

**OS ESTUDOS CULTURAIS E A PESQUISA EM TELEVISÃO: UMA ANÁLISE
DE REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE NO GALPÃO CRIOULO¹**

GT1: Comunicação Intercultural e Folkcomunicação

Ana Luiza Coiro Moraes²

Flavi Ferreira Lisboa Filho³

Maria da Graça Portela Lisboa⁴

Resumo

O artigo propõe o circuito da cultura de Paul Du Gay et al. (1997) como instrumento analítico da mídia televisiva, mais especificamente do programa regional Galpão Crioulo da Rede Brasil Sul de Televisão – RBS do Rio Grande do Sul, Brasil. A pesquisa promove uma reflexão sobre os eixos que compõem esse circuito — representação, identidade, produção, consumo e regulação. Contudo, a análise empírica está calcada na representação e na identidade propalada pelo Programa. Conclui, então, que o Galpão Crioulo faz um recorte mais amplo da cultura tradicional, ao que parece procurando trazê-la ao momento presente. O Programa traz as suas especificidades que, no seu formato, valorizam elementos do regionalismo gaúcho, como a indumentária, o linguajar, as canções, as lendas e a história do estado. Dessa maneira, no seu discurso abre pequenos espaços

¹ Trabalho apresentado ao Grupo Temático Comunicación Intercultural y Folkcomunicación do XII Congresso da Associação Latinoamericana de Investigadores da Comunicação.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens Culturais do Centro Universitário La Salle, Doutora em Comunicação Social e Pós-Doutora em Comunicação e Cultura, anacoiro@gmail.com

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, Doutor em Ciências da Comunicação, flavilisboa@gmail.com

⁴ Professora do Centro Universitário Franciscano, Mestre, mgllisboa@yahoo.com.br

para a representação de certa diversidade no que se refere à identidade gaúcha tradicional incorporada à cultura popular.

Introdução

Este trabalho propõe um protocolo analítico voltado à mídia televisiva, com ênfase na cultura midiática, sob aporte teórico-metodológico dos Estudos Culturais (EC). Trata-se de reconhecer a legitimidade dos EC como sustentáculo tanto teórico quanto metodológico para orientar pesquisas em comunicação e apontar uma proposta de paradigma analítico que pode ser estendido para mídias audiovisuais a partir do circuito da cultura de Du Gay et al. (1997).

Para tanto, se estabelece como hipótese de pesquisa o reconhecimento da natureza cultural das produções televisivas e de suas processualidades de produção, circulação e consumo. Isso implica pensar cultura como a esfera do sentido que unifica os setores da produção e das relações sociais e pessoais e estabelecer a reflexão sobre o campo da comunicação — e aqui, mais especificamente, sobre a mídia televisiva — no âmbito do que Giroux aponta como a própria definição dos EC contemporâneos: o "estudo da produção, da recepção e do uso situado de variados textos, e da forma como eles estruturam as relações sociais, os valores e as noções de comunidade, o futuro e as diversas definições do eu" (GIROUX, 1995, p. 98).

Assim, o objetivo é o de apresentar o circuito da cultura como possibilidade investigativa para o estudo da cultura da mídia televisiva, refletindo sobre os eixos que compõem esse circuito — representação, identidade, produção, consumo e regulação, promovendo um estudo cultural. Cabe dizer que a ênfase deste estudo recai sobre a análise da representação e da identidade no programa televisivo regional Galpão Crioulo.

O circuito da cultura: apresentação de seus eixos analíticos

Antecedendo o circuito da cultura de Du Gay et al. (1997), e já em busca de paradigmas analíticos, é possível localizar o ensaio de Hall (2003) *Encoding/Decoding*, de 1980, cuja ideia é de que um programa de televisão é um “discurso significativo” codificado no âmbito da produção e decodificado pelos receptores. Para a codificação, concorrem as estruturas institucionais dos produtores, aí incluída sua infraestrutura técnica, seu *expertise* e suas práticas e rotinas profissionais (inclusive seus posicionamentos ideológicos) e a formulação de hipóteses sobre as audiências. Na esfera da decodificação, entretanto, as audiências também contribuem para atribuir sentidos, sua “leitura” das mensagens se dá segundo os próprios referenciais de conhecimento.

