



Processo Folkcomunicacional Presente No Programa Galpão Crioulo¹

Luísa Ferreira de SOUZA²

Vinicius Mota da SILVA³

Fábio CORNIANI⁴

Universidade Federal do Pampa, UNIPAMPA, São Borja, RS

RESUMO

Este artigo é resultado de um trabalho de análise das características culturais gaúchas que configuram a folkcomunicação e o entendimento dos processos folkcomunicacionais que estão presentes no programa de televisão Galpão Crioulo, além das análises dos roteiros do programa e dos levantamentos bibliográficos sobre a folkmídia. Para angariar bons resultados, foi necessária observação de sete programas, totalizando em 5 horas 4 minutos e 42 segundos de decupagem. O que permitiu-nos constatações mais aprofundadas acerca do conteúdo do programa, assim como a representação da identidade cultural gaúcha caracterizando a existência de folkcomunicação no mesmo.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; Folkmidia; Galpão Crioulo; Gaúcho; RBS TV.

INTRODUÇÃO

O presente artigo investiga os aspectos que podem caracterizar o programa Galpão Crioulo, exibido pela Rede Brasil Sul de Comunicações⁵ (RBS), como um programa folkmidiático. Para que possamos entender se este processo ocorre no programa Galpão Crioulo precisamos antes conhecer alguns conceitos que darão embasamento ao nosso estudo, como o da própria Folkcomunicação e principalmente de Folkmídia.

O termo folkcomunicação surgiu através de Luiz Beltrão com sua tese de doutorado em (1967). Para ele:

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, email: luisasouza20@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, email: mota.vinicius_@hotmail.com.

⁴ Professor Orientador. Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Graduado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. fcorniani@hotmail.com.

⁵ O grupo RBS começou a se constituir em 1957, quando o fundador Maurício Sirotsky Sobrinho tornou-se sócio da Rádio Gaúcha. Adquiriu o Jornal Zero Hora dez anos depois. Em 1969, comprou a TV Gaúcha e, em 1971, ligou-se à Rede Globo. Entrou no negócio de telefonia, TV a cabo e provedor de internet, negócios de que acabou abrindo mão depois de uma crise financeira. Hoje, o Grupo RBS é formado por cinco jornais e uma agência de notícias, 24 emissoras de rádio e 19 de televisão (incluindo os canais segmentados Rural e TVCOM), produtoras de vídeo e um portal na internet, atuando no Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Controla 80% do mercado de comunicações do Rio Grande do Sul (Herz apud Jacks, 1999), sendo o maior complexo empresarial multimídia do Sul do país.



Folkcomunicação é, por sua natureza e estrutura um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares a audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa. (BELTRÃO apud TARSITANO, 2010)

A folkcomunicação evoluiu muito desde seu surgimento, e suas áreas de atuação hoje são muito diversificadas, e um exemplo disso é o estudo da folkcomunicação no meio mais acessado no país, a televisão. Essa evolução parte inclusive em uma mudança de conceito, da própria teoria, que agora fica definida mais claramente no conceito de HOHLFELDT, 2003:

A folkcomunicação não é, pois, o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque com clareza. A folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (HOHLFELDT, 2003).

Nessa percepção aos estudos folkcomunicacionais são atribuídas uma nova dimensão não só na imensidade de temas e áreas de atuação que podem ser direcionados seus estudos, mas também como uma evolução de uma teoria da comunicação que permanece viva e em pleno processo de desenvolvimento.

Já a Folkmídia fica claramente definida nas palavras de Joseph Luyten:

(...) julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa. Acreditamos, desta forma, estarmos colaborando para um entendimento melhor de um fenômeno que se torna mais e mais evidente em uma época como a nossa, em que o inter-relacionamento das várias formas distintas de comunicação vai se revestindo de interesse cada vez maior da parte de estudiosos do fenômeno geral a que chamamos Comunicação Social. (LUYTEN, 2002)

Nesse sentido podemos entender folkmídia como uma apropriação de elementos culturais populares pelos veículos de comunicação de massa. Essa apropriação pode ocorrer de diversas maneiras, intensa ou sutilmente e retratando os inúmeros fatores que correspondem ao folclore e a cultura popular. Essa apropriação se dá pela proximidade cultural, que muitas vezes está impregnada culturalmente nos atos e nas representações que se configuram em ações folkmidiáticas, como na própria fala de um apresentador de um programa de rádio ou televisão.

