

LINGUAGEM TELEVISUAL E SIGNIFICAÇÃO NO PROGRAMA GALPÃO CRIOULO

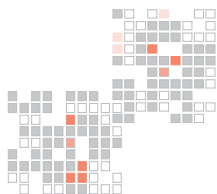
LENGUAJE TELEVISUAL Y SIGNIFICACIÓN EN EL PROGRAMA GALPÃO CRIOULO

TELEVISUAL LANGUAGE AND MEANING IN THE PROGRAM GALPÃO CRIOULO

Flavi Ferreira Lisbôa Filho

■ Doutor em Ciências da Comunicação, área de processos midiáticos, linha mídias e processos audiovisuais, pela Unisinos. Mestre em Engenharia da Produção, Bacharel em Ciências Administrativas e em Relações Públicas pela UFSM. Professor e chefe do Departamento de Ciências da Comunicação, credenciado no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UFSM. Tem experiência na área de Comunicação, principalmente nos seguintes temas: televisão, cultura e mídia regional.

■ E-mail: flavi-lisboa@hotmail.com.



RESUMO

Este estudo propõe uma discussão das construções televisuais a partir de aspectos mais específicos dos discursos, das linguagens e da produção de sentidos para entender os processos de significação no Galpão Crioulo. O programa valoriza elementos do regionalismo gaúcho, como indumentária, linguajar, canções e história do Estado e, no discurso, abre espaços para a representação de certa diversidade. O destaque, porém, está na figura dos apresentadores, que mesclam aspectos da cultura regional gaúcha e da tradição atualizada. A linguagem televisual empregada é apoiada nos engendramentos do mercado, nas técnicas televisivas e nas configurações temporais.

PALAVRAS-CHAVE: TELEVISÃO; LINGUAGEM; PROCESSOS DE SIGNIFICAÇÃO.

RESUMEN

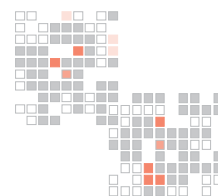
Este estudio propone una discusión de las construcciones televisuales a partir de aspectos más específicos de los discursos, de los lenguajes y de la producción de sentidos para entender los procesos de significación en el Galpão Crioulo. El programa valora elementos del regionalismo gaúcho, como indumentaria, lenguaje, canciones e historia del Estado y en lo discurso abre espacios para la representación de cierta diversidad. El destaque, sin embargo, está en figura de los presentadores, que mesclan aspectos de la cultura regional gaúcha y de la tradición actualizada. El lenguaje televisual utilizado es apoyado en los engendramientos del mercado, en las técnicas televisivas y en las configuraciones temporales.

PALABRAS CLAVE: TELEVISIÓN; LENGUAJE; PROCESOS DE SIGNIFICACIÓN.

ABSTRACT

This study proposes a discussion of the television constructions from the most specific aspects of the discourses, the languages and the production of directions to understand the processes of meaning in Galpão Crioulo. The program values elements of the gaúcho (person who lives in Rio Grande do Sul) regionalism, as clothing, language, songs and State's history and open spaces in the discourse for the representation of some diversity. The emphasis, however, is in the figure of the presenters, who mix aspects of the regional culture gaúcha and the tradition updated. The television language used is supported in engendering of the market, in the television techniques and the time configurations.

KEYWORDS: TELEVISION; LANGUAGE; PROCESSES OF MEANING.



1. Considerações introdutórias

Vivemos “frente a uma realidade instável e fragmentária, em processo de velocíssimas transformações” (Sarlo, 1997, p.27). Tempo da neotevê (Eco, 1989) ou televisão na pós-modernidade (Sarlo, 1997), ou neobarroca, ou simplesmente pós-televisão. Todas essas abordagens trazem em comum o registro e o debate sobre características que se fazem mais visíveis e/ou que alteram o modo de produzir e de ver tevê na contemporaneidade. Contudo, os estudiosos e profissionais ainda não conseguiram compor uma gramática – como se faz para as línguas – capaz de compilar a linguagem televisiva. Nesse sentido, Borelli (2001, p.9) diz que temos “fronteiras ainda difusas, em busca de uma linguagem televisual própria, que possa se diferenciar da ‘forma’ literária, radiofônica, teatral ou cinematográfica (...)”. Talvez, devêssemos pensar que a tevê é o resultado da convergência de linguagem de todas essas mídias e, portanto, não é possível encontrar essas fronteiras.