A proposta do circuito da cultura de Paul du Gay e outros pesquisadores⁵ (1997) desenvolve-se a partir do estudo do Walkman como artefato cultural, articulando consumo, produção, regulação, identidade e representação; sem privilegiar qualquer desses eixos para examinar os sentidos atribuídos aos produtos culturais, considerando-os, isto sim, inseparáveis da própria noção de circuito.

Lembre que isso é um circuito. Não importa muito onde o circuito inicia, já que você tem de fazer toda a volta, antes do estudo estar completo. E mais, cada parte tomada do circuito reaparece na próxima. Então, tendo iniciado na Representação, as representações tornam-se um elemento na parte seguinte, isto é, de como as identidades são construídas. E assim sucessivamente. Nós separamos essas partes do circuito em diferentes seções, mas no mundo real

⁵ Paul Du Gay, Stuart Hall, Linda James, Hugh MacKay e Keith Negus.

elas continuamente se sobrepõem e se entrelaçam de modo complexo e contingente (DU GAY et al., 1997, p. 4).

Para Du Gay et al. (1997), a *representação* refere-se a sistemas simbólicos, como os textos e imagens envolvidos na *produção* de um artefato cultural, por sua vez, esses sistemas geram *identidades* que lhes são associadas e têm um efeito de *regulação* na vida social, promovendo *consumo*. A imagem gráfica deste circuito corresponde à Figura 1:

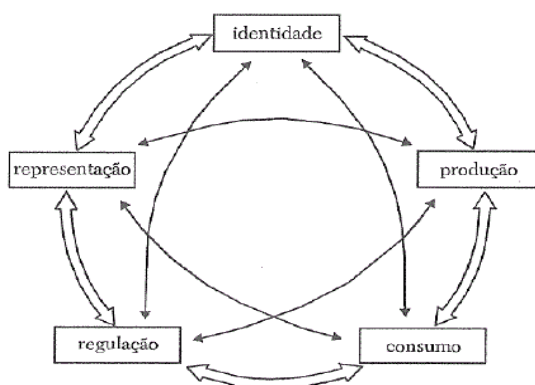


Figura 1: Circuito da cultura

Fonte: Du Gay et al. (1997, p. 3)

A *representação* corresponde à associação de sentidos a determinado produto cultural, e isso se viabiliza principalmente através da linguagem. Du Gay et al. (1997) argumentam que é através da cultura que as coisas "fazem sentido", e o "trabalho de construção de significados" se dá pela forma como as representamos. Alertam ainda os autores que um dos principais meios de representação na cultura é a linguagem e,

[...] por linguagem não se entenda apenas as palavras escritas ou faladas. Queremos dizer qualquer sistema de representação — fotografia, pintura, fala, escrita, imagens feitas através da tecnologia, desenho — que nos permite

usar sinais e símbolos para representar ou re-apresentar o que quer que exista no mundo em termos de um conceito significativo, imagem ou idéia. Linguagem é o uso de um conjunto de sinais ou de um sistema signifiante para representar coisas e trocas de significados sobre elas (DU GAY et al., 1997, p. 13 [tradução nossa]).

Nesse trabalho de “re-apresentação” do que está no mundo, Woodward (2000) indica que os processos envolvidos na produção de significados são engendrados por meio de “sistemas de representação”, conectados com os diversos posicionamentos assumidos pelos sujeitos, no interior de “sistemas simbólicos”. Para ela, os sistemas sociais e simbólicos são responsáveis por “estruturas classificatórias que dão um certo sentido e uma certa ordem à vida social e as distinções fundamentais — entre nós e eles, entre o fora e o dentro, entre o sagrado e o profano, entre o masculino e o feminino — que estão no centro dos sistemas de significação da cultura” (WOODWARD, 2000, p. 67-68).

Tais sistemas produzem o que Hall (1997b) chama de “representações da diferença”, a noção de alteridade, que pode conduzir à produção de estereótipos, onde estão implicados sentimentos, atitudes e emoções. De acordo com o autor, nas mídias, a representação como prática de produção de significados “mobiliza medos e ansiedades do espectador”, em níveis profundos (HALL, 1997b, p. 226). Sobre o conceito de representação, é preciso ainda registrar que sua operacionalização como instrumento analítico vem se apresentando em variadas pesquisas em comunicação no sentido de pensar o caráter representacional das mídias, articulando-o à questão das identidades contemporâneas.

