



Estratégias de Endereçamento do Gre-nal é Gre-nal da RBS TV¹

Angélica Moreira Pereira²
Rejane de Oliveira Pozobon³
Centro Universitário Franciscano
Universidade Federal de Santa Maria

RESUMO:

Esse trabalho tem como principal objetivo analisar como o programa Gre-nal é Gre-nal se dirige ao seu público, como ele endereça a sua audiência. A análise parte da primeira temporada da série, sendo utilizado o primeiro episódio veiculado em 2011 pela emissora RBS TV. Percebe-se que muitas cenas apresentadas no programa são retratos do cotidiano dos torcedores de ambos os times, mostrando não apenas o gosto pelo futebol, mas também utilizando a linguagem coloquial, o sotaque gaúcho e figuras importantes do jornalismo esportivo para conferir credibilidade ao programa.

PALAVRAS-CHAVE: Modos de endereçamento; estratégias de endereçamento; Gre-nal é Gre-nal.

1. INTRODUÇÃO

Grande parte dos materiais promocionais veiculados nas emissoras de televisão revela o cuidado com o qual são produzidos, visando à propagação e à publicização de produtos, marcas, serviços ou ideias. Sabe-se que os comerciais refletem gostos e valores do público-alvo, ocorrendo uma troca nesse processo de produção e recepção das mensagens. Hall (2006) diz que os comunicadores codificam a mensagem por meio das linguagens e dos meios com o objetivo de atingir um determinado fim, e que os receptores decodificariam as mensagens de acordo com um padrão de significados estabelecidos por eles, ou seja, cada pessoa, de acordo com suas vivências, práticas sociais, classe social, idade e demais fatores decodifica a mensagem de uma maneira.

Sendo assim, vários fatores sociais, psicológicos e comportamentais contribuem no processo de recepção e de interpretação das mensagens, bem como aspectos que

¹ Trabalho apresentado no DT 2 - Publicidade do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Aluna especial do Mestrado em Comunicação (UFSM), disciplina Comunicação e Espaço público. E-mail: aangell_rs@hotmail.com.

³ Professora Orientadora do trabalho Doutora em Ciências da Comunicação, docente do Mestrado em Comunicação e do Depto de Ciências da Comunicação (UFSM). E-mail: rejane.op@terra.com.br.



influenciam no momento da recepção, ou seja, se os receptores estão sozinhos, acompanhados, em casa, no trabalho, etc.

Sobre as modalidades e configurações da televisão, Duarte (2004) define que a TV emprega suas estratégias em duas modalidades de expressão: 1) Explícita e ostensiva, que são todos os produtos que assumem seu caráter promocional e publicitário; e 2) Implícita e sutil, que compreende a análise de como as emissoras concebem sua própria identidade. “Naturalmente, em televisão, o espaço da publicização desses discursos é a própria programação: assim, as emissoras falam de si através de sua programação e de seus produtos” (DUARTE, 2004, p. 99).

Duarte (2004) ainda complementa afirmando que dentre as configurações expressivas mais empregadas nos diferentes discursos está a produção de programas cujo tema são outros produtos da emissora. Castro *apud* Duarte (2008, p.41) diz que a ação de divulgar algum tema ou serviço, é hoje uma prática comum na televisão, cuja intenção é a “propagação e a difusão de produtos, marcas, imagens, valores, para tentar agir sobre o comportamento das pessoas”.

No Rio Grande do Sul, a emissora RBS TV possui um projeto de dramaturgia audiovisual – Histórias curtas - que envolve artistas, diretores e técnicos, através de um concurso em que a emissora financia oito projetos e ao final, as equipes envolvidas participam do Prêmio Histórias Curtas, na qual destaca 14 categorias. “Nos doze anos do projeto foram produzidos 96 curtas de até 15 minutos cada um, envolvendo anualmente em torno de 400 pessoas, numa combinação de profissionais experientes e gente que está começando no mercado audiovisual”⁴.