Neste estudo pretendemos tratar a televisão como um dispositivo audiovisual que, na sua complexidade, se configura sobre um conjunto de produtos de variados formatos e propostas e que, por vezes, tem conteúdos diversificados e até contraditórios, característicos de uma sociedade plural e multicultural, formando com ela uma rede. É assim, que procuramos entender a televisão, entretanto levando em consideração o fato dela se constituir também em um sistema de difusão, composto por um fluxo de programação, regido por dimensões políticas, econômicas e tecnológicas, que forjam as regras de produção e as condições de recepção.

Neste estudo apresentamos conceitos sobre linguagem televisual e formatos televisivos, em especial no *Galpão Crioulo – GC*¹. Esses conceitos são o esteio para uma discussão das construções televisuais a partir de aspectos mais específicos dos

1 O *Galpão Crioulo* é um produto televisual oferecido pela emissora RBS TV desde 1982, seguindo a mesma matriz e conservando o seu apresentador desde sua criação.

discursos e das linguagens para entender os processos de significação no referido programa.

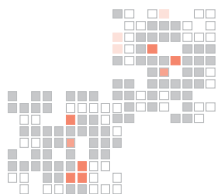
Para estudar o *Galpão Crioulo* como programa televisivo veiculador de sentidos de gauchidade, um dos caminhos possíveis é atribuir-lhe estatuto de texto, bem como entender seu contexto e suas interações paralelas. É com o auxílio de Casetti e Chio (1999), Jost (2004), Duarte (2004, 2007 e 2008), que podemos conferir ao conjunto de sons e imagens recolhidos do referido programa o conceito de texto. Mesmo que a semiótica não seja a linha condutora da presente investigação, ainda assim ela contribui com conceitos valiosos para o entendimento do objeto de estudo. Assim, ao conceber o *corpus* dessa pesquisa como um texto audiovisual se está, automaticamente, conferindo a ele um caráter de cadeia de linguagem. Cabe ressaltar que optamos por descrever a metodologia empregada neste estudo no corpo do texto, paralelamente a apresentação dos resultados.

2. O processo de leitura e os *modus de ver*

De acordo com Sarlo (1997, p.57), a velocidade na tevê, parece ser uma característica que se acentua cada vez mais, seja pela influência dos vídeos-clipes, seja pelo alto custo dos tempos de tevê. Por outro lado, Sarlo (1997, p. 61) diz que

(...) a televisão não pode arriscar-se, porque tanto o silêncio quanto o branco (ou a permanência de uma mesma imagem) chocam-se contra a cultura perceptiva que a televisão implantou e que seu público devolve multiplicada pelo zapping.

O zapping é, nas palavras da autora, “a montagem autogerida pelo usuário”, que dá a ilusão de conferir ao telespectador uma realização democrática. No entanto, ela faz isso porque, em especial as tevês privadas, precisam alimentar-se dessa dinâmica rítmica como estratégia para cativar o espectador, evitando o zapping.



O que se pretende dizer com isso é que se repetem os formatos para que o espectador tenha segurança em reconhecer o que está vendo.

A tevê apresenta, pelo que podemos inferir de suas leis, uma velocidade acelerada, com cortes rápidos que atribuem dinamicidade à projeção de seu conteúdo, oferecendo-nos uma quantidade exacerbada de imagens e sons, que, não raras vezes, ficam carentes de entendimento, porque instantaneamente são substituídos por novas imagens e sons, que tornam o tempo televisivo mais ágil e nossa compreensão fragmentada e incompleta.

Autores como Casetti e Chio (1999, p.263) dizem que

(...) ver televisión no requiera alfabetización, requiere por lo menos aprendizaje y competencia. El espectador tiene que aprender las reglas del mundo que la televisión representa y las reglas del modo en que lo representa.

