

A Mídia Regional e os adornos usados pelos atores sociais no Programa Televisivo Galpão Crioulo.¹

Cristiane Greiwe BORTOLUZZI²

Edir Lucia BISOGNIN³

Eduarda Ramos do COUTO⁴

Maria da Graça Portela LISBÔA⁵

Flaví Ferreira Lisbôa FILHO⁶

Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS
Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

O programa televisivo regional Galpão Crioulo representa os modos de expressão e simbolização da identidade regional na tevê, baseado em apresentações culturais e artísticas que referenciam elementos da cultura gaúcha ligada à tradição. Os adornos usados pelos artistas sociais e os que integram o cenário, constituem elementos delatores de cultura, portanto carregados de significados e significações. Nesta acepção, torna-se oportuno estudar sua identidade e representações/ sentidos, especialmente a partir de um programa que atinge grande público. O presente trabalho segue a metodologia específica para esta investigação tem como base a análise textual de Caseti e Chio (1999), própria para os estudos de televisão.

Palavras-chave: Mídia; Identidade Regional; Comunicação; Adorno.

Introdução

A área da comunicação é campo de pesquisa que se presta as investigações científicas das questões de significação e apelos culturais identitários. É inegável a influência da mídia no comportamento da sociedade, que consome bens culturais e se inspira na TV para desejar os objetos.

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - com resultados parciais do Projeto de Pesquisa “Mídia Áurea”: os apelos identitários e a significação dos adornos no programa televisivo Galpão Crioulo do Centro Universitário Franciscano – Santa Maria/RS. Curso de Design de Produto.

²Acadêmica do curso de Design (UNIFRA). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Design e Gestão do Produto, na linha de pesquisa História, Estética e Cultura de Objetos (UNIFRA). (cris_bortoluzzi@hotmail.com).

³Orientadora do trabalho. Mestre em Educação (UFSM). Professora do curso de Design (UNIFRA). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Design e Gestão do Produto, na linha de pesquisa História, Estética e Cultura de Objetos (UNIFRA). (edir@unifra.br).

⁴ Acadêmica do curso de Design (UNIFRA). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Design e Gestão do Produto, na linha de pesquisa História, Estética e Cultura de Objetos (UNIFRA). (erc.design@hotmail.com).

⁵Orientadora do trabalho. Mestre em Engenharia de Produção (UFSM). Professora do curso de Design (UNIFRA). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Design e Gestão do Produto, na linha de pesquisa História, Estética e Cultura de Objetos (UNIFRA) e Grupo de Pesquisa Estudos de Jornalismo e Comunicação, identidades e fronteiras da UFSM. (mglisboa@unifra.br).

⁶Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação (Unisinos). Professor adjunto do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM. Pesquisador do GP Comunicação, Identidade e Fronteira. (flavilisboa@gmail.com)

A temática desta proposta de pesquisa centra-se na identidade, na cultura regional e na televisão, analisada pelo viés dos adornos utilizados no programa Galpão Crioulo – GC da RBS TV. O foco recai no estudo dos apelos identitários nos adornos exibidos pelos apresentadores e convidados do programa, tendo por finalidade identificar se sua utilização contribui para o fortalecimento da cultura regional do Rio Grande do Sul.

Para tanto, é importante descrever um breve conceito sobre identidade e cultura regional. Identidade é um conjunto de características que identificam um grupo social, diferenciando-o dos demais. Para Filho (2009, p. 98) “as identidades se fazem existentes a partir dos atributos oferecidos na linguagem e no sistema simbólico em que são representadas, assinaladas principalmente pela diferença”.

Cultura regional é entendida como “todos os níveis de manifestações de uma determinada região que caracterizam sua realidade sociocultural” (JACKS, 1998, apud FILHO, 2009, p.76). Para Brignol (2004 apud FILHO, 2009, p. 173) a mídia hoje representa um dos principais espaços de vivência da identidade cultural gaúcha, pois, “na sua dinâmica construção, ela é permanentemente visibilizada, discutida, experimentada e reordenada no ambiente midiático através de apropriações diversas feitas de produções locais e nacionais”.

Deste modo, o Programa Televisivo Galpão Crioulo é uma construção cultural do meio social no qual está presente. Buscando na história e nas tradições os elementos de legitimação, associando ao estereótipo do gaúcho a bravura, coragem, e o ambiente agropastoril, mas também, leva em consideração o contexto urbano no qual se cultuam os sentimentos de pertencimento a um estado e valorização da sua cultura atualmente.

