mídias sociais.

Percebe-se mais uma vez o conceito de Fidler (1997) ocorrer no contexto da televisão e dos produtos os quais a estruturam, dentre eles os programas de auditório. As atrações utilizam da tecnologia e de suas invenções novas maneiras de atrair e conectar-se ao próprio público alvo. Incorporando características antigas e

aliando-as ao presente. Com este fenômeno é possível observar que diversas atrações buscam personagens pela internet, exibem os bastidores também em rede e promovem um nível de interação ainda mais amplo que se fazia tradicionalmente apenas pelo televisor.

METODOLOGIA

Para a elaboração do produto final optou-se por desenvolver um produto audiovisual que remete a linguagem do programa de auditório. A ideia foi adaptar a pesquisa aqui realizada no próprio formato estudado e, utilizando recortes de elementos específicos de uma seleção de programas, explicar quais são os recursos empregados neste gênero televisivo e como eles são utilizados nas diferentes atrações.

6.1. ETAPAS DA PESQUISA

6.1.1 Pré-produção

Seguindo esta ideia, para a execução do produto foi realizada uma pesquisa bibliográfica e em seguida selecionados autores e conceitos relacionados aos temas ‘programa de auditório’, ‘história da rádio’ e ‘história da televisão’. Posteriormente foi realizado um mapeamento das atrações dos principais comunicadores que conduziram este formato no Brasil, desde as primeiras transmissões até a atualidade. Para isso foi levado em consideração a emissora que o programa foi veiculado, a importância do programa de acordo com o período de exibição e a popularidade dos apresentadores.

Após a análise de conteúdo foi aproveitado boa parte do material disponível pela plataforma *YouTube* e sequencialmente foi iniciada a fase de decupagem dos programas, em que foram selecionados trechos específicos relacionados com esta pesquisa como a desenvoltura dos apresentadores à frente dos programas, a presença e a participação do público, dinâmicas no palco, a atuação de jurados, bailarinos e assistentes de palco, atrações musicais, entrevistas, dramas, premiações, realização de sonhos, abertura, encerramento e o próprio espaço cênico dos programas.

Em duas visitas com fins acadêmicos para a sede do Sistema Brasileiro de Televisão - SBT, em Osasco, cidade localizada na Região Metropolitana de São Paulo, foram coletadas informações e depoimentos com fontes ligadas diretamente ao gênero televisivo como apresentadores, assistentes de palco e atrizes. Após a junção do material de apoio optou-se por elaborar um roteiro nos moldes do texto utilizado pelos programas de auditório juntamente com o recorte das atrações pré-selecionadas.

Para a gravação do programa, que junto com essa Memória de Pesquisa compõem o presente Projeto Experimental, foi necessário a escolha de um título a fim de nomear a atração e realizar a confecção da logomarca. A escolha se deu pela junção da sigla TCC, uma abreviação do termo Trabalho de Conclusão de Curso, com o termo em inglês *SHOW,* que se refere à apresentação na língua portuguesa e é constantemente utilizado para nomear programas de televisão no Brasil e em vários países.

A logomarca, assim como boa parte do produto, tem como inspiração os anos 1980 período em que foi transmitido o programa *Cassino do Chacrinha*, atração de grande sucesso da TV Globo. A fonte da sigla “TCC” remete à iluminação em neon, bastante utilizada neste período e o termo “*SHOW*” foi desenvolvido em tipografia que faz referência ao efeito 3D, característica comum em muitas logomarcas de conhecidos programas de TV. O objetivo da marca desenvolvida para o *TCC Show*, foi misturar elementos datados com elementos modernos e, consequentemente, remeter à ideia de evolução, uma vez que abordou-se nesta pesquisa atrações de todas as décadas da história do veículo no Brasil.

FIGURA 4 – logomarca do produto

Para a escolha do figurino, optou-se por utilizar características de programas de várias épocas. O apresentador utiliza traje social, uma referência aos comunicadores mais clássicos como J. Silvestre, Flávio Cavalcante, Silvio Santos e Gugu Liberato. Um colete prata brilhoso, também utilizado pelo apresentador foi confeccionado para referenciar aos trajes de gala dos anos 1950/1960, ao modo que também buscou referências no traje chamativo de Chacrinha. As assistentes de palco utilizaram vestidos brilhosos na cor dourado, botas escuras cano alto e acessórios no cabelo, também uma referência ao mesmo período.