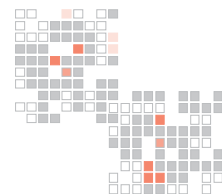
Isso aponta para o fato de que o espectador, por sua convivência com a televisão, adquire ao longo do tempo competências para assisti-la e interpretá-la. Os formatos televisivos vão sendo incorporados, não por que alguém ensina ao telespectador como são, quando são usados, etc., mas por que, ao assistir à programação repetidas vezes, ele apreende o que vê e o que ouve e habitua-se a isso. Por sua vez, o formato exibe o modo de representação da realidade que o programa realiza e o classifica em um determinado gênero – se é que ainda podemos distinguir com solidez os gêneros audiovisuais.

Quanto à repetição, podemos dizer que o uso de estruturas já conhecidas – e, portanto, repetidas – é uma prática da estética televisiva que consiste em: “(...) uma máquina de produzir uma suave felicidade, na qual a desordem semântica,

ideológica ou experiencial do mundo encontra um reordenamento final e remansos de restauração parcial da ordem” (Sarlo, 1997, p.63). O que se pretende dizer com isso é que se repetem os formatos para que o espectador tenha segurança em reconhecer o que está vendo. Além disso, a televisão utiliza velhas formas, não raras vezes, em “novos” programas. No que se refere às narrativas, a repetição também funciona, dificilmente o final de uma telenovela apresentará o vilão como ganhador, vencedor ou campeão, mas se ele se converter em mocinho, salvador, herói, poderá ter um final menos decadente, opressivo e humilhante.

Para Sarlo (1997), os estilos televisivos são marcados por um discurso serializado, próprios de um tempo televisivo regido pela lógica capitalista de mercado. O estilo assemelha-se ao formato adotado. Para a referida autora (1997, p.67), o estilo padrão é a do show, que funda a televisibilidade, “(...) uma condição que deve ser dominada não só pelos atores, mas por todos os que aparecem no vídeo”. Ela é “(...) o fluido que dá consistência à televisão e assegura um reconhecimento imediato por parte de seu público.” Esta marca se funda no tipo de diálogo pretendido, nas gestualidades, nos ritmos verbais, no cenário, no figurino, enfim num conjunto de traços que permite um reconhecimento imediato da produção televisiva. A televisibilidade, segundo Sarlo (1997), ou a espetacularização são visíveis no GC, tendo em vista, sobretudo ele caracterizar-se como show: palco, platéia, apresentações artísticas.

A televisibilidade está associada ao “democratismo televisivo”, simulando uma igualdade inexistente entre espectadores e astros e, ainda, a tevê assume uma idéia de pseudodemocracia, sustentada por um perfil paternalista que, como é corrente



em alguns programas, se propõe a resolver questões sociais e de estado. E, quando ela realiza estes feitos, mostra estar reconhecendo seu público, nesse caso, a partir de suas carências, demandas e até mazelas. Contudo, isso não é em vão, não é gratuito ou inocente. Ela necessita, primeiro, reconhecer a si mesma – mesmo que em papéis que não são seus – e, depois, distinguir o seu público, para que possa por ele também ser reconhecida. “Mimética e ultra-realista, a televisão constrói seu público a fim de poder refleti-lo, e o reflete para poder construí-lo” (Sarlo, 1997, p.83).

É do efeito de proximidade, ou melhor, da ilusão de estar próxima que ela opera suas práticas e transmite seus sentidos e isso parece funcionar melhor quando o programa apresenta uma platéia participativa. Quando a tevê dá a idéia de transparência, por exemplo, respondendo aos desejos e anseios presentes nas subjetividades e particularidades de seu público. Entretanto, não podemos afirmar, categoricamente, que os espectadores são ou estão totalmente indefesos, manipuláveis, manobráveis, à mercê do meio.

A transparência ou efeito de é garantida, segundo Sarlo (1997), pela “auto-reflexividade”, ou seja, por meio da interiorização do público para ela, quando mostra a ele como se faz televisão. Exemplos que se podem evidenciar com a exibição dos *making-off*, dos erros e das falhas de gravação, da preparação de atores para a gravação, da redação de um telejornal. A promessa que se faz presente é a da não-manipulação, pois tudo é mostrado, exibido, apresentado.