Vamos abordar a parte da folkcomunicação no que diz respeito ao folclore gaúcho – músicas, vestimentas e danças –, e quais dessas características são visíveis no Galpão Crioulo, como é feita a apresentação, os lugares onde são efetuados os programas, falando sobre a



cultura gaúcha, e pesquisar quais as mensagens transmitidas ao público, analisando as características folkmediáticas.

O campo ainda é novo, porém promissor. Nestes últimos vinte anos, diversos estudos foram realizados no sentido de resgatar a importância da cultura popular na Comunicação, bem como no de analisar a maneira pela qual os meios de comunicação de massa recuperam e recodificam as manifestações populares, seus códigos, seus simbolismos e sua iconografia. Mas muito ainda está por ser realizado. O Brasil é um país com uma rica diversidade cultural, e o campo é vasto. Basta não lhe negar a importância que merece. (D'ALMEIDA, 2003)

Embora a cultura gaúcha já tenha sido muito estudada, pelos diversos segmentos de pesquisa, pelo viés folkcomunicacional ainda há o que ser estudado.

Para as análises folkcomunicacionais presentes no Galpão Crioulo, houve necessidade da decupagem⁶ de sete programas onde foram analisados os roteiros, o formato, características de cenário e figurino dos apresentadores, o local da gravação, a abertura e fechamento do programa. Para tal, selecionou-se os programas do final do mês de agosto, o mês de setembro e início do mês de outubro de 2009, pelo fato de ser próximo à Semana Farroupilha⁷.

O objetivo é revelar as características culturais populares presentes no programa de televisão Galpão Crioulo. Realizar levantamento bibliográfico sobre folkmídia, relacionar as características culturais gaúchas que se configure como folkcomunicação, e as análises dos roteiros do programa “Galpão Crioulo” para entender os processos folkcomunicacionais presentes no mesmo.

RBS TV e a Folkcomunicação

A Rede Brasil Sul (RBS) é a pioneira no modelo regional de televisão no Brasil e é também a mais antiga afiliada da Rede Globo, possui o maior número de produções regionais, pois aposta nas pautas locais como estratégia de audiência e faturamento.

Entre 1999 e 2000, foi criado o Núcleo de Programas Especiais, os qual seria responsável pelas produções de conteúdos não jornalísticos, que são eles: Histórias curtas,

⁶ Do francês *découpage*, derivado do verbo *découper*, recortar; significa, originalmente, o ato de recortar, ou cortar dando forma.

⁷ Comemora-se o aniversário da Revolução Farroupilha, que aconteceu de 1835 a 1845, no Rio Grande do Sul, quando a elite econômica da província se revoltou contra o Império. Os farrapos, como eram chamados os revoltosos, queriam para o Brasil a república federalista e o fim da escravidão, entre as principais causas, e acabaram por proclamar a independência do Rio Grande do Sul, mas a Revolução não teve sucesso. Todo ano, são realizadas comemorações como cavalgadas, acampamentos, rodeios, mateadas, bailes e desfiles para lembrar a Revolução, considerado maior evento da história política do Estado e no dia 20 de setembro é comemorado o Dia do Gaúcho, feriado estadual. A Semana Farroupilha é evento oficial do Estado desde 1964.



histórias extraordinárias, Curtas Gaúchos, Galpão Crioulo – mais antigo que o núcleo especial. Desde o início do núcleo, tem sido incontestável a inovação em termos de linguagem e de relação com o espectador, a produção da emissora tem conquistado importantes pontos de audiência e o respaldo do mercado publicitário, valorizando os horários de divulgação, consolidando as séries locais com bons produtos de veiculação comercial. Esse retorno cooperou na conquista de mais espaço na grade (domingos, 00h00, após o programa Teledomingo). Em 2005, estreou a série Cinco Vezes Erico, no ano seguinte lançou o projeto Quintana Anjo e Poeta e a ousada adaptação da obra de Josué Guimarães, A Ferro e Fogo. Em 2007, foi exibida a série Escritores e o programa O Legado Lutzenberger.