No circuito da cultura, o conceito de *identidade* trata do posicionamento dos sujeitos no interior das representações, e está relacionado aos processos de

subjetivação do indivíduo e de sua caminhada na direção do tornar-se sujeito. Em entrevista Stuart Hall (1996) testemunha, a partir da própria experiência como afro-caribenho, sobre o caráter ao mesmo tempo público e privado do *self*, de estruturas sociais que se conectam com o psiquismo: “Eu aprendi sobre cultura, primeiro, como alguma coisa que é profundamente subjetiva e pessoal, e, ao mesmo tempo, como uma estrutura que você vive” (HALL, 1996, p. 455).

O autor defende que o processo identitário tem muito a ver com o que os sujeitos podem se tornar, como eles têm sido representados e como essa figuração organiza o modo como eles podem se auto-representar. Para Hall (2003, p. 108-109), “elas [as identidades] não são nunca singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicas”.

À esfera da *regulação* corresponde a noção de regramento, isto é, leis, normas e convenções através das quais as práticas sociais são ordenadas e políticas culturais são implementadas, cuja abrangência pode incluir tanto o direito universal de “procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”⁶, quanto específicas legislações nacionais como a que institui as concessões de rádio e televisão no Brasil. Esta, embora seja essencialmente uma questão técnica de alocação de frequências no espectro eletromagnético para evitar interferências nas transmissões, assume caráter político, como o atual debate em torno da proibição de concessões de meios de comunicação a pessoas detentoras de cargos eletivos e a grupos ligados a igrejas⁷. Neste sentido, há uma clara conexão no circuito da cultura entre

⁶ XIX Parágrafo da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Assembléia Geral das Nações Unidas (10 de dezembro de 1948). Disponível em http://www.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm. Acesso em 23.out.2013.

⁷ “A proposta de projeto de lei (PL) que regulamenta o funcionamento de meios de comunicação, conhecida como Lei da Mídia Democrática, foi lançada hoje (22), na Câmara dos Deputados pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).” Agência Brasil, 22/08/2013,

as instâncias da regulação e da produção, no que tange aos meios de produção articulados aos recursos no âmbito da tecnologia.

Hall (1997a, p. 27) aponta duas questões-chave relativas ao processo de regulação: “Como a esfera cultural é controlada e regulada? Quais destas questões de regulação cultural têm a possibilidade de se destacar como marcos de mudança, ruptura e debate no próximo século?” A resposta a tais perguntas em grande parte se situa na relação entre cultura e poder, e quanto maior a centralidade da cultura, tanto maior são as disputas para governá-la, moldá-la e regulá-la. Exemplo disso, segundo Hall, são

[...] o poder de controlar a quantidade e o tipo de imagens de televisão de origem estrangeira a serem irradiadas por satélite para os lares de toda a nação, ou o poder de decidir que tipo de publicação pode ou não ser vendida aos menores, ou questões políticas ainda mais abrangentes tais como as que se referem à quantidade de notícias oferecidas ao cidadão, através dos principais canais de televisão, como sendo uma matéria de política pública, deixada à auto-regulação das próprias autoridades da TV, como o resultado do gosto pessoal de pessoas como Robert Murdoch ou de companhias como a Disney Corporation, que possui e controla as maiores empresas de mídia do mundo, ou exposta ao jogo livre das “leis de mercado” (HALL, 1997a, p. 228)

Isso implica pensar a cultura e os bens e serviços culturais sob a tutela da economia, do mercado e das forças políticas dos estados nacionais, o que, na ordem neoliberal, de acordo com Hall (1997a) leva a duas tendências aparentemente contraditórias na adoção de políticas culturais: a *desregulação* e a *retomada da regulação*.