A necessidade de confeccionar parte do figurino se deu pela dificuldade de encontrar em lojas os trajes semelhantes aos das atrações exibidas na pesquisa. Assim como as grandes emissoras contam com departamento de costura para a elaboração das peças utilizadas pelo elenco dos programas, foi terceirizada a produção de quatro figurinos utilizados no produto.

Para a gravação do produto foi necessário uma parceria com o canal universitário de Brasília, a UnBTV. A emissora disponibilizou o estúdio, os profissionais que realizaram a reserva do espaço, além de dois cinegrafistas, um diretor de TV e um operador de *Teleprompter*/ operador de áudio.

Visando otimizar custos, para a confecção do cenário buscou-se a inspiração no espaço cênico colorido e anarquista do programa *Cassino do Chacrinha* (1982), com materiais semelhantes ao de papelaria e iluminação de uso doméstico, uma vez

que a locação de estrutura além de escassa para o objetivo desta pesquisa, teria o custo elevado para um trabalho com finalidade absolutamente acadêmica.

Para a plateia foram distribuídos pompons nas cores vermelho, azul, prata e verde. A artefato ajudou tanto na interação com os público participante como compôs com o espaço cênico que tinha como base o fundo preto. Assim, como as luzes, as bolas de vinil e a cortina produzida com fita metalóide prata deram o tom oitentista do cenário

6.1.2 Produção

Em 28 de setembro de 2017 foi gravada a base do produto. O programa *TCC SHOW* contou com a participação de um público estimado de quinze participantes. O número pequeno é reflexo da capacidade do estúdio, concebido originalmente para a produção de programas sem a presença de plateia. Para tanto foi preciso previamente estudar o local para a gravação do evento.

Para a execução da atração buscou-se utilizar a linguagem adotada pelos apresentadores de programas de auditório. Apesar de usar como base para o programa um roteiro definido previamente, foi dado vazão ao improviso e a espontaneidade ao máximo para garantir a dinâmica característica desse tipo de programa. Oliveira e Silva (2016) suscitam a importância da linguagem simples utilizada pelos animadores.

> Os apresentadores são os responsáveis por animar a plateia, e para isso, utilizam um linguajar simples e convidam as pessoas para dançar, cantar, participar das gincanas, entrevistas, divulgar algum trabalho, opinar, ou simplesmente, aplaudir. Em alguns casos as pessoas que participam recebem prêmios por vencer alguma competição. (OLIVEIRA; SILVA, 2016, p.5)

Com o auxílio do *Teleprompter* foi possível esquematizar o roteiro do programa de modo a segui-lo olhando diretamente para a câmera, sem a necessidade de gravar várias vezes os quadros do programa. A ferramenta ajudou

na otimização de tempo, ao modo de respeitar o horário de trabalho dos servidores envolvidos. O material foi gravado utilizando uma mesa de cortes que alternava as três câmeras presentes no estúdio: uma central, outra fixa com um teleprompter acoplado e a terceira responsável por seguir os passos do apresentador e fazer planos da plateia e dos jurados.

Uma grande cortina com fitas prateadas foi posicionada ao fundo do cenário juntamente com um pisca-pisca de lâmpadas coloridas. No teto do estúdio foram penduradas bolas de várias cores por fios de nylon, para dar a impressão de que estes objetos estivessem flutuando. No fundo negro foram colocadas bexigas em formato de estrelas metalizadas. Uma bancada foi posicionada no lado esquerdo do vídeo com pisca-piscas em formato de pimenta para receber os jurados do programa. Do lado esquerdo do vídeo, uma pequena bancada representou o espaço onde são realizados os *merchandisings* da atração. No chão do cenário foi colocado um piso com a logomarca do programa.