Analisando os fatores folkmediáticos de acordo com a visão Joseph Luyten – anteriormente citada – acerca do significado de folkmidia, observamos que, realmente, a RBS TV é uma empresa que cumpre seu papel folkcomunicacional, dividindo a grade de programas em: 85% com atrações da Rede Globo e os outros 15% são voltados ao público regional. Dessa forma, a Rede Brasil Sul cumpre com a proposta do seu slogan: “A gente faz pra você”, atendendo às necessidades de todos os gaúchos, de se reconhecerem nos programas.

Programa Galpão Crioulo

Os movimentos de tradição e cultura gaúcha foram impulsores do que chamamos “bairrismo gaúcho”. Com revoltas e revoluções os gaúchos uniram-se e aprenderam a valorizar o que é do Rio Grande do Sul: suas tradições, sua história, seus costumes, sua linguagem. Neste estado possui a maior rede regional de televisão do país, a RBS TV – um canal exclusivamente regional. Os gaúchos têm forte tendência a quererem ver e ouvir fatos que se relacionem com a sua realidade.

Então, há décadas eles “se assistem” aos domingos pela manhã quando ouvem “Eu sei que não vou morrer, por que de mim vai ficar, o mundo que eu construí: o meu Rio Grande o meu lar⁸” na abertura do programa Galpão Crioulo comandado há 27 anos por Antônio Augusto da Silva Fagundes, popularmente conhecido como Nico Fagundes.

Atualmente são “mais de 1000 programas gravados em estúdio, no campo ou participando de eventos. O palco do Galpão Crioulo se torna um grande espetáculo chegando a reunir 30 mil pessoas. Há quase três décadas, o programa vem abrindo espaço para o músico regional. Os artistas consagrados consolidaram sua fama, e muitos despontaram para os

⁸ Música Origens, composição: Euclides Fagundes Filho e Antônio Fagundes. Interpretação: Neto Fagundes, Renato Borghetti e Ernesto Fagundes.



palcos através do Galpão e o programa ainda conserva este espaço, revelando novos talentos. Grandes intérpretes nacionais e internacionais tradicionalistas gaúchos se apresentaram no Galpão Crioulo. O programa visitou todas as cidades importantes do Rio Grande do Sul. Esteve em Santa Catarina, Mato Grosso do Sul e também Brasília, Buenos Aires, interior da Argentina e Uruguai e até Paris.”⁹

Ao analisar os programas exibidos de agosto a outubro de 2009, observou-se que o Galpão Crioulo é estruturado em quatro blocos, cada um deles de aproximadamente doze minutos, que junto com os comerciais totaliza em uma hora de exibição. O cenário varia de acordo com o local da gravação, podendo ser em palco montado, este em tons alaranjados, com a logo do programa ao fundo de forma centralizada e em cada um dos lados os instrumentos musicais – a gaita e o violão – que caracterizam as músicas tradicionais gauchescas. Os apresentadores, em todos os programas, estão pilchados¹⁰, assim como os convidados do programa. Os homens vestidos com lenço, camisa, bombacha, bota e chapéu e as mulheres com vestido de prenda e flor no cabelo.

Nico Fagundes¹¹ e Neto Fagundes¹², ao início de cada programa relatam a emoção em estarem gravando naquela cidade, e apresentam as principais características do local. Enquanto falam, na tela aparecem imagens dos locais citados. Há, ainda, o quadro “prata da casa” onde um artista local e novato, geralmente, mostra seus dotes¹³. Os programas são gravados em eventos e em palcos, com o público e normalmente acontecem à noite e a platéia interage muito: com gritos sapucaias, aplausos e lágrimas.

Para que haja uma aproximação maior com o público, os apresentadores valem-se do linguajar tipicamente gauchesco, aquele visto no meio rural com a mistura da língua castelhana. Assim como, os ditos populares da região – o que dificultaria a comunicação com uma pessoa de fora do estado que estivesse assistindo ao programa – por exemplo, “não me atijo no entrevero¹⁴ nem vivo vagando à toa, não tenho medo da noite nem me assusto de

¹¹ SOBRE O PROGRAMA. Disponível em:

<<http://www.clicrbs.com.br/rbstv/jsp/default.jsp?programa=1&nome=galpaocrioulo&pSection=255&uf=1&local=1>>.

Acessado em: 29 de janeiro de 2010.