Assim, se uma tendência também planetária tem sido a de retirar dos estados nacionais as suas responsabilidades na regulamentação dos assuntos culturais e, sob a batuta do neoliberalismo econômico, entregar a cultura às leis de mercado; de acordo com Hall (1997a, p. 229), é preciso “ter muito cuidado para não sermos enganados por uma simples dicotomia entre estado=regulamentação e mercado=liberdade”. Isso porque, segundo esse autor:

Em primeiro lugar, os mercados não funcionam por si sós. Necessitam ser estruturados e policiados; apoiam-se em outras condições sociais e culturais (a confiança, os hábitos e convenções, a moral e considerações públicas mais amplas, a efetiva aplicação da lei, a inspeção e a responsabilização (*accountability*), o treinamento e a certificação do pessoal especializado, e assim por diante) que o próprio mercado não pode oferecer. [...] Em segundo lugar, o mercado se *auto-regula*. Ele aloca recursos, recompensa a eficiência e a inovação, pune a ineficiência e a falta de criatividade e, acima de tudo, [...] cria vencedores e perdedores. Estes são incentivos poderosos — e desestímulos — que induzem certas formas de conduta e desencorajam outras (isto é, regulando as condutas).

Por outro lado, se na esfera econômica predomina a tendência à desregulação e à privatização, esse avanço da livre iniciativa não responde ao clamor por regulação estatal em questões relativas a sexualidade, moralidade, relações parentais, valores familiares, punição e vigilância com relação a crimes e violência, padrões de conduta em público, com apelos inclusive a mecanismos de censura nos meios de comunicação.

A instância da *produção* se refere ao ato ou resultado da transformação socialmente organizada de materiais numa determinada forma. Como apresentada na proposta de Du Gay et al. (1997), esta esfera do circuito cultural se detém nas *condições ou meios de produção* do artefato cultural que se constitui no objeto de estudo do autor (o Walkman da Sony). Essa instância da produção, na teoria da cultura, de acordo com Williams (2011 [1982]), já estava esboçada em Marx:

[...] devemos distinguir sempre entre a transformação material das condições econômicas de produção que podem ser determinadas com a precisão da ciência natural, e as formas jurídicas, políticas, religiosas, estéticas ou filosóficas - em suma, as formas ideológicas em que os homens adquirem consciência desse conflito e lutam para solucioná-lo (MARX *apud* WILLIAMS, 2011 [1982], p. 291)

Entretanto, se nesta proposta, as *condições ou meios de produção* se constituem no primeiro vértice da *produção*, acrescenta-se ainda a essa esfera do circuito da cultura de Du Gay et al. (1997), as instâncias da *análise textual* e da *tecnologia*.

Com relação à *análise textual*, a busca se dá por uma categoria analítica que possa dar conta das realizações linguísticas e comunicativas das produções audiovisuais, que trabalham com o material simbólico que se organiza sob determinados meios de produção capitalistas e sob a lógica dos contemporâneos

recursos tecnológicos. Compartilha-se, assim, das observações de Escosteguy (2007) à dimensão textual do circuito cultural de Richard Johnson (de 1986)⁸, que no circuito de Du Gay et al. (1997) não aparece, podendo apenas ser inferida (como se faz aqui) na esfera da *produção*.

Ao comentar o ensaio de Walter Benjamin⁹, Du Gay et al. (1997, p. 21-24) faz referência ao uso da *tecnologia* (terceiro vértice da *produção*), no subcapítulo que denomina “a cultura na era da reprodução eletrônica”. Para ele, se Benjamin falava sobre uma reprodutibilidade “mecânica” cujo impacto se fazia sentir na arte, esvanecendo-lhe a aura; as novas tecnologias a serviço da produção cultural promovem um tipo de reprodutibilidade “eletrônica”.

O significado das mudanças de ordem tecnológica não pode ser subestimado na esfera do *consumo*, sobretudo nos *estudos de recepção*, especialmente porque, mais do que a incorporação de novas tecnologias, tais transformações influenciaram as habilidades dos receptores, agora aptos para a criação de conteúdos capazes de transitar em diversas plataformas.

Consumo é a esfera do circuito da cultura onde se completa a produção de sentidos, através do “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (CANCLINI, 1999, p. 77). Nesse sentido, é possível situar o consumo no plano da partilha de significados atribuídos aos bens pelos membros de uma sociedade. A posse de um carro importado, de um computador “de última geração” ou a assinatura de um sistema de canais de televisão paga se torna um elemento de distinção social, especialmente porque aqueles que não podem possuí-los compartilham o significado sociocultural de tais

⁸ Du Gay et al. (1997, p. 2) faz referência ao circuito da cultura de Johnson como uma aproximação similar a sua.