Previamente, a plateia era instruída a reagir diretamente com o apresentador, a exemplo do que ocorre nas atrações das emissoras comerciais. Reações foram combinadas e gritos em coro que representavam sentimentos de aceitação, euforia, alegria e reprovação. Quando ocorriam as dinâmicas com a plateia foram combinadas menos reações possíveis, a intenção era dar um tom característico dos programas ao vivo, valorizando a espontaneidade dos participantes.

FIGURA 5 – Estúdio pronto com a cenografia finalizada

6.1.1 Pós-produção

Ao passo em que esta Memória foi desenvolvida, também foi realizada a edição do produto. Após a edição do *TCC Show* foi necessário selecionar e transcrever todo o material para a construção do texto final do programa, de modo a complementar as situações desenvolvidas em estúdio e relacionar com os elementos que tornam o formato televisivo popular, duradouro e atual. Deste modo, foi ressaltado como são empregados os dramas, as atrações musicais, as premiações, as entrevistas com personalidades, os jurados e tantos outros elementos como bordões, carisma dos apresentadores e tantos outros recursos que explicam a popularidade e o sucesso deste gênero desde o princípio e até a atualidade.

6.2. ORÇAMENTO

Para a realização do produto foi necessário o investimento financeiro em:

a. Compra de equipamentos de vídeo, mídia para gravação, acessórios para gravação como tripé e microfone: R$ 2.100,00;
b. Duas viagens a São Paulo onde está localizado o SBT, emissora parceira deste produto, incluindo passagem aérea, hospedagem e diárias: R$ 2.000,00;
c. Contratação de arte-finalista para a criação de identidade visual do programa: R$ 100,00
d. Compra de itens cenográficos para a gravação do produto: R$ 300,00;
e. Contratação de editor de imagens: R$ 400,00

f. Compra de tecido e confecção de trajes para utilização na gravação: R$ 200,00;
g. Alimentação para equipe e plateia: R$ 100,00

Estes custos totalizam o valor de R$ 5.200,00

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Certamente, o programa de auditório é o gênero até mais antigo que as telenovelas, que mais representa a síntese do gosto popular na TV brasileira. Prova desse fato é a presença constante do gênero ao longo de toda a história do veículo. A analogia para este fato é de que o programa de auditório é um prato que nunca sai do cardápio nos restaurantes mais tradicionais, o motivo se dá pela procura e sucesso desses produtos.

O programa de auditório pode ser compreendido como um espelho em que o telespectador se reconhece nos dramas embutidos nas histórias de vida exploradas nos dominicais, nos prêmios entregues a pessoas necessitadas, nos sonhos realizados pelos participantes, muitos deles inalcançáveis, e também se reconhece quando ouve ao ritmo musical o qual se identifica é tocado nesses shows e com as figuras célebres que os comandam.

A identificação do público com o conteúdo produzido pelo gênero pode ser um dos principais fatores responsáveis pelo seu sucesso, afinal o espectador pôde por meio desse tipo de programa ouvir ao artista das paradas de sucesso, conhecer histórias de vida de pessoas comuns, ou até mesmo acompanhar celebridades ao exemplo do apelo popular gerado pelos teatros de revista, ou até mesmo pelo sucesso de audiência das telenovelas.

Mesmo utilizando preceitos básicos desde o seu princípio, a atualidade constante deste gênero se dá automaticamente pelo universo que rodeia os programas, que sempre são influenciados pelas tendências da música, da moda e de comportamento. Por esta razão os programas permanecem abordando a linguagem que o telespectador vivencia e torna o contexto da atualidade ativo nas programações.

A atual classificação do estilo dos programas de auditório como um gênero de variedades também explica o seu sucesso e longevidade. Ao incorporar novas tendências tecnológicas, novos mini-formatos, esquetes, e situações o gênero se expande de forma que não o descaracteriza. A possibilidade múltipla e infinita deste

tipo de programa consegue fazê-lo sobreviver diante das novas formas de entretenimento.

Este produto teve como objetivo mostrar a contemporaneidade dos programas de auditório exibindo os clássicos recursos que eles utilizam desde 1950, utilizando como base os principais programas de auditório do Brasil. Deste modo, foi realizado um resgate da memória da televisão no país, o veículo ainda mais utilizado pelos brasileiros na atualidade.