3. Sobre possíveis categorias televisivas

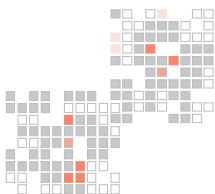
Para Machado (2001), Fischer (2006) e Eco (1989, p.183-4), os programas de tevê podem ser divididos em dois grandes grupos (que chamaremos aqui): os de não ficção e os de ficção. No primeiro caso, a televisão oferece enunciados sobre eventos que se podem verificar independentemente dela. No segundo, o telespectador aceita as regras do jogo

e resolve tomar como verdadeiro o que todos conhecem como construção fantasiosa. Em ambos os casos, é esperado que o espectador consiga fazer a distinção do que está sendo tratado, seja informação, conhecimento, educação ou construção ficcional. Contudo, o problema é que muitos programas fazem um atravessamento desses grupos divisores dos estilos classificatórios da tevê.

Outra forma de diferenciá-la poderia ser pela dicotomia “(...) quem fala olhando para a câmara e quem fala sem olhar para a câmara.” (Eco, 1989, p.186). Quem olha, quando fala, subentende que a câmara está posta ali, e só fala porque ela realmente está ali. Este seria o caso dos programas informativos. Já os que falam sem olhar para câmara, supostamente, ignoram a sua presença. Isso funciona como uma espécie de “fingimento” – e, portanto, seria ficcional –, ou seja, o sujeito faz de conta que você não está aí e age normalmente. É preciso considerar que este trabalho de “fingir” pertence ao grupo de atores, quando estão desempenhando seus personagens de ficção, mas não podemos afirmar que um apresentador, que olha para a câmara, não esteja interpretando um papel.

Essas divisões, no entanto, já não se dão de forma tão distinta, isto é, não com rigor suficiente para a identificação imediata. Percebemos cada vez mais o uso de uma estratégia, que não segue esta regra. Estamos falando do embaralhamento (Castro, 2008), da mistura de gêneros (Fischer, 2006). Isso acontece quando mesclamos a dimensão ficcional com a não ficcional criando discursos intermediários, gerenciados pela própria televisão.

Não raro, ocorrem confusões por parte do público, que questiona não mais a verdade do enunciado, mas a da enunciação, ou seja, a cota de “realidade/verdade” daquilo que o audiovisual apresentou. É claro que, com a adoção de estratégias, como a que foi descrita anteriormente, esse número de confusões tende a aumentar. A confiabilidade do ato de enunciação está sujeita a uma série de fatores, mas assume relevância com o apresentador que



está (...) diante da telecâmara, e fala a seu público, representando [teoricamente] a si próprio e não uma personagem fictícia.” (Eco, 1989, p.189). Nesse sentido, há uma aproximação entre o apresentador de um programa de informação e o de entretenimento, já que ambos estão trazendo, ao telespectador, dados, relatos, subsídios que, a princípio, têm a ver com a “verdade”. No caso dos apresentadores do *Galpão Crioulo* – um programa que pode ser enquadrado como de entretenimento –, embora no vídeo eles desempenhem o papel de atores discursivos assumindo a *persona* de mediadores entre o programa e o público, eles são também atores sociais. A proximidade entre a representação social e artística desses sujeitos e a sua representação televisiva gera certa dificuldade para distinguir os “personagens” que eles configuram.

Parece que a reflexão de Eco (1989) sobre o fato de o sujeito representar a si mesmo quando olha para a câmara quer, na verdade, chamar a atenção para a relevância que estamos atribuindo à relação entre o ato de enunciação e a experiência do telespectador, deslocando a questão da relação do enunciado e dos fatos. Com este movimento, a tevê encaminha-se para constituir-se em um veículo produtor de fatos, produtor de realidade e que opera sobre a autoreflexividade. Tanto, que podemos exemplificar com as imagens que a tevê exibe de sua própria estrutura técnico-tecnológica durante um programa, como por exemplo, o “Domingão do Faustão” (Rede Globo) em que são mostradas câmeras, microfones, ajudantes de palco, bastidores entre outros. Tudo isso dá um efeito de veracidade, de instantâneo. No caso dos telejornais, exibir a sala de redação atrás dos apresentadores é como se a notícia estivesse chegando e imediatamente sendo transmitida, como se o jornal não tivesse uma pauta, um diretor, um editor. Para Martín-Barbero e Rey (2004, p. 35)