⁹ BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO et al. **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 221-254.

bens. Isso porque, a lógica aí implicada “não é a da satisfação de necessidades, mas sim a de escassez desses bens e da impossibilidade que outros os possuam”, diz Canclini (1999, p. 80). Logo, conclui o autor, “devemos admitir que no consumo se constrói parte da *racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade*” (grifo do autor).

Sob o ponto de vista dessa “racionalidade comunicativa”, é possível situar o consumo ligado ao entretenimento e à informação na atividade dos receptores, que não se restringe à decodificação, atuando também na produção dos sentidos das mensagens emitidas. Trata-se, então de pensar o consumo das mídias na esfera dos *estudos de recepção*, cuja tradição nos EC é inegável.

Para Escosteguy (2009), o próprio aporte dos EC como teoria interpretativa se dá por meio dos estudos de recepção, já que ela justifica a esfera da recepção como instância do circuito da cultura.

Para ela, os estudos de recepção constituem-se em potencial alternativa para alargar a compreensão dos processos culturais/comunicacionais, desde que a recepção não esteja circunscrita apenas a esse espaço. A postura de quem pesquisa a recepção é a de despojar-se da necessidade de entender as audiências, pois “o que conta não é a certeza do conhecimento sobre as audiências, mas um engajamento intelectual, crítico e contínuo, com as variadas formas pelas quais somos constituídos através do consumo da mídia” (ANG *apud* ESCOSTEGUY, 2009, p. 1).

Galpão Crioulo: representação e identidade em um programa regional de tevê

O programa Galpão Crioulo – GC é produzido no Rio Grande do Sul, estado brasileiro que tem um regionalismo constantemente evocado e atualizado de formas diversas, inclusive em produtos midiáticos específicos de várias ordens, tanto na televisão, quanto no rádio e na internet. Contudo, esses produtos se intensificam em determinadas épocas provocando alguma mudança de comportamento social. 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. Neste sentido, embora o foco deste trabalho recaia sobre o GC torna-se oportuno apresentar o contexto em que ele se insere.

O passado resgatado no tradicionalismo¹⁰ é baseado na cultura rural da região pastoril, a mesma que vem perdendo sua hegemonia em um estado cada vez mais urbano e industrializado. Silveira (2003, p. 225) considera que, a partir da perspectiva de que “(...) a identidade gaúcha é vicária de suas origens rurais e de seus traços legendários tanto quanto históricos, torna-se admissível considerar a transformação das representações ou de qualquer processo que fale de sua recomposição no tempo”.

Apesar das diferentes facetas¹¹ do Rio Grande do Sul, a tradição e a historiografia regional tendem a representar seus habitantes por meio de um único tipo social: o cavaleiro, o peão de estância, que se consolida mais no imaginário social do que

¹⁰ Tradicionalismo é uma manifestação cultural que se coloca como hegemônica ao representar a identidade gaúcha. Trata-se de uma organização conhecida como Movimento Tradicionalista Gaúcho – MTG que normatiza e fiscaliza um conjunto de práticas, ações, pensamentos etc. que definem o que é “tradicional” no que tange à cultura gaúcha.

¹¹ O termo faceta é utilizado para aludir às diferentes faces do Rio Grande do Sul, pois além da cultura rural da região da Campanha, temos uma cultura teuto-brasileira nos vales, uma ítalo-brasileira na Serra e também a influência do negro africano e a do indígena.

na vida cotidiana. Esse fato mostra as diferentes vivências do gaúcho e os distintos modos – de vida, de comportamento, de vestuário, de moral, de hábitos – que compõem a identidade do povo ligado a este estado.

Especificamente sobre o programa, pode-se dizer que o GC tem sua base musical, mas pode apresentar entrevistas, declamações, pajadas, danças, entre outros. O programa possui três subformatos: no estúdio sem auditório; acústico; e programa show (de palco), esse último comprado por cidades e, portanto com plateia.