Um dos curtas exibidos pela RBS TV foi o Gre-nal é Gre-nal, onde a série baseou-se nos contos do jornalista David Coimbra e conta as histórias animadas de dois torcedores fanáticos pelos seus times do Rio Grande do sul. O ator Eduardo Mendonça, interpreta o “Feliciano”, cujo personagem é colorado, e Rafael Guerra como “Neves”, personagem gremista. No total foram quatro episódios de cada temporada com aproximadamente 15 minutos de duração cada um, veiculados aos sábados, às 12h30min. A primeira temporada foi exibida no primeiro semestre de 2011 e a segunda em 2012.

⁴ Disponível em Rede Globo (<http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/historiascurtas/noticia/2012/09/na-12-edicao-projeto-historias-curtas-exibe-oito-producoes.html>). Acessado em 12 de outubro de 2012.



Davi Coimbra⁵ é funcionário do Grupo RBS e atua como diretor executivo de Esportes e colunista de Zero Hora, além de comentarista, onde participa do Café TVCOM, do programa de debates Sala de Redação na Rádio Gaúcha, além de possuir participações especiais no programa Pretinho Básico, da Rádio Atlântida. Ou seja, sua figura como jornalista está muito envolvida com vários programas da emissora ligados ao futebol. Davi Coimbra também faz a abertura do Gre-nal é Gre-nal, apresentando para os telespectadores um pequeno resumo do tema principal do programa e acompanhado de outra figura expressiva do futebol, a jornalista Alice Bastos, também funcionária do Grupo RBS.

Por isso, este estudo tem como objetivo analisar como o primeiro episódio da primeira temporada do programa Gre-nal é Gre-nal se dirige ao seu público, como ele se reporta à sua audiência, o qual chamamos de Modos de endereçamento.

2. MODOS DE ENDEREÇAMENTO

O conceito de Modos de endereçamento surgiu através de estudos sobre os filmes de Hollywood e foi aplicado no campo da educação pela pesquisadora norte-americana Elizabeth Ellsworth (2001). Refere-se à relação do texto de um filme com a projeção que este faz do seu possível público-alvo, com as experiências do espectador, pois segundo Ellsworth (2001), os filmes possuem públicos intencionados, imaginados e desejados. O conceito de modos de endereçamento se constrói seguindo essa ideia, de que para um filme funcionar com certo público, ele deve provocar sensações, provocando o riso, o choro, enfim, o espectador deve sentir-se motivado e satisfeito no final, entrando em sintonia com o filme, com as imagens e com os personagens. A pergunta central é: “Quem este filme pensa que você é?”. Numa primeira etapa, Ellsworth (2001) refere-se ao conceito como algo que está no texto do filme, atuando sobre os espectadores, entretanto, numa segunda etapa, os pesquisadores passam a ver os modos de endereçar mais como algo que ocorre em algum lugar entre o social e o individual, entre o texto e o uso que o espectador faz dele. “O modo de endereçamento não é um movimento visual ou falado, mas uma estruturação que se desenvolve ao longo do tempo das relações entre o filme e seus espectadores” (ELLSWORTH, 2001,

⁵ Disponível em http://www.lpm-editores.com.br/site/default.asp?TroncoID=805134&SecaoID=948848&SubsecaoID=0&Template=../livros/layout_ator.asp&AutorID=85. Acessado em 12 de outubro de 2012.



p.17). É um processo invisível, que parece convocar o espectador a ocupar uma posição a partir da qual ele deva ler o filme.