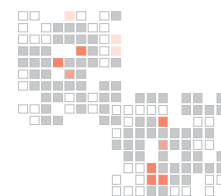
As mídias audiovisuais (...) constituem, ao mesmo tempo, o discurso por antonomásia da bri-

colagem dos tempos – que nos familiariza sem esforço, extraindo-o das complexidades e ambigüidades de sua época, com qualquer acontecimento do passado – e o discurso que melhor expressa a compreensão do presente, a transformação do tempo extensivo da história no intensivo do instantâneo.

Esse conjunto de elementos não se fazia notar de forma tão evidente, pois, mesmo o ao vivo do início da tevê era ensaiado, combinado para dissimular ao máximo os artifícios técnico-tecnológicos. Mas, as condições técnicas e as estratégias discursivas criadas pela televisão, como o “ao vivo”, a instantaneidade e a autoreflexividade, fazem-nos construir sentidos de que “se ela está lá, lá está a realidade”. O que acontece é que o telespectador não toma conhecimento dos processos de produção, das imagens e sons que são dispensados, daquilo que necessariamente tem que ser repetido. Por exemplo, na gravação ao vivo do *Galpão Crioulo* em Uruguaiana², além do pedido de aplauso dos apresentadores, a diretora do programa, antes da gravação, realiza um série de combinações com a platéia, desde a ocupação das cadeiras, pedidos para cantar com os artistas, bem como pede para que os vendedores não caminhem entre o público durante a apresentação dos músicos, apenas durante a troca de artistas no palco, etc. Durante o intervalo dos artistas estas combinações são reforçadas e outras são feitas.

O programa foi gravado na ocasião da abertura da 35ª Califórnia da Canção Nativa de Uruguaiana, e mesmo os efeitos de veracidade, de credibilidade, de presença, de estar “ao vivo” estavam sob o jugo de uma equipe de produção, em especial da direção do programa. Sobre isso Eco (1989, p.199), salienta que: “(...) a interpretação, a manipulação, a preparação para a televisão precediam a atividade das telecâmeras. O evento já nascia como fun-

2 Participamos da pré-produção e da produção do programa gravado na cidade de Uruguaiana.



damentalmente “falso”, pronto para transmissão.”

A idéia de “falso” que Eco (1989) desenvolve não pode ser entendida de maneira literal, senão como representação, produção discursiva, que se constitui a partir do acerto prévio de determinadas condições. No caso do *Galpão Crioulo*, elas precedem ao início das gravações, fase de pré-produção, também de momentos próprios da produção de

Mesmo assim, o espectador tende a pensar que está naquele local vendo com seus próprios olhos aquilo que julga realidade.

um programa ao vivo e da pós-produção, quando tem que transformar o material capturado durante duas horas de gravação, pelas cinco câmeras em uma edição de, aproximadamente, 45 minutos. Nessa via, a televisão é sempre invenção, criação, simulação, aparência. Mesmo assim, o espectador tende a pensar que está naquele local vendo com seus próprios olhos aquilo que julga realidade. Ledo engano, ele nada mais vê do que a escolha imagética do diretor a partir de um conjunto de cinco câmeras, nesse caso.

Quanto à idéia de “ao vivo” como reprodução da “realidade”, podemos dizer que ela é ilusória, pois, via de regra, enquanto telespectadores, pensamos “o que eu vejo é o que é, ao mesmo tempo em que o vejo” (Sarlo, 1997, p.72). Para a referida autora (1997, p.73), a ilusão de verdade do discurso ao vivo é uma estratégia de “produção, reprodução, apresentação e representação do ‘real’”. Tudo isso, reforçado pela credibilidade que a instituição televisiva lhe confere. É claro, o tempo de uma gravação e de uma transmissão não é, e talvez nem pudesse ser, neutro. Nele são imputadas lógicas, preceitos, valores da equipe de produção, da publicidade, do mercado e da emissora. Para Martín-Barbero (1987, p.295),

(...) o espaço da televisão é dominado pela magia do ver: por uma proximidade construída

mediante uma montagem que não é expressiva, e sim funcional, sustentada na base da ‘gravação ao vivo’, real ou simulada. Na televisão, a visão predominante é aquela que produz a sensação de imediatez, que é um dos traços que dão forma ao cotidiano.