Para a equipe de produção, o *Galpão Crioulo*, antes de ser um produto que se reflete e inter-relaciona com os demais da emissora, cumpre a função de regionalização da cultura. Essa idéia de regionalização da cultura pode ter sido construída pela mídia para conseguir patrocínios específicos, numa linha diferenciada da maioria dos programas televisivos que se voltam para o global. Ou seja, considerando que a tevê muda constantemente de programação, processo ocasionado pela globalização, o GC faz o movimento contrário, voltado para o local e para a tradição e, nessa via, é isso que parece garantir a autenticidade do programa. Enfim, “(...) o programa satisfaz a necessidade de ver a cara da gente, é um programa feito por nós para nós” (URBIM, ORLANDI e ALENCASTRO, 2007).

No programa, que pode ser considerado uma “estância” simbólica⁴, que hibridiza as tradições com as tecnologias audiovisuais, fica evidente a convivência entre os valores de mercado (referentes a uma lógica econômica) e os valores culturais.

Quanto à pauta do programa, podemos dizer que é bastante heterogênea e, nas palavras de Neto Fagundes (2005, on-line), “democrática”, pois cada GC se torna único em função das temáticas abordadas. No entanto, nessa mesma fala observa-se certo preconceito com as demais formas de manifestação e expressão

da música produzida no Rio Grande do Sul: “(...) mas nunca, a verdadeira música gauchesca perderá seu espaço”. O questionável nessa postulação seria o que é considerado como ‘verdadeira música gauchesca’ e, portanto, que categorias estão incluídas ou excluídas dessa determinação. Neto provavelmente está fazendo a defesa da música nativista. Também deixa evidente certa prepotência ao dizer que o *Galpão Crioulo* é o “(...) mais importante programa da cultura do Rio Grande”, desconsiderando os demais. Ao se referir a um seleto grupo de artistas e dizer que “(...) só para citar alguns nomes, estes sim são a verdadeira face do *Galpão Crioulo*”, mostra um processo evidente de inclusão e de exclusão que ratifica as considerações presentes no discurso proferido. Mesmo que essas afirmações funcionem como fala de efeito – com um caráter publicitário –, ainda assim trazem sentidos bem manifestos do discurso do GC.

Contudo, pode-se afirmar que, mesmo que o contexto macro do programa seja o de tratar de músicas, lendas, poesias, pajadas e danças tradicionais do estado, tendo nas tradições culturais o seu suporte, ele extravasa esse espaço. As oscilações podem se dar tanto nos programas acústicos, quanto nos programas de palco contratados por cidades e eventos. Nesse último caso, as ênfases apresentadas seguem um *script* distinto, dependendo das demandas dessas contratações.

Observa-se que o discurso televisual do programa propicia uma variedade de análise em função de sua riqueza imagética e sonora. Isso fez com que fossem selecionadas determinadas categorias metodológicas para proceder a análise textual, tendo por base os preceitos do circuito da cultura. Cabe dizer que a análise será apresentada de maneira mais abrangente, sem o detalhamento de cada eixo. Reforça-se a ênfase nas questões de representação e identidade.

As categorias escolhidas para o trabalho, não possuem fronteiras rígidas no que diz respeito às construções dos sentidos, muito pelo contrário, observa-se a mescla de elementos de uma ou mais categorias para a configuração dos significados. Também não se pretende esgotar as possibilidades de análise, mas ressaltar aquelas que se mostram mais relevantes para cumprir com os propósitos da investigação. Primeiro se analisará a “abertura” e depois os “convidados”.

A Abertura do Programa

A vinheta de abertura tem duração de aproximadamente 50 segundos, e a música de fundo intitula-se *Origens*, sendo que dela utiliza-se o refrão: “Eu sei que não vou morrer / Porque de mim vai ficar / O mundo que eu construí / O meu Rio Grande o meu lar / Campeando as próprias origens / Qualquer guri vai achar”.

A letra desse refrão remete à imortalidade, perpetuada pelos feitos dos antepassados e cultuados pelos que os sucedem, sobretudo, por meio da seguinte parte da letra: “eu sei que não vou morrer por que de mim vai ficar”. Talvez a imortalidade seja resgatada em função das necessidades de afirmação de bravura e belicosidade que as lutas e confrontos constantes demandavam. Esse pode ser o mundo construído pelo gaúcho e, por vez, retratados no cinema e na literatura, como podemos perceber, por exemplo, nos filmes *Netto perde sua alma*, de Beto Souza e Tabajara Ruas, e *Anahy de las Misiones*, de Sérgio Silva, e no romance *O tempo e o vento*, de Erico Verissimo.