Através da pesquisa de Ellsworth (2001), podemos afirmar que não há uma coincidência total entre endereço e resposta. A partir dessa perspectiva, este trabalho se propõe a encontrar algumas marcas das estratégias utilizadas por Gomes (2011) em seus estudos sobre o telejornalismo, que se iniciou com uma tentativa de análise e interpretação de programas jornalísticos televisivos, a partir da perspectiva teórico-metodológica dos Estudos Culturais. Gomes (2011) propõe que o telejornalismo é uma forma cultural e uma instituição social, onde a sua análise parte de 3 aspectos: estrutura de sentimento; gênero televisivo e modos de endereçamento. Sendo assim, este artigo é um exercício de testagem metodológica, utilizando como objeto um programa específico, o Gre-nal é Gre-nal, onde os modos de endereçar a mensagem são as formas que o programa Gre-nal é Gre-nal se orienta para estabelecer relações com o seu público, empregando os conceitos abordados por Gomes em suas pesquisas sobre o jornalismo. Os operados de análise serão: análise do apresentador, que é a maneira como Davi Coimbra introduz o primeiro episódio do programa; contexto comunicativo, que é o modo de comunicar, os cenários do programa; pactos do jornalismo, ou seja, o que o espectador pode esperar do programa, e por fim, como a temática futebol é abordada. A análise se restringirá à primeira temporada do primeiro episódio do programa transmitido pela emissora RBS TV no dia 09 de julho de 2011.

3. ANÁLISE DO PROGRAMA DE ESTRÉIA

“Mais importante, mais interessante no futebol, certamente não é a bola, é a paixão que envolve a torcida gremista, o colorado, a gozação, a flauta. As minhas histórias serviram de inspiração para contar essa paixão em vermelho e azul. Espero que vocês gostem do que vão ver a partir de agora na telinha da TV”.

Em um cenário com fundo branco, e vestindo uma camisa branca, Davi Coimbra apresenta o primeiro programa da série Gre-nal é Gre-nal. Através da sua fala, ele antecipa o que será o programa com as histórias dos gremistas e colorados, a paixão das torcidas pelos seus respectivos times e a “flauta”, a “gozação”, já dando indícios do tom



que será o aplicado. A cor da roupa do apresentador também mostra sua posição neutra, não optando por nenhum lado, nem dos gremistas, nem dos colorados.

“Para tudo Davi Coimbra e me conta, afinal, de que gremista e de que colorado você está falando?”.

Aqui, entra a apresentadora Alice Bastos, repórter do Globo Esporte, interagindo com Davi Coimbra e pedindo mais informações a respeito das torcidas.

“Olha Alice, na verdade, no fundo não faz nenhuma diferença, gremista / colorado; colorado / gremista é tudo igual”. (Davi Coimbra).

“É verdade, a devoção por grêmio e internacional é sempre a mesma”. Agora, eu, estou super curiosa para saber que gremista e que colorado é esse? (Alice Bastos)

“Então espera, tu está curiosa, eu acho que o telespectador também está curioso e vai descobrir a partir de agora na nossa série Gre-nal é Gre-nal”. (Davi Coimbra).

Apenas nestes 55 segundos da apresentação inicial, além de observar que o apresentador já dá indícios do que será o programa, o uso do termo “nossa série Gre-nal é Gre-nal” reforça a aproximação do apresentador com o telespectador, passando uma sensação de parceria. A participação da jornalista Alice Bastos reforça esta temática do futebol, pois sua imagem está ligada diretamente ao tema por fazer parte de um dos principais programas de esporte da RBS TV. A proximidade de muitos telespectadores com a repórter e com o Globo Esporte, acaba, conseqüentemente, atraindo o mesmo público para assistir o Gre-nal é Gre-nal, pois o assunto futebol e a maneira como ele é tratado no programa, reporta-se mais a um público masculino.