Por outro lado, denota-se reverência às tradições demonstradas através do uso de adornos pelos atores sociais. Este estudo chama a atenção para este aspecto que compõe a produção televisiva inserido na cultura gaúcha, neste caso no programa Galpão Crioulo. Para Martino (2005, p. 43),

Este universo simbólico da sociedade é, via de regra, influenciado pela mídia. Quanto maior o tempo de exposição à mídia, maior sua influência na definição de consumo. Não apenas o consumo simbólico, mas também a posse material de bens de consumo é carregada de simbolismos e serve como mediação das relações sociais. O dado pode ser empiricamente comprovado pela visibilidade social dos produtos divulgados na televisão.

A influência da TV no comportamento telespectador, neste caso usuário de adornos, é caracterizada nos lançamentos de coleções de joias que os artistas, jornalistas e

apresentadores de programas usam e motivam o espectador a usá-los. Em se tratando de um programa com identidade regional bastante marcada, questionamos se esses objetos estão voltados para a cultura regional.

Revisão bibliográfica

O programa televisivo Galpão Crioulo

Numa época em que a programação televisiva atravessa fronteiras através, principalmente, dos canais pagos, parece relevante darmos atenção à um programa de tevê aberta, produzido e veiculado por uma emissora regional. Reforça o interesse, ainda, o fato do programa se segmentar não por interesses públicos diversos – como notícia, esportes, dramaturgia –, mas na identidade de uma região e pela valorização de um sentimento de pertencimento a um estado, representado pela nação gaúcha. Isso tudo, afinal, pode ser questionável num momento em que a identificação toma o lugar da identidade, em que o local é desvalorizado em detrimento do global.

O Galpão Crioulo passou a ser oferecido pela emissora RBS TV em 1982, sendo um dos seus produtos mais antigos. O programa segue a mesma matriz desde sua criação, entretanto, sofreu algumas transformações como as alterações de horário no fluxo televisional. Brigatti (2012, p.4) informa que cerca de 3000 músicos já participaram dos mais de 1500 programas gravados, até mesmo em países como a Argentina, França e Uruguai.

Ao longo de sua história o programa manteve o mesmo apresentador, Nico Fagundes, que em 2000 passou a receber o auxílio de seu sobrinho Neto Fagundes. Em maio do corrente ano, durante a comemoração de 30 anos do GC, Nico despediu-se da apresentação.

Segundo Filho (2009), Nico, o grande anfitrião e patriarca, construiu a imagem de gaúcho autêntico e de origem, enquanto Neto, com seu dinamismo e jovialidade, marcou a presença do novo. A relação entre tio e sobrinho representa um aspecto relevante do programa: a sua capacidade de auxiliar na afirmação de uma identidade gaúcha tradicional mesclada a outros elementos urbanos, ou seja, ele permite atualizações nesta construção cultural.

O contexto do programa, a princípio, é marcado por uma perspectiva de identidade gaúcha, mas também de sociedade globalizada e de consumo. O programa é, ainda, um bem

com valor simbólico, produzido para uma sociedade midiaticizada, respeitando a lógica de sua emissora, além de buscar um mercado igualmente simbólico composto por telespectadores- consumidores.

O adorno como ator social

Os adornos entram no universo dos bens simbólicos, culturalmente inseridos, e as jóias mostradas na TV chamam a atenção dos espectadores e muitos exemplares fazem sucesso. Sabe-se da importância da mídia no mundo atual o que torna evidente a sua influência. Este estudo é fundamental quando pensamos no adorno nos programas de tevê, em especial no Galpão Crioulo, pois isto acaba influenciando muitos espectadores e entrever até onde um programa regional pode contribuir para o fortalecimento da identidade local.

Para a compreensão deste estudo, é importante buscarmos na linguagem do tempo qual a comunicação que se estabelece com o homem e o uso dos adornos, já que a estética e simbolismos atribuídos aos adornos na contemporaneidade vêm desde os primórdios do homem.

Gourham (1983, p.64) analisa a forma do adorno primitivo e sua relação de uso também na contemporaneidade, ao exemplificar que:

Se ao lado das conchas perfuradas, se encontram pedras de formas curiosas, bocados de minerais, amostras de cristal de rocha, pode-se pensar que os homens recolhiam estes objetos porque os consideravam belos e lhes atribuíam propriedades mágicas, esta dupla preocupação encontra-se nos povos atuais, que fazem coleções do mesmo gênero.

Baudrillard (1970) define o adorno ao longo da história como objeto simbólico que ganha autonomia em relação ao modo de produção e de apropriação e ganha uma dimensão de independência que se configura como um espaço simbólico fechado. A contribuição de Baudrillard é importante, pois concebe o objeto em uma dupla dimensão: instrumento e signo.