A letra mostra também o estado do Rio Grande do Sul como um grande lar. O lar para qualquer gaúcho reforça os sentimentos de amor e apego à terra natal. Reforça também a citação anterior de Neto Fagundes (2005, on-line), quando considera o *Galpão Crioulo* como “(...) o CTG de todos os gaúchos”.

Há a presença do verbo “campear”, próprio do linguajar típico do Interior, fazendo remissiva às lides campeiras. Mas a busca das origens, que se associa ao “campear”, demonstra o valor da preservação da memória e, de certa forma, o respeito pelos feitos das gerações anteriores. O ritmo musical dota de dinamicidade a letra e a batida forte de um tambor confere vigor à canção, fazendo referência aos atos de bravura dos antepassados e, inclusive, trazendo uso desse instrumento em tantas guerras históricas.

A parte imagética da vinheta enfatiza as guerras, as batalhas e confrontos, que marcaram a história de formação do estado em função da frequência com que aconteciam. Particularmente, faz-se uma alusão direta à Revolução Farroupilha, em função das características do uniforme de um dos grupos. Os peões representam o homem bravo, forte, viril e belicoso, que deixa seus afazeres cotidianos das lides de campo para defender seu estado, seja com armas de fogo ou lanças.

À mulher fica reservado o papel da espera, o sofrimento pela partida e pela ausência, assim como a alegria pelo retorno do peão. As imagens repetidas de cavalos mostram o quanto esse animal acaba sendo um grande aliado, permitindo ao peão deslocar-se com mais agilidade e rapidez, além de lhe conferir um aspecto senhoril e destemido, pela maneira como o conduz. Os elementos ora descritos fazem parte da gauchidade em sua forma mais tradicional.

Convidados

Optou-se por examinar a categoria “convidados” considerando as configurações temporais que envolvem as apresentações. Apesar de não ser objeto de atenção de várias das análises sobre a tevê, as conformações que assumem os tempos televisivos, antes e após a edição do programa, são significativas para

compreender a ordem que assumem os fatos na edição e os elementos que recebem destaque. Nessa via, o discurso televisivo é organizado em tempos de enquadramento que são delimitados pelos cortes, bem como pelo ordenamento de imagens no fluxo do programa e no uso de efeitos técnicos para fazer as passagens. Tudo isso observado no GC auxilia a entender os seus discursos a respeito de seus convidados.

Para esse procedimento considera-se: 1) os convidados contribuem com os mais variados estilos de música (para além da nativista e tradicionalista), instrumentos musicais e figurinos; e 2) no *corpus* do estudo se tem gravado, aproximadamente, cinco horas de apresentação de convidados. Assim, decidiu-se por fazer uma média dos tempos das apresentações, com o propósito de refletir sobre as gauchidades do GC em relação às temporalidades destinadas aos convidados. Não foram levadas em conta as participações dos apresentadores no cálculo da média, apenas no cômputo geral.

Nesse sentido, para verificar que gauchidades são valorizadas, selecionados os convidados que mais usos fizeram do tempo.

Verificou-se que um aspecto que perpassa praticamente a carreira dos artistas que mais apareceram no vídeo são os festivais, fazendo com que o estilo musical predominante seja o de caráter nativista. Esses artistas são legitimados pelo *Galpão Crioulo* que, indubitavelmente, privilegia músicos com esta caminhada. Um outro aspecto comum entre eles é o fato de apresentarem atualizações, hibridações, mesclagens em sua indumentária.

Por serem, na maioria das vezes, artistas consagrados e frequentadores assíduos do GC, marcam explicitamente um processo de inclusão. De uma outra

perspectiva, podemos utilizar as palavras dos apresentadores que afirmam que estes são “amigos de longa data do *Galpão*”.

Considerações

O *Galpão Crioulo* auxilia a construir a cultura regional e também audiovisual da população gaúcha, em conjunto com os outros programas que compõe o fluxo televisual regional da RBS TV, difundindo o que há de mais tradicional, permitindo-se, entretanto, atualizações dessa construção cultural.