¹⁰ Oficializada como traje de honra e de uso preferencial no Rio Grande do Sul, para ambos os sexos a indumentária denominada “Pilcha Gaúcha”, que com autenticidade reproduz elegância, a sobriedade da nossa história, a LEI 8.813 de 10 de janeiro de 1989, descreve que a Pilcha Gaúcha poderá substituir o traje convencional em todos os atos oficiais realizados em nosso Estado.

¹¹ É reconhecido na cultura gaúcha, premiado incontáveis vezes como poeta, novelista, compositor, autor e ator de teatro, televisão e cinema. Atualmente apresenta o programa Galpão Crioulo com uma das maiores audiências da televisão gaúcha.

¹² Euclides Fagundes Neto, mais conhecido como Neto Fagundes (Alegrete, 15 de agosto de 1963), é um cantor e compositor brasileiro, e um dos mais conhecidos intérpretes de música regional gaúcha.

¹³ Qualidades.

¹⁴ Mistura, desordem, confusão de pessoas, animais ou objetos



garia, quando abraço meu violão, as horas ficam mais longas, quem me conhece já sabe: que me gusta una milonga”, disse um convidado¹⁵ do programa.

O Galpão Crioulo também é produzido em campos e estâncias, sem a presença da platéia no local, configurando-se um programa mais informal, como uma conversa entre amigos, dessa forma fazem homenagens às personalidades tradicionalistas que contribuíram de uma forma ou de outra para o crescimento e o firmamento do folclore gaúcho, relembram o passado artístico do mesmo e de outras participações no programa com o chamado quadro “lembranças do galpão”.

A televisão brasileira reconhece a importância que o público sente quando se vêem como os protagonistas de um programa, dessa forma, as emissoras de grande porte como Rede Globo criaram a possibilidade de constituir a idéia de uma identidade nacional, no intuito de reafirmar culturas nacionais diante desses processos. Assim, “as emissoras locais – afiliadas àquelas – potencializaram a regionalização da programação, por reconhecer que ao abordar questões locais e regionais, conquistam credibilidade, o que garante audiência.” (HINERASKY, 2004 p. 12).

O Folclore Gaúcho

Ao citar o povo gaúcho, lembra-se de imediato o velho gaudério, pilchado e com um chimarrão na mão, ou também o tradicional: “mas bah, tchê”. A identidade gaúcha é facilmente traçada e nacionalmente conhecida, pois o gaúcho estereotipou-a.

Os símbolos gaúchos são explorados por diversos vieses, por exemplo, em homenagens no acampamento farroupilha, como tema da semana farroupilha de Porto Alegre – no ano de 2008 – e entraram em destaque em diversas atividades desenvolvidas no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho, como em carros alegóricos que desfilaram no dia 20 de setembro e nas palestras e oficinas culturais desenvolvidas pela coordenação do evento naquele ano. De acordo com D’almeida folkímia é o resgate da cultura popular na comunicação, bem como uma análise da maneira pela qual os meios de comunicação de massa recuperam e recodificam as manifestações populares (D`ALMEIDA, 2003), como por exemplo o que ocorre no desfile de 20 de setembro já que aproveitaram-se dos símbolos regionais para enriquecer a festa do dia do gaúcho.

Os símbolos que identificam o gaúcho vão desde a bandeira, o hino até as armas, que fundamentam e ressaltam a Revolução Farroupilha.

¹⁵ Chiquito, do tradicional Chiquito e Bordoneiro. No programa do dia 13 de setembro de 2009.



A erva-mate é a planta nativa do Estado. O quero-quero é o sentinela¹⁶ dos pampas, vive cantando e está sempre alerta. A flor brinco-de-princesa tem potencial paisagístico e simboliza gentileza, elegância e superioridade. O cavalo crioulo é o companheiro do homem campeiro, além de meio de transporte, faz parte da formação histórica do campo. A macela é a representação da crença do peão na medicina rústica, assim como o chimarrão representa a hospitalidade e cordialidade do gaúcho. Outros símbolos não-oficiais, mas igualmente fortes, fazem parte da tradição como: o galpão de estância e a chama crioula. O galpão é o local de convívio, em que o homem faz o fogo de chão, toca violão, e também guarda seus pertences. A chama representa o sentimento do gaúcho e o fogo significa luz, prosperidade. (O RIO GRANDE DO SUL NA INTERNET, 2008)

Símbolos estes muito bem explorados pelo programa de televisão Galpão Crioulo, dessa forma, realizando seu papel de folk mídia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao retomar o conceito definido por Joseph Luyten à folk mídia, que considera que sujeitos reinterpretam e utilizam elementos da comunicação popular na elaboração de novos produtos, observa-se que a RBS percebe e retrata a própria cultura do gaúcho, através de sua música, sua história, suas poesias e acima de tudo, valorizam o artista local, valem-se destes como fonte de produção audiovisual viável comercialmente.