Como resultado, foi realizada uma pesquisa sobre um assunto que apesar de frequente há sessenta anos nos lares brasileiros, é ainda considerado novo em termos acadêmicos e um incipiente para os pesquisadores em Comunicação Social. Portanto, esse Projeto Experimental também tem como intenção contribuir para outras pesquisas, e ser objeto de inspiração para novos estudos sobre a área.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Marialva. **Televisão, narrativa e restos do passado**. Disponível em: http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/138/139 Acesso em 21.08.2016

CRISTINA LOPEZ, Débora. **RÁDIO COM IMAGENS: Uma proposta de sistematização do uso de vídeos em páginas de emissoras de rádio**. Disponível em: https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/411/381 Acesso em 21.08.2016

CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30, 2014, Foz do Iguaçu. **Comunicação Televisual: Análise dos Programas de Auditório Exibidos na Televisão Brasileira.** Anais... Foz do Iguaçu. 2014, 14p. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1337-1.pdf Acesso em 21.10.2017

CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39, 2016, São Paulo. **Do gênero programa de auditório na televisão**. Anais… São Paulo. 2016, 13p. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2831-1.pdf Acesso em 21.08.2017

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: understanding new media**. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1997.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira, uma visão econômica, social e política**. Petrópolis, RJ:Editora Vozes Ltda, 2002.

MAGNANI, José. **Festa no pedaço: cultura popular e lazer na cidade**. São Paulo: Hucitec/UNESP, 2003.

MELLO VIANNA, Graziela e SANTOS, Elias, **Alô, alô seu Chacrinha: as textualidades sonoras de um programa de auditório**. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0142-1.pdf> Acesso em 21.08.2016

MICELI, S. **A noite da madrinha**, São Paulo: Perspectivas, 1972.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular: do gramofone ao rádio e TV**. São Paulo: Ática, 1981.

Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – **Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf. Acesso em: 05 set. 2015.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus, 2015.

Entrevista para o Programa Silvio Santos, SBT, 1998. <https://www.youtube.com/watch?v=3oqHv-Hts28> Acesso em: Outubro/2017

Acervo da Funarte. **Fotos de Dercy Gonçalves e Oscarito** em: <http://www.funarte.gov.br/brasilmemoriadasartes/acervo/walter-pinto/astros-do-teatro-de-revista-em-retratos-colorizados/> Acesso em: Outubro/2017

Abertura do Programa César de Alencar, Rádio Nacional, 1950. <https://www.youtube.com/watch?v=aCA6KaJWMxM> Acesso em: Outubro/2017

Acervo do jornal O Globo. **Imagem: A Era de Ouro da Rádio Nacional**, <http://acervo.oglobo.globo.com/incoming/a-radio-nacional-a-era-de-ouro-20058491> Acesso em: Outubro/2017

Sucessos de Flavio Cavalcante, Informações disponíveis em: <http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/entre-polemicas-sucessos-flavio-cavalcanti-brilhou-por-decadas-na-tv-19368417#ixzz4yw0EqvmR> Acesso em Outubro/2017.

Discoteca do Chacrinha, Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/discoteca-do-chacrinha/formato.htm> Acesso em: Outubro/2017

Cassino do Chacrinha, Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/cassino-do-chacrinha.htm> Acesso em: Outubro/2017

Domingão do Faustão, Informações disponíveis em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/domingao-do-faustao/curiosidades.htm> Acesso em: Outubro/2017

Matéria Prima, Informações disponíveis em <https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/historia-da-tv/2017/06/ha-27-anos-estreava-materia-prima-o-avo-do-altas-horas> Acesso em: Outubro/2017

Domingo Legal, Informações disponíveis em <http://www.sbt.com.br/domingolegal/programa/> Acesso em: Outubro/2017

Xuxa Park, Informações disponíveis em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/infantojuvenis/xuxa-park/formato.htm> Acesso em: Outubro/2017

Planeta Xuxa, Informações disponíveis em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/infantojuvenis/planeta-xuxa.htm> Acesso em: Outubro/2017