Ao apresentarmos um histórico da lógica de produção e de apropriação do bem simbólico, neste estudo “o adorno”, desejamos refazer o percurso pelo qual o mesmo é apropriado pelo homem, especificamente, pela cultura e pelas forças materiais (classe, capital material e imaterial) que vão integrar esse objeto no campo de bens simbólicos.

Bourdieu (2008) compreende que os bens culturais possuem uma economia própria, cuja lógica escapa do puro economicismo. Também descreve que a lógica desses bens muitas vezes tenta se apresentar como espaço de subjetividade, mas que na verdade esconde uma série de disputas, ideologias e diferenças sociais, que por sua vez determinariam essa economia dos bens simbólicos.

Na identidade regional do Rio Grande do Sul, as diferenças de classe e gênero para Fraga são omitidas. “Portanto não se trata de os indivíduos serem obrigados por uma dada identidade e nela dissolverem sua subjetividade, mas sim, pelo contrário, de serem reconhecidos socialmente a partir dela (2009, p. 85-86).” O referenciado autor nos leva a pensar que a classificação simbólica é profundamente relacionada à ordem social, mas que nem todas as diferenças são necessariamente marcadas nessa ordem.

Resultados parciais

Para a elaboração das tabelas a seguir, foi feito um roteiro de decupagem onde constam os dados da pesquisa realizada de 12 de março a 26 de maio de 2012.

A tabela abaixo apresenta informações relevantes sobre os 10 programas considerados neste estudo.

Tabela1: Edições do programa Galpão Crioulo analisadas

Numeração / Data	Programa	Local/ Cidade	Classificação / Cenário	Apresentador	Convidado
1º 18/03/2012	30 anos do programa Galpão Crioulo	Estúdio da RBS TV/ Porto Alegre	Estúdio	Neto Fagundes	Lucio Yanel, Buenas e M’Espalho, Joca Martins e Pery Souza

2º 01/04/2012	Aniversário de Porto Alegre	Estúdio da RBS TV/ Porto Alegre	Estúdio	Nico Fagundes e Neto Fagundes	Leandro Maia, Tchê Barbaridade, César Oliveira e Rogério Melo e Elton Saldanha
3º 08/04/2012	Grupo Farroupilha relembra histórias no Galpão Crioulo.	Estúdio da RBS TV/ Porto Alegre	Estúdio	Nico Fagundes e Neto Fagundes	Conjunto Farroupilha
4º 15/04/2012	30 anos do programa Galpão Crioulo	Estúdio da RBS TV/ Porto Alegre	Estúdio	Nico Fagundes e Neto Fagundes	Os Mirins, Jairo Lambari Fernandes e Porca Véia
5º 22/04/2012	30 anos do programa Galpão Crioulo	Estúdio da RBS TV/ Porto Alegre	Estúdio	Nico Fagundes e Neto Fagundes	Ilse Roskam e Mateus Kleber, Richard Serraria, Hermes Aquino e Garotos de Ouro
6º 27/04/2012	30 anos do programa Galpão	Estúdio da RBS TV/ Porto	Estúdio	Nico Fagundes e Neto	José Mendes Junior, Enzo

	Crioulo	Alegre		Fagundes	e Rodrigo, Mauro Moraes e Os Serranos
7º 06/05/2012	30 anos do programa Galpão Crioulo	Estúdio da RBS TV/ Porto Alegre	Estúdio	Nico Fagundes e Neto Fagundes	Chão de Areia, Trio Novos Gaúchos, Miro Saldanha e Grupo Quero- Quero
8º 12/05/2012	30 anos do programa Galpão Crioulo	Parque Municipal do Chimarrão em Venâncio Aires, na 12º Fenachim	Programa Show	Nico Fagundes e Neto Fagundes	Marcelo Caminha, Daniel Torres, Dante Ramon Ledesma e Raúl Quiroga
9º 20/05/2012	30 anos do programa Galpão Crioulo	Parque Municipal do Chimarrão em Venâncio Aires, na 12º Fenachim	Programa Show	Nico Fagundes e Neto Fagundes	João Luiz Corrêa, Iedo Silva, Fátima Gimenez, Juliana Spanevello, Loma e Maria Luiza Benitez,




					Buenas e M'Espalho, Ernesto Fagundes, Bagre Fagundes, Dorotéo Fagundes e José Mendes Júnior
10º 26/05/2012	30 anos do programa Galpão Crioulo	Parque Municipal do Chimarrão em Venâncio Aires, na 12º Fenachim	Programa Show	Nico Fagundes e Neto Fagundes	Walther de Morais e André Lucena, Luiz Carlos Borges, Beto Mayer e Teixerinha Filho, Berenice Azambuja e Gaúcho da Fronteira, João Chagas Leite, Gilberto Monteiro, Décio Tavares

Fonte: Pesquisa realizada de 12 de março a 26 de maio de 2012.