A linha folk comunicacional é explorada na Rede Brasil Sul, e de acordo com a própria empresa é um negócio lucrativo, que cada dia há maior audiência. Assim, lembra-se que o povo gaúcho é adorador de sua tradição e ver algo tão próximo à sua realidade retratado na televisão – uma vez que é considerada um veículo que retrata, geralmente, situações distantes da realidade das pessoas – nos parece uma boa forma de atrair a audiência.

Então, não somente o programa Galpão Crioulo como outros programas da RBS TV dissipam informações folk comunicacionais, baseando-se no conceito definido por Beltrão, que folk é para marginalizados, ou seja, habitantes de áreas isoladas ou subinformados. Observa-se que os 15% da grade de programação da Rede Brasil Sul é perfeitamente entendida e dirigida à qualquer pessoa, independente de escolaridade ou situação econômica e, se gaúcha, com mais facilidades para o entendimento de termos regionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

D'ALMEIDA, Alfredo Dias. **Folk mídia:** a mediação da cultura popular pelos meios de comunicação de massa, de Beltrão a Luyten. PCLA - Volume 4 - número 3: abril / maio / junho 2003. Disponível em:<

¹⁶ Sentinela: Soldado vigia.



<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista15/artigos%2015-4.htm>>. Acesso em 20 março de 2010.

HINERASKY, Daniela Aline. **O pampa virou cidade**: Um estudo sobre a identidade cultural nas produções de teledramaturgia da RBS TV. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. UFRGS, Porto Alegre, RS, 2004.

HOHLFELDT, A. C.. **Novas tendências nas pesquisas de folkcomunicação**. PCLA. Pensamento Comunicacional Latino Americano (Online), JCR, São Paulo, v. 4, n. 2, 2003.

Indumentária. Disponível em: <<http://dancasgauchas.com.br/indumentaria.php>>. Acessado em 25 de março de 2010.

LUYTEN, Joseph. **Folkmídia, nova acepção da palavra**. Trabalho apresentado no V Folkcom – Santos (SP) – maio de 2002 e no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 2002) - Salvador (BA) - de 01 a 05.09.2002.

Miniaurélio Eletrônico. Versão 5.12. Rio de Janeiro: Positivo, 2004.

NETO FAGUNDES. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Neto_Fagundes>. Acessado em 3 de fevereiro de 2010.

NICO FAGUNDES. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Antônio_Augusto_Fagundes>. Acessado em 3 de fevereiro de 2010.

O Rio Grande do Sul na internet: projeto explica os significados dos símbolos gaúchos. Disponível em:

<http://www.riogrande.com.br/porto_alegre_arte_cultura_projeto_explica_os_significados_dos_simbolos_gauchos-0167393-en.html>. Acessado em 29 de janeiro de 2010.

RBS TV. Disponível em: <<http://www.rbs.com.br/midias/index.php?pagina=televisao>>. Acessado em 15 de fevereiro de 2010.



ROCHA, CLÓVIS. **ABC das danças gaúchas de salão**. Porto Alegre: Martins Livreiro, 2002, 62p.

Sobre o programa. Disponível em:
<<http://www.clicrbs.com.br/rbstv/jsp/default.jsp?programa=1&nome=galpaocrioulo&pSection=255&uf=1&local=1>>. Acessado em 29 de janeiro de 2010.

TARSITANO, Paulo Rogério. **Luiz Beltrão – Vida e Obra**. Disponível em
<<http://www2.metodista.br/unesco/luizbeltrao/arquivos.02.luizbeltrao.paulorogério.pdf>>. Acesso em 20 março de 2010.

Tradição Gaúcha em Santa Catarina. CTG Os Praianos. Florianópolis. 1992. 136p.