O *jingle*⁶ de abertura do programa, nos mostra um pouco mais sobre o pacto do jornalismo:

“Minha cueca já rasgou, minha meia já furou, minha camisa já amarelou, mas eu não tiro para ajudar o destino, se eu estou com ela, é só esperar o gol. Se o meu time ganhar eu vou acender uma vela, se ele perder eu vou fazer uma reza; se ele ganhar eu saio para

⁶ Jingle é uma mensagem publicitária musicada e elaborada com um refrão simples e de curta duração, a fim de ser lembrado com facilidade. É uma música feita exclusivamente para um produto ou empresa.



gastar; se ele perder, eu vou sobreviver. A minha onda, tira onda, eu vou te ligar, a maré sobe, a maré desce e eu estou sempre lá. Enquanto a sorte está do lado tem que aproveitar, e tocar flauta até acabar o ar”.

Pela letra do jingle de abertura, pode-se observar que o bom humor predomina em qualquer situação, mesmo quando o time do torcedor ganha ou perde. Nas primeiras frases do jingle “*Minha cueca já rasgou, minha meia já furou, minha camisa já amarelou, mas eu não tiro para ajudar o destino, se eu estou com ela, é só esperar o gol*” mostra um pouco sobre a temática de um dos quatro episódios da primeira temporada, onde fala sobre superstição na hora do jogo: não tirar a camisa preferida, andar sempre com a mesma meia nos dias de jogos, acreditando que essas ações podem fazer com que o time seja campeão.

A questão da ironia, de “tocar flauta até acabar o ar” no time adversário é notável em todo o programa, sempre levando para o lado do humor e da brincadeira a famosa disputa entre os dois principais times do Rio Grande do Sul: Grêmio e Internacional. Este fato é um retrato do que acontece em todo o estado nos dias em que ocorrem os jogos da dupla Gre-nal.

A estrutura do programa é dividida em 2 blocos: na primeira parte, o personagem Feliciano, colorado apaixonado pelo seu time, conta uma história hilária, envolvendo um torcedor gremista. No segundo bloco, os papéis se invertem e o torcedor Neves, gremista fanático, conta uma história engraçada envolvendo um personagem colorado. O tema central deste primeiro capítulo é *Revanche é Revanche*.

Na primeira cena, com uma trilha bem animada, nota-se batidas de tambores, torcedores vestidos com suas camisetas, bandeiras dos times e um grande movimento na cidade, predominando as cores azuis e vermelhas. Percebe-se assim, a organização temática do programa, trazendo recortes dos momentos que antecedem uma disputa entre os dois times, um dia típico de Gre-nal. A cena mostra as torcidas se dirigindo ao estádio de futebol, retratando mais uma vez o que acontece em Porto Alegre⁷, cidade sede dos jogos onde as duplas se enfrentam.

Feliciano e Neves se encontram em um bar, momentos antes de iniciar a partida de futebol. O cenário é todo dividido em azul e vermelho, mostrando em plano geral as duas torcidas juntas, aguardando em harmonia o início da partida. Alguns casais

⁷ Porto Alegre é a capital do estado Rio Grande do Sul, onde normalmente acontecem os jogos da dupla Gre-nal. O estádio do Grêmio é a Arena e do Internacional o Beira Rio.



aparecem na cena aberta, filmada em plano geral, conversando, onde sempre um deles é gremista e o outro é colorado. Percebe-se o cuidado da produção em sempre dividir igualmente os espaços na cena para os dois times/torcedores, utilizando como ferramenta de identificação as cores, as bandeiras e as camisetas de cada time, para o telespectador fazer a diferenciação e cada um se identificar com seu respectivo time.