Programa do Ratinho, Informações disponíveis em <http://www.sbt.com.br/ratinho/programa/> Acesso em Outubro/2017

Caldeirão do Huck, Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/caldeirao-do-huck.htm> Acesso em Outubro/2017

Programa Xuxa Park, TV Globo, 1996. <https://www.youtube.com/watch?v=Klj6pxDfntQ> Acesso em Outubro/2017

Cantora e apresentadora Xuxa recebe disco de platina no programa Caldeirão do Huck. <https://www.youtube.com/watch?v=9-Xc80e__gs> Acesso em Outubro/2017

Fã conhece a cantora Gretchen no programa Porta da Esperança, SBT, 1985. <https://www.youtube.com/watch?v=bEDe4epC9A4> Acesso em Outubro/2017.

APÊNDICE

ROTEIRO TCC SHOW

[CLIPE AO SOM DA TRILHA PRINCIPAL DO PROGRAMA SILVIO SANTOS COM IMAGENS DE APRESENTADORES DE PROGRAMAS DE AUDITÓRIO DIVERSOS]

[VINHETA TCC SHOW]

- **plateia GRITA, BALANÇA POMPONS**, **ASSISTENTES DANÇAM**.

- HUGO ENTRA EM CENA **(AOS GRITOS DA plateia)**:

- OLÁ, BEM-VINDOS! **(SUPER CLOSE)** ESTAMOS DIRETO DOS ESTÚDIOS DA UNBTV COM O TCC SHOW, UM PROGRAMA QUE VAI MOSTRAR OS PRINCIPAIS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO DA TV BRASILEIRA **(plateia GRITA)**./

[ABERTURAS DOS PROGRAMAS SILVIO SANTOS/ HEBE CAMARGO/ CASSINO DO CHACRINHA]

- MUITO OBRIGADO PELA PRESENÇA DESSA plateia INCRÍVEL QUE TÁ AQUI, TEMOS CARAVANAS E CONVIDADOS DE VÁRIAS PARTES DO DF JUNTO COM A GENTE! E CLARO, **(SUPER CLOSE)** NÃO POSSO DEIXAR DE AGRADECER A SUA COMPANHIA AÍ DO OUTRO LADO./

- HOJE TEM MÚSICA **(plateia COMEMORA!)**, HISTÓRIAS EMOCIONANTES **(plateia COMEMORA!)**, VAMOS VER SONHOS REALIZADOS E CLARO, **(SUPER CLOSE)** PROVAS INCRÍVEIS QUE VALEM ATÉ PRÊMIOS **(plateia COMEMORA!)**./ **(plateia GRITA: UH, UH, UH, UH!)**

- HUGO: UM INSTANTE MAESTRO (ALUSÃO AO FLÁVIO CAVALCANTE - **plateia FAZ SILÊNCIO**) SABE PORQUE? **(SUPERCLOSE)** PORQUE A GENTE VAI VIAJAR NO TEMPO E ENTENDER DE ONDE COMEÇOU ISSO TUDO./ NOSSA PRODUÇÃO PREPAROU UMA HOMENAGEM AOS GRANDES COMUNICADORES./ QUEM SÃO ELES E PORQUE O SUCESSO DELES? É O QUE A GENTE VAI VER, AGORA! **(PLANO ABERTO)**

[CLIPE DOS PRINCIPAIS APRESENTADORES E PROGRAMAS DA TV BRASILEIRA - PROGRAMA SILVIO SANTOS/ CLUBE DO BOLINHA/ VIVA A NOITE/ CASSINO DO CHACRINHA/]

HUGO: QUEM QUER A BANANA DO CHACRINHA??? **(plateia: EU!!!)** OLHA! (OLHANDO PRA CÂMERA - SUPERCLOSE) (HUGO JOGA BANANA - VOLTA CAMERA GERAL) (plateia GRITA!)