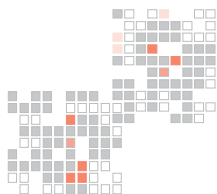
Considerando que o *Galpão Crioulo* é produção regional da RBS TV e que esta emissora possui uma série de programas e programetes produzidos localmente, podemos inferir que ela faz parte e está integrada a estas perspectivas apontadas até aqui e à afirmação de Eco (1989, p.200-1) ao dizer que a neotevê

(...) aponta a telecâmera sobre a província e mostra ao público de Piacenza o povo de Piacenza, reunido para ouvir a publicidade de um relojoeiro de Piacenza (...). As televisões independentes, ao contrário, querem que o público se reconheça e diga “somos assim mesmo”.

Esse recorte da fala de Eco (1989) pode reiterar aspectos da programação regional que a emissora do GC produz e, também, pelo slogan utilizado durante muito tempo pela emissora: “RBS TV, aqui o Rio Grande se vê”. Isso contribui para que seja gerada uma identificação do telespectador com o programa e com a emissora, retribuindo em audiência aos programas por ela transmitidos. Fato que fez com que o *Galpão Crioulo*, durante determinado período, fosse o programa com maior *share* dos produtos televisivos produzidos e/ou transmitidos pela emissora, considerando que ela, como afiliada da Rede Globo, também transmitia os programas nacionais.

4. Peculiaridades da linguagem televisiva

Calabrese (1995) sugere duas figuras cognitivas e passionais, existentes no meio televisivo, responsáveis pela mediação com os receptores: o observador e o informador. Para o autor, o apre-



sentador, quando se desdobra de sua função de narrador, assume o papel de observador. No nosso objeto de estudo podemos atribuir estas duas figuras aos apresentadores do programa, que desempenham a função de informadores e de observadores, mas, sobretudo de mediadores entre a emissora e o público.

O observador é definido como um sujeito cognitivo ficcional que o enunciador instala no discurso enunciado. “La tarea del observador puede ser también la de desarrollar un hacer interpretativo (Calabrese, 1995, p.132)”. Uma das características do apresentador, enquanto desempenha o papel de observador, é que ele tenta parecer-se com o receptor, na medida em que finge desconhecer a mensagem assim como o público.

Esse papel é desenvolvido por Neto³, na maioria das vezes, quando pergunta ao Nico⁴: “e o que vem depois Tio Nico?”, “Qual nossa próxima atração?”, entre outros. Nesse caso, “(...) el observador hace casi que de puente entre el nivel del enunciado y el de la enunciación” (Calabrese, 1995, p.135). Essa forma de atuação confere um efeito de realidade, de credibilidade, de cumprimentação, de proximidade e de presença à transmissão. A proximidade pode ser entendida também como familiaridade, neste contexto, pois a maneira como os apresentadores comunicam-se entre si (tio e sobrinho) e com o público, de modo que gera um efeito de aproximação e revela um

efeito de familiar. O efeito de presença se deve ao fato de estar presente naquele dado momento. Esse efeito se reforça nos programas de palco, geralmente realizados em feiras e eventos, em que eles apresentam as cidades, suas principais histórias, acontecimentos, fatos e lendas.

“El presentador también comenta, según un sistema de emociones, aquello que está sucediendo, y por lo tanto también asume un rol pasional. Actúa como real y justo distribuidor de juicios eufóricos o disfóricos (...) sobre los eventos narrados” (Calabrese, 1995, p.136). Contudo, no *Galpão Crioulo* os juízos emitidos por ambos os apresentadores com relação aos convidados, às cidades, aos eventos são sempre eufóricos, ressaltando suas qualidades, virtudes e peculiaridades.