Outro aspecto muito importante observado nas falas dos atores, é o sotaque gaúcho bem acentuado em grande parte das cenas, tanto dos atores principais, como dos coadjuvantes. A linguagem coloquial, gírias e termos conhecidos e marcantes da cultura gaúcha são evidenciados a todo o momento. O contexto comunicativo, neste caso, cria uma identificação dos telespectadores com os personagens e com a situação vivenciada por eles, pois remete ao cotidiano dos torcedores, o que realmente acontece momentos antes da partida. A fala dos personagens, os comentários dos repórteres no campo de futebol e as gírias, remetem à cultura local e reafirmam a organização temática, mostrando como o tema futebol é abordado para o público. Na fala do Davi Coimbra e da Alice Bastos também notamos o sotaque do povo gaúcho: “tu estás curiosa”, e a entonação também comprova essa questão, gerando outro tipo de proximidade com o telespectador. Abaixo, algumas frases dos atores onde é bem evidenciado o sotaque gaúcho, como sendo uma valorização da cultura local:

[...] uma guria que ele tinha conhecido no bar [...]
[...] uma história que eu tô pra ti conta há horas [...]
[...] aonde tu conseguiu esse sutiã? [...]
[...] Tu trocou a roupa de cama? [...]
[...] Tu não tem um suquinho? [...]
[...] Tu tem até sexta-feira santa [...]
[...] Que barbaridade [...]
[...] Eu faço tudo que tu quiser, eu caso contigo [...]
[...] Tu é muito trovador [...]

Nota-se também a presença do Globo Esporte aparecendo de maneira sutil, em algumas cenas do Gre-nal é Gre-nal. Na abertura do *Histórias Curtas*, quando o Davi Coimbra apresenta para os telespectadores o que eles poderiam esperar do programa, a presença da jornalista Alice Bastos, cuja imagem está ligada ao esporte, foi a primeira



vinculação feita. Após isso, observa-se, nas cenas iniciais, que a televisão do bar onde o Feliciano e o Neves se encontram, está transmitindo o jogo ao vivo. Nesta cena, por 10 segundos, é focado na narração do Paulo Brito em *off*, aparecendo logo em seguida, o estúdio do Globo Esporte, onde Brito chama um repórter no campo para transmitir as informações ao vivo minutos antes de iniciar a partida.

Em todas as cenas que mostram tanto o torcedor gremista, quanto o colorado assistindo televisão, ou até mesmo os atores coadjuvantes, o canal sintonizado é a RBS TV e o programa que está sendo transmitido é o Globo Esporte. Nas cenas em que aparece o programa acima citado, a televisão é filmada em primeiro plano, dando destaque para as narrações do Brito, no cenário do estúdio ou no campo, com no mínimo 3 segundos de aparição. Esses trechos em que é evidenciado tanto o sotaque, quanto os programas locais, reforçam o contexto comunicativo, pois além de mostrar cenas do cotidiano dos gaúchos, mostram os programas onde são noticiados os resultados dos jogos da dupla, a maneira de falar, as gírias, mostrando para o telespectador que o que está sendo passado é um retrato do que acontece na realidade. A maneira de abordar a temática futebol, levando para o humor, também reforça a ideia da “flauta”, de tirar sarro do time adversário. Todas essas questões analisadas criam uma proximidade com o telespectador e uma identificação com a cultura local, pois envolvem sentimentos fortes em relação ao futebol, a paixão pelo time, que é muito marcante e bem nítida nas torcidas.

O cenário é outro fator muito importante a ser observado no contexto comunicativo. Nas primeiras cenas, quando o Feliciano conta a história de um gremista, o cenário que vai sendo construído durante a narração da história é em um quarto azul. A parede é em tons de azul, preto e branco, remetendo às cores do Grêmio. A roupa de cama é azul clarinho com branco, com almofadas nas cores pretas e azul escuro. A bandeira do grêmio aparece desfocada ao fundo, quando a câmera abre o plano mostrando todo o quarto. O cachorro do gremista, da raça *Pug*, também usa uma camiseta do time, junto com uma coleira e guia de passear, nas cores azuis. Vários elementos no cenário remetem ao time, como canecas com a logo do grêmio, abajur, etc. Na trama, a esposa do gremista o trai com os amigos do futebol, e a cor das roupas que ela utiliza é o vermelho, tanto no vestido de festa, quanto na camisola.