Ainda, se pensarmos que a cultura regional popular hegemônica no Rio Grande do Sul pode ser caracterizada por aquela que recupera em suas práticas e manifestações elementos do homem rural, das lides campeiras, da luta, da coragem, o *Galpão Crioulo* é a maneira massiva de difusão dessa cultura regional popular, ou seja, o programa massifica e difunde a cultura popular, tornando-a uma cultura regional de massa que legitima a identidade do gaúcho em sua forma mais tradicional. Contudo, estas duas formas (a defendida pelo MTG e a do GC, por exemplo) não existem de maneira pura. Elas se entrelaçam, se entrecruzam, se mesclam, se mestiçam, se hibridizam, criando novas formas de manifestação cultural, seja pela invenção, adequação, re-estruturação.

Considerando a contribuição dos estudos culturais, é possível afirmar que os efeitos de sentidos produzidos pelo GC reproduzem simbolizações culturais e acabam tecendo uma forte trama com o público, pois esse é o gaúcho que existe no imaginário popular, com suas práticas, seus valores e o amplo conjunto de significações que ele traz. Todo esse conjunto simbólico, resgatado e reforçado pela mídia, se atualiza em atitudes individuais e coletivas no presente.



O que se pode inferir, até o momento, é que o *Galpão Crioulo* auxilia na construção e afirmação de uma identidade gaúcha tradicional rural, contudo, ela, por vezes, é hibridizada, mesclada com elementos urbanos, como o rock. Mesmo assim, o programa não é capaz de dar conta de todas as manifestações da cultura popular gaúcha. Até porque a lógica televisiva realiza operações de escolha, elegendo o que será mostrado, quem será convidado, o tempo dedicado a ele, em detrimento de outras manifestações artístico-culturais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brown, M. E. (1994). *Soap opera and women's talk*. London: Sage Publications.
- Canclini, N. G. 1999 [1995]. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Du Gay, P. et al. (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. Londres: Sage.
- Escosteguy, A. C. D. (2009, jan./abr.) Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-compós*, 12 (1). Brasília. Acesso em 10.out.2013. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/348/318>.
- Escosteguy, A. C. D. (2007, nov.) Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, 4 (11), 115-135. São Paulo.
- Giroux, H. A. (1995). Praticando estudos culturais nas faculdades de educação. In: Silva, T. T. da (org.) *Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Hall, S. (2003 [1980]). Codificação/Decodificação. In Hall, S., & Sovik, L. (org.). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. (pp.387-404). Belo Horizonte: UFMG. Brasília: UNESCO.

Hall, S. (2005 [1992]). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.

Hall, S. (1996). The formation of a diasporic intellectual: an interview with Stuart Hall by Kuan-Hsing Chen. (pp. 484-503). In Morley, D., & Chen, K-H. (orgs.) *Stuart Hall: Critical dialogues in Cultural Studies*. London/New York: Routledge.

Hall, S.(1997a). The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time. In Thompson, K. (org.). *Media and Cultural Regulation*. (pp. 207-238). London: Sage. (Tradução brasileira: A centralidade da cultural: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo, in *Revista Educação e Realidade*, 22 (2), Porto Alegre, p. 15-46, jul./dez.1997.)

Hall, S. (1997b). *Representation. Cultural Representations and Signifying Practises*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage/Open University.

Martín-Barbero, J. (1997 [1997]). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: EdUFRJ,

Neto Fagundes, E. *Re: pauta mais gaúcha*. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <flavi-lisboa@hotmail.com> em 26 de outubro de 2005.

Silveira, A. C. M. da. (2003). *O espírito da cavalaria: e suas representações midiáticas*. Ijuí: EdUnijuí.

Urbim, A., (2007, 24 jan.) Orlandi, R., & Alencastro, F. *Entrevista com a equipe produtora do programa Galpão Crioulo*. Entrevista concedida a Flavi Ferreira Lisboa Filho.



Williams, R. (2011[1982]). *Marxismo e Cultura*. In Williams, R. *Cultura e sociedade: de Coleridge a Orwell*. (pp. 291-309). Petrópolis: Vozes.

Williams, R. (2011 [1974]). *Televisión: tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

Woodward, K. (2000). *Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual*. In: Silva, T.T. *et al. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Voze.