Até o presente, tratamos do observador. Mas, há outra figura, a do informador, que segundo Calabrese (1995, p.137-8), “Se trata de otro sujeto cognitivo, que está dotado de un conocimiento total o parcial sobre los eventos narrados, (...) con una función de mediación respecto al enunciante.”

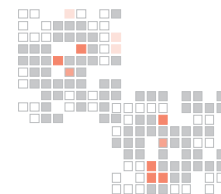
Parece-nos que este papel é atribuído mais vezes a Nico Fagundes (Tio Nico), que talvez pelos méritos da idade, do tempo de *Galpão Crioulo*, das experiências adquiridas, do vasto currículo, em relação ao seu sobrinho, assume este lugar de fala dentro do programa. Existem, também, outras características que apontam para Nico como o informador:

- a. *Es un informador todo aquel que se presente o sea presentado como un periodista. (...)*
- b. *Es un informador cualquier ator que intervenga en el texto para brindar un saber que ni el narrador, ni el enunciante conocen (...)*
- c. *Es un informador cualquier personaje que sea anunciado en el texto para brindar un conocimiento que no se tiene (...)* (Calabrese, 1995, p.138)

Considerando que Nico é jornalista de formação, que, segundo informações da produção do

3 O apresentador Neto Fagundes, de 48 anos, é músico, possui seis discos gravados, já realizou espetáculos na França, Itália, Argentina e Portugal. Em 2002, lançou o primeiro CD junto com a Família Fagundes e em 2004 o segundo. Ele iniciou a apresentar o programa em 2001.

4 Antonio Augusto Fagundes, de 76 anos, é advogado, jornalista, antropólogo, historiador, compositor, poeta, escritor, folclorista e ator. É autor de 17 livros e mais de 300 canções. Desde o início do programa, em 1982, é o seu apresentador e em 1984 também passou a comandar o programa de Rádio Galpão Nativo, na Rádio Gaúcha AM. Além disso, escreve uma coluna semanal, no Segundo Caderno do jornal Zero Hora sobre tradição, história e folclore no RS. É relevante considerar que toda sua atuação midiática se dá em meios do Grupo RBS.



programa, ele mesmo é quem prepara suas falas, ainda, que Neto recorre a ele para pedir uma explicação, uma explanação, ou tirar uma dúvida, mesmo que seja algo previamente “combinado”. Nico também traz em suas falas os conhecimentos relativos ao nativismo, ao tradicionalismo, à história do RS, ao folclore e aos convidados. Assim, o programa confere a Nico o status de informador na maioria das vezes.

Quanto à diferença entre as funções referidas por Calabrese (1995, p.140), fica claro que o observador simula ser um participante do público, do receptor, formulando falas, posições, questionamentos próprios do espectador. Já o informador é o que tudo, ou quase tudo, sabe e dispõe desse conhecimento para o enunciatário. Supostamente, faz isso de forma que permita a ele avaliar sua mensagem e posicionar-se a respeito do que foi dito. Mesmo atribuindo ao Neto e ao Nico, respectivamente estes papéis, temos que salientar que isso não acontece de maneira fechada. O apresentador como representante do público ou “dono” de um saber realiza a mediação do ato de enunciação e poderá mesclar suas funções de narrador, com a de observador e a de informador.

Para Calabrese (1995, p. 142), “Una sociedad televisiva es por naturaleza fragmentaria, puesto que no existe reciprocidad comunicativa entre quien habla y quien escucha.”

Podemos dizer que há um efeito de compartilhamento, advindo da idéia de proximidade que se tenta estabelecer com a presença da platéia e de reconhecimento do outro, como alguém sedento de informações ou de entretenimento, minimizando a rigidez do aparato tecnológico e a barreira intransponível da possibilidade de diálogo com o espectador e da interatividade.

Também a natureza fragmentária da televisão e da sociedade por ela constituída faz com que a contínua enunciação da enunciação seja uma de suas características mais fortes. Talvez para não se fazer notar a falta de resposta do telespectador,

ela reitera sua fala de modo contínuo, oferecendo ritmo, velocidade, dinamismo por meio de cortes, enquadramentos, movimentos de câmeras, sons e imagens com cores. Duarte (2008, p.180) adiciona

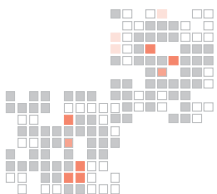
(...) tem-se que ter consciência de que as parcelas do real que a tevê oferece não correspondem a seleções arbitrárias: é o que fica enquadrado, é o movimento das câmeras, é o trabalho de edição e sonoplastia, que determinam o quê e como esses fragmentos do real vão ser mostrados.