Aqui, a cor vermelha é utilizada pela mulher que está cometendo o adultério, simbolizando para o gremista não apenas o ato da traição, mas valendo-se de uma cor que é utilizada predominantemente pelo time adversário. Quando o casal se reconcilia,



as cenas que seguem mostram a esposa usando um vestido azul, simbolizando que a traição acabou.

No segundo bloco, o gremista narra a história de um colorado “boa pinta”. Todo o cenário é organizado com algum elemento na cor vermelha, desde a camiseta do ator, a roupa dos figurantes, até a porta da casa do colorado. A parede do quarto do colorado é vermelha e branca, a roupa de cama é em tons de vermelho claro, juntamente com as almofadas com a logo do time. Desta vez, para representar a problemática da história do colorado, a cor utilizada agora, é a azul.

Em ambas as cenas notam-se a predominância das cores dos times dos torcedores, mostrando que suas casas possuem as cores dos seus times. Elementos distribuídos no cenário com a logo do Inter ou do Grêmio reforçam a organização temática do programa, que é transmitir a paixão pelo time, o amor incondicional que os torcedores possuem, retratando um fato que acontece na realidade, pois muitos torcedores reais, gremistas ou colorados demonstram essa paixão pelo seu time de diversas maneiras, entre elas vestindo a camiseta do time, comprando objetos que contenham a logomarca do clube, pois não basta torcer, tem que mostrar e afirmar para qual time se torce.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista este cenário e partindo das análises feitas do programa Gre-nal é Gre-nal, podemos concluir que a famosa briga, as rixas entre os dois times do Rio Grande do Sul são retratadas de maneira engraçada, sem promover a discórdia entre as torcidas.

Durante o programa nota-se que muitas cenas são baseadas nas vivências reais de torcedores, principalmente na parte de tirar onda, “fazer flauta” do amigo que torce por outro time, quando este perde um jogo ou o campeonato. Desse modo, o programa busca, de forma leve e descontraída, proporcionar diversão aos telespectadores sobre um assunto que causa muita polêmica no esporte.

Conforme afirma Ellsworth (2001), não há certeza entre a resposta e o endereçamento, pois é um processo que pode levar muito tempo, mas podemos concluir que o programa se baseou bastante nas ações do cotidiano do torcedor, tentando gerar identificação das torcidas com o que foi transmitido. Esta identificação que o programa quis afirmar com seu público baseou-se não apenas no sentimento que envolve as duas



torcidas pelos seus times, mas na aproximação que o mediador tenta fazer com seu público quando fala “nossa série Gre-nal é Gre-nal”; convidando pessoas que possuem sua imagem profissional ligada ao esporte para apresentar em parceria com o autor das histórias, o primeiro episódio da primeira temporada; mostrando em várias cenas o Globo Esporte, principal programa de notícias de esporte da emissora que transmite o Gre-nal é Gre-nal e através do sotaque gaúcho, da linguagem coloquial se aproximando mais ainda de quem assiste ao programa. E não se esquecendo do tom utilizado, do bom humor para retratar a disputa entre Grêmio x Internacional, reforçando mais uma vez o conceito de modos de endereçamento, que é criar sensações nos públicos intencionados, imaginados e desejados para que este funcione e tenha sentido para o espectador, para que assim, seja construída uma relação particular com a história.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFIA

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão**. Ensaios Metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Lilia Dias (Orgs). **Comunicação Audiovisual**. Gêneros e Formatos. Porto Alegre: Sulina, 2007.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Lilia Dias (Orgs). **Em torno das mídias**. Práticas e ambiências. Porto Alegre: Sulina, 2008.

ELLSWORTH, Elisabeth. **Modos de Endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Nunca fomos Humanos: nos rastros do sujeito**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

GOMES, Itânia. **Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no telejornalismo**. Salvador: ADUFBA, 2011.

RBS TV, Grupo. Disponível em www.gruporbs.com.br. Acessado em 05 Jun 2008.