Para fins de melhor apresentação dos resultados obtidos até o momento, elaborou-se a Tabela a seguir, que demonstra algumas das imagens capturadas e uma breve descrição do adorno ou acessório identificado. Ao término desta subseção se faz uma análise das imagens apresentadas.

Tabela 2: Análise do apelo identitário do adorno no programa Galpão Crioulo

Imagem	Data	Análise morfológica/ simbólica do objeto
	18/03/2012	Chapéu de feltro, lenço branco no pescoço e rastra de couro que remetem à indumentária típica do RS.
	18/03/2012	Brinco circular que sugere o formato do broche usado pelas estancieiras desde o século XIX. Colar com pingente circular acrescido de uma forma geométrica na parte interna que sugere o grafismo próprio da região missioneira do RS, assim como as formas geométricas da faixa em sua cintura. Bracelete que faz referência ao ouro branco/prata serve de adorno da indumentária da cantora e remete a ostentação de classe social.
	18/03/2012	Chapéu de feltro e lenço branco no pescoço que remetem à indumentária tradicional do RS. Bóton de metal com o formato de violão remete ao instrumento regionalista, o bóton com o formato de Nossa Senhora Aparecida sugere a forte presença da religiosidade no RS. E bóton com o formato do brasão do RS remete

		ao apelo nacionalista pelo estado a que pertence.
	01/04/2012	Rastra com ouro e prata, pulseira de ouro, passador de lenço em prata e/ou ouro que sugerem a ostentação presente na história do RS durante o período colonial. Chapéu de feltro e lenço no pescoço que remetem a indumentária típica do RS.
	01/04/2012	Chapéu de feltro e lenço no pescoço que remetem a indumentária tradicional do RS. Rastra em couro que remete influência castelhana no RS e à pecuária gaúcha. Os detalhes em ouro e prata sugerem a ostentação presente na história do RS durante o período colonial.
	01/04/2012	Lenço no pescoço que remete à indumentária tradicional do RS. A pulseira, a bainha da faca e a rastra em couro remetem à atividade pecuária do RS. A faca em prata e os detalhes da rastra em metal sugerem a ostentação de classe social presente na história do RS durante o período colonial. A rastra é de influencia “castelhana”.

	01/04/2012	O lenço no pescoço remete à indumentária típica do RS utilizada atualmente pelas mulheres nas atividades/festividades campeiras. No ombro a cantora traz um pala dobrado e suas formas remetem ao grafismo indígena missioneiro.
	08/04/2012	Brinco e anel que sugerem a ostentação de classe sem apelo identitário. Colar com trança de couro que remete à atividade pecuária do RS e pingente de ametista.
	15/04/2012	Lenço branco no pescoço que remete a indumentária típica do RS. O tirador de couro remete às lidas campeiras. Boina que remete a indumentária do RS com influência “castelhana”.
	22/04/2012	Chapéu de feltro e lenço branco no pescoço que remetem à indumentária tradicional do RS. Rastra com ouro e prata que remete à indumentária comum no pampa gaúcho com influência “castelhana”. Corrente do relógio de bolso sugere a ostentação presente na história do RS durante o período colonial.

Fonte: Pesquisa realizada de 12 de março a 26 de maio de 2012.

Na mostra das imagens da Tabela 2, verificamos que o programa não assume o compromisso com um perfil específico de sujeito ou uma identidade única, ou seja, ele opera sobre certa flexibilidade, configurando um equilíbrio entre o tradicional e o atual, o local e o global, o que é observado na indumentária e acessórios usados pelos atores sociais do Galpão Crioulo. Estes adornos apresentam um forte apelo regionalista à cultura do estado do Rio Grande do Sul, mas também trazem aspectos contemporâneos e mesclados com outras culturas.

Conforme Filho (2009, p.73), “nesse processo, a constituição da identidade gaúcha é projetada do passado e cria práticas no presente, que se associam a outras práticas contemporâneas e até globalizadas”, o que é constatado na referida análise, onde a maioria das imagens é de atores do sexo masculino o que permite a identificação com a tradição do homem do campo no RS. Este utiliza chapéu, o pala, o lenço, a bombacha e a guaiaca com a faca na cintura nas atividades campeiras, muitos destes adornos usam como matéria-prima o couro que lembra a atividade pecuária que foi e é significativa para a economia do estado. Todos estes elementos contribuem para a construção cultural da identidade do gaúcho, mesmo que o modo de vida rural não faça parte da vida cotidiana da maioria destes sujeitos.