Quanto à descrição do enunciador como conjunto de posições cognitivas e emotivas cambia-se, segundo Lyotard *apud* Calabrese (1995), em uma prescrição. A prescrição diz respeito ao modo que devemos nos portar frente ao que nos é proposto pela tevê, ou mais especificamente, pelo programa televisivo. Nesse sentido, o que Calabrese (1995) chama de estilo, e que pode ser aqui entendido como formato, em parceria com o gênero a que pertence, fornece ao espectador pistas de como deverá ser feita a leitura do enunciado televisivo apresentado pelo programa transmitido, direcionando, conduzindo sua interpretação.

5. Considerações finais

As práticas de significação do GC são bastante variadas, mas, sobretudo, trazem, por diversos efeitos de sentidos, conotações de irmandade, de fraternidade, de amizade, de proximidade e de respeito. Contudo, as significações que mais se sobressaem são as de familiaridade, valor incessantemente resgatado pela fala dos apresentadores – dentro e fora do programa. Também tem destaque o conhecimento, no sentido de sabedoria, em função das falas enunciadas, principalmente por Nico. Falas que recheiam o GC de contextualizações históricas e geográficas, contanto lendas, cantilenas, folclores, características e peculiaridades de eventos ou cidades que sediam o *Galpão*.

O GC, a partir do ordenamento e uso de varia-



dos elementos da cultura regional, opera sobre certa flexibilidade e, portanto, não se pauta pela severidade, o que o tornaria inviável midiaticamente. Tendo em vista o perfil do programa, há que se configurar um equilíbrio bastante delicado entre o tradicional e a atualidade. Se pender muito para um lado e permitir a inovação e a modernização em termos de cenário, figurino, conteúdos, entre outros, o GC deixa de veicular sua essência tradicional e nativista. Assim, é possível vislumbrar na tela a convivência do tradicional com o contemporâneo, os traços da tradição e os da contemporaneidade, mesmo que essa última apareça

em menor escala. Contudo, a proposta do programa não é tratar da atualidade. As imagens trazem crianças, jovens e idosos, homens e mulheres, o antigo e o novo, num processo que não aparenta exclusão, mesmo que ela seja inerente ao processo midiático e televisivo especialmente.

As lógicas enunciativas que mais se destacaram no programa são: a cordialidade entre todos (apresentadores, convidados e público), a apologia ao Rio Grande do Sul no âmbito de sua tradição, de suas origens, de sua história, de seu folclore e a valorização de Nico sobre o Neto na apresentação do GC.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BORELLI, Sílvia Helena Simões. Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas. *São Paulo em Perspectiva*. v.15. n.3. jul/set. 2001.
- CALABRESE, Omar. La información y el espectador. In: _____. *Los juegos de la imagen*. Bogotá: Instituto Italiano de Cultura, 1995.
- CASSETTI, Francesco; CHIO, Frederico di. *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós: Barcelona, 1999.
- CASTRO, Maria Lília Dias de. Práticas publicitárias: o embaralhamento do discurso promocional. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; _____. (orgs.). *Em torno das mídias: práticas e ambiências*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- _____; CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs.). *Comunicação audiovisual: gêneros e formatos*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- _____. Televisão: a recorrência a um mundo paralelo. In: _____. CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs.). *Em torno das mídias: práticas e ambiências*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Televisão & educação: fruir e pensar a TV*. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- JOST, François. *Seis lições sobre televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão: levada a sério*. 2. ed. São Paulo: Ed-Senac São Paulo, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. *Diálogos de la Comunicación*. S.n., 1987.
- _____. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1987 (1997).
- _____; REY, Germán. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.
- SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna*. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1997.
- SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. *O espírito da cavalaria: e suas representações midiáticas*. Ijuí: EdUnijuí, 2003.