[VOLTA CLIPE: CASSINO DO CHACRINHA/ PROGRAMA DO RATINHO/ DISCOTECA DO CHACRINHA/ PERDIDOS DA NOITE/ DOMINGÃO DO FAUSTÃO/ XOU DA XUXA/ CLUBE DA CRIANÇA/ XUXA PARK/ PROGRAMA HEBE CAMARGO/ PROGRAMA FLÁVIO CAVALCANTE/ PROGRAMA J. SILVESTRE/ PÂNICO NA TV/ MATÉRIA PRIMA/ JOVEM GUARDA/ H]

(plateia APLAUDE)

- (plateia UH! UH! UH!) HUGO: VOCÊS CURTIRAM??? **(plateia: SIM!!!)**, - ENTÃO É AGORA QUE BICHO VAI PEGAR! VAMOS NOS DIVERTIR E DANÇAR COM OS RITMOS DAS NOSSAS ATRAÇÕES MUSICAIS! **(PALTEIA: Ê!!!!)**

[VINHETA E CLIPE ATRAÇÕES MUSICAIS]

- HUGO: É! QUEM CANTA OS SEUS MALES ESPANTA! E QUEM QUER DINHEIRO AÍ?

[INSERT SILVIO SANTOS - QUEM NÃO GOSTA DE DINHEIRO?]

- VAMOS VER QUEM VAI COMPETIR AQUI NO NOSSO PROGRAMA! VALENDO QUINHENTOS MIL REAIS **(SUPER CLOSE)** VOCÊ VAI ASSISTIR AQUELAS PROVAS ELETRIZANTES.

[VINHETA E INSERT PROVA XOU DA XUXA]

- HUGO: QUEM QUER PARTICIPAR?

[INSERT PARTICIPANTES GINCANA PROGRAMA SILVIO SANTOS]

- **(PLANO ABERTO) [ASSISTENTES DE PALCO ESCOLHEM ALGUNS PARTICIPANTES]** QUAL É O SEU NOME? E O SEU? BEM, VOCÊS JÁ CONHECEM A PROVA, NÃO É?

[CLIPE PROVAS QUE VALEM PRÊMIOS]

- HUGO ESCOLHE VENCEDOR QUE LEVA O CHEQUE GRANDÃO. - QUER MANDAR RECADO ?/ BEIJO PRA QUEM? (ALUSÃO A XUXA, COMPETIDORES DEIXAM O PALCO) QUE BOLADA, HEIN? UMA GRANA DESSAS É OU NÃO É, UM VERDADEIRO SONHO?./

[INSERT GANHADORA PIÃO DA CASA PRÓPRIA - PROGRAMA SILVIO SANTOS]

- HUGO: PREPARE O LENÇO AÍ NA SUA CASA! É HORA DE EMOÇÃO!

[VINHETA E CLIPE SONHOS NOS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO]

- **(plateia: Ê!!!!)** HUGO: MUITA EMOÇÃO! MAS AGORA CHEGOU UM DOS MOMENTOS MAIS AGUARDADOS DO NOSSO SHOW./ COM VOCÊS, OS NOSSOS JURADOS! (plateia COMEMORA!)

[VINHETA E CLIPE JURADOS DO PROGRAMA SHOW DE CALOUROS]

- **(SUPER CLOSE)** JURADO 1 (JOSÉ CARLOS ARONCHI DE SOUZA): EU ACREDITO QUE OS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO PRENDEM A ATENÇÃO DO PÚBLICO E DO TELESPECTADOR PELA VARIEDADE DE ATRAÇÕES APRESENTADA NUM SÓ PROGRAMA./ O PÚBLICO COMPARECE PRA MOSTRAR ALEGRIA, ANIMAÇÃO, INTERESSE, PODE CANTAR, DANÇAR, DAR OPINIÃO, SEMPRE INSTIGADO PELA FIGURA DO NOSSO QUERIDO APRESENTADOR QUE CENTRALIZA A ATENÇÃO E CONDUZ O PROGRAMA./ NÃO É ATOA QUE CONTINUA ATÉ HOJE SENDO UM GRANDE SUCESSO! NOTA 10/

- **(SUPER CLOSE)** JURADO 2 (RANZINZA): EU NÃO ACHO NADA DISSO./ PRA MIM ESSE FORMATO É ULTRAPASSADO, VELHO, CHATO, NINGUÉM QUER ASSISTIR. JÁ FOI-SE O TEMPO./ NOTA ZERO!