Deste modo, o Galpão Crioulo auxilia na afirmação de uma identidade gaúcha tradicional e rural, contudo, ela não existe de forma pura, é hibridizada, mesclada, criando novas formas de manifestações culturais, resultantes da soma de elementos sociais, culturais, estéticos e midiáticos. Estas características são identificadas na maioria dos artistas presentes nas edições analisadas, por exemplo, ao combinar a indumentária tradicional com elementos de influência castelhana, como a rastra (tipo de cinturão) que compõem o visual do gaúcho contemporâneo.

Já a figura feminina no programa apresenta aspectos diferenciados em relação ao homem, o que pode ser chamado de quebra de paradigmas. Pois o seu trajar não está tão associado à questão histórica de submissão da mulher na busca de diminuir as diferenças advindas de uma sociedade patriarcal, em que a figura masculina era dominante. De modo que, ela usa o chapéu, a bombacha, o lenço, uma indumentária tradicionalmente masculina, a fim de minimizar as diferenças concebidas no imaginário cultural da sociedade.

Há, também, os atores que não fazem uso de nenhuma indumentária tradicional, porém apresentam adornos confeccionados com matéria-prima própria do Rio Grande do Sul, como o couro e a pedra ametista. Sendo perceptível que cada um pode adotar o seu estilo no programa sem sofrer discriminações.

Conclusões

Os adornos usados no programa televisivo Galpão Crioulo auxiliam no fortalecimento da identidade regional, difundindo o que há de tradicional e permitindo atualizações dessa construção cultural. De modo que, se observa mudanças nos trajes no decorrer do tempo e que nem sempre os mesmos se focam na identidade local.

No presente trabalho, apresentamos resultados parciais devido ao tempo de andamento da pesquisa, período que compreende entre março e maio do presente ano. Isto nos instiga a dar continuidade ao projeto e pela relevância da problemática do mesmo, como contribuição a literatura da cultura popular do RS, e sua relação com a mídia.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor W. *Gesammelte Schriften*, Band 8. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1972-80. Tradução de Newton Ramos-de-Oliveira, Bruno Pucci e Cláudia B. M. de Abreu. A revisão definitiva, feita pelo mesmo grupo, contou também com a colaboração de Paula Ramos de Oliveira. Publicado na **Revista "Educação e Sociedade"** n. 56, ano XVII, dezembro de 1996, pág. 388-411

BAUDRILLARD, J. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publications Ltd, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

_____. **Economia das trocas linguísticas**. São Paulo: Edusp, 1996.

_____. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2008.

BRIGATTI, GUSTAVO. Campeando as próprias origens. **Jornal Zero Hora**, Porto Alegre, p. 4 e 5, 13 maio 2012.

CASETTI, Francesco; CHIO, Frederico di. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Paidós: Barcelona, 1999.

CODINA, Carles. **Arqueologia**. Trad. Fernando de Castro Ferro. São Paulo: Edições Melhoramentos/Edusp, 1970.

_____. **A ourivesaria.** Trad. Marisa Costa. Lisboa: Editorial Estampa Ltda. 2002. (Coleção Artes e Ofícios).

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados.** Traduzido por: Pérola de Carvalho 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

FILHO, Flávio F. Lisbôa. **Mídia Regional: gauchidade e formato televisual no Galpão Crioulo.** Tese; UNISINOS. 2009

_____. **Mídia e Identidade Gaucha.** Art. A Gauchidade midiática televisual: enunciações de sentidos no Galpão Crioulo, p. 171 a 192. 2009.

FRAGA, Pauline Neutzling. **Mídia e Identidade Gaucha.** Art. A Identidade de um Mito Vendável: revelando o gaúcho reificado das representações discursivas publicitárias, 2009.

GOURHAN, André Leroi. **Os caçadores da pré-história.** Lisboa: Ed. 70, 1983.

MARTINO, L.M.S. **Comunicação: troca cultural?** São Paulo: Paulus, 2005.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. Representações midiáticas e produção de sentido: a identidade gaúcha em questão. In: _____. **Representação & Identidade.** Santa Maria: FACOS-FIPEUFMS, 2001.

SUBIRACHS, Josep Maria. **História Geral da Arte.** Madrid: Ediciones Del Prado, 1996.

IMAGENS DA TABELA 1, extraídas do **Programa Televisivo Galpão Crioulo** no período de 18 de março a 26 de maio de 2012.