- **(SUPER CLOSE)** JURADO 3 (PONDERADO): AH, EU ACHO QUE O PROGRAMA DE AUDITÓRIO AINDA DÁ O MAIOR PÉ! OLHA SÓ ESSE PÚBLICO MARAVILHOSO, CHEIO DE VIDA, ALÉM DE SER AINDA UMA DAS GRANDES AUDIÊNCIAS DA TV BRASILEIRA! NOTA OITO!/

HUGO: É ISSO AÍ! ESTAMOS DE VOLTA, GALERA! VAMOS DE MÚSICA? **(plateia: SIM!!!!)** ENTÃO VAMOS DANÇAR!

[CLIPE DANÇA: BOLETES/ VIVA A NOITE/ CHACRETES/ XUXA PARK]

HUGO: GENTE, VOCÊS JÁ DEVEM TER REPARADO NESSAS TRÊS BELAS GAROTAS QUE ESTÃO ATRÁS DE MIM./ ALÉM DE BONITAS ELAS DEIXAM TUDO EM ORDEM, EU ATÉ SEI QUE ALGUNS PROGRAMAS TEM ALGUMAS ASSISTENTES DE PALCO, MAS NENHUMA DELAS CHEGA AOS PÉS DAS NOSSAS./ VAMOS VER A MINHA HOMENAGEM A TODOS ASSISTENTES DE PALCO DA TV BRASILEIRA! RODA AÍ! **(ALUSÃO AO CHACRINHA)/ (plateia: EEÊE!!!)**

[CLIPE ASSISTENTES DE PALCO: PAQUITAS/ RUSSO/ ROQUE + SONORA]

HUGO: E A NOSSA FESTA CONTINUA, UM BEIJO ESPECIAL PRA CARAVANA DE TAGUATINGA, MARCANDO A MAIOR PRESENÇA AQUI NO NOSSO PROGRAMA!

[INSERT CARAVANAS NO PROGRAMA XUXA PARK]

HUGO: TEM GENTE DE TODOS OS LUGARES! DA ASA SUL, ASA NORTE, DO GUARÁ...

[APRESENTADOR INTERAGE COM A plateia]

HUGO**:** PESSOAL É O SEGUINTE, NÓS RECEBEMOS CARTAS DE MUITOS LUGARES COM HISTÓRIAS IMPRESSIONANTES, E **(SUPER CLOSE) VOCÊ**, QUE ACOMPANHA A GENTE VAI CONHECER AINDA MAIS HISTÓRIAS INCRÍVEIS./ OLHA SÓ! **(plateia BATE PALMAS)**

[VINHETA E CLIPE HISTÓRIAS DE VIDA]

HUGO: E O NOSSO CENÁRIO JÁ TÁ PRONTO PRA RECEBER OS NOSSOS CONVIDADOS! ELES ESTÃO CHEGANDO! **(plateia: EEÊE!!!)** JÁ IMAGINARAM ALGUMA PERGUNTA PRA FAZER PRA ELES?

[VINHETA E CLIPE ARQUIVO CONFIDENCIAL - DOMINGÃO DO FAUSTÃO]

(plateia) LINDO, TESÃO, BONITO E GOSTOSÃO! HUGO: OBRIGADO, NÃO É PRA TANTO!!!

HUGO: O NOSSO PROGRAMA CHEGA AO FIM, FOI EXCELENTE ME DIVERTIR COM VOCÊS! UM BEIJO NO CORAÇÃO DE CADA UM, O MEU AGRADECIMENTO MAIS QUE ESPECIAL PARA AS CARAVANAS DO GUARÁ, DE TAGUATINGA, CEILÂNDIA, AO FÃ-CLUBE DE VICENTE PIRES! VOCÊS SÃO DEMAIS! VALEU!!! (plateia SE JUNTA E ABRAÇA O HUGO, BRINCA, PULA, FAZ FESTA!)

[SOBE CRÉDITOS DO PROGRAMA]