

## A IDENTIDADE CULTURAL DO PELOTENSE NO DISCURSO DO JORNAL DO ALMOÇO DE PELOTAS

Michele Negrini<sup>1</sup>

Estevan Freitas Garcia<sup>2</sup>

Luiz Ricardo Hüttner<sup>3</sup>

---

**RESUMO:** Este artigo tem como proposta a realização de uma reflexão sobre o Jornal do Almoço – edição para Pelotas e região, no Rio Grande do Sul – para analisar a construção dos laços de pertencimento e de identificação do público presentes no discurso de telejornal. Analisamos seis edições do telejornal, que foram ao ar de 9 a 14 de junho de 2014. Na semana estudada, Pelotas estava vivendo a Feira Nacional do Doce (Fenadoce), que é um evento de suma importância para a cidade e para a sua população. No período analisado, também estava ocorrendo a Copa do Mundo de 2014. Tais eventos foram marcantes no discurso das edições do Jornal do Almoço analisadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Identidade Cultural, Televisão, Jornal do Almoço.*

**ABSTRACT:** This article intends to reflect on Pelotas and region edition of Jornal do Almoço, to analyze the construction of belonging ties and identification of the present public in the television news speech. We analyzed six editions of the newscast, that have aired between June 9 and 14, in the year of 2014. In the studied week, Pelotas was holding the Feira Nacional do Doce (Fenadoce), which is a highly important event for the city and its population. In the same period, the 2014 World Cup was also happening. Both events were remarkable in the discourse in the analyzed issues of Jornal do Almoço.

**KEYWORDS:** *Cultural Identity, Television, Jornal do Almoço.*

---

<sup>1</sup> Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria; mestre em Comunicação e Informação pela Universidade do Rio Grande do Sul; doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; docente da Universidade Federal de Pelotas.

<sup>2</sup> Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas.

<sup>3</sup> Jornalista pela Universidade Federal de Pelotas.

## INTRODUÇÃO

Um telejornal na hora do almoço, com notícias, participação, agenda, entretenimento. A apresentação de entretenimento pode ser considerada, nos dias atuais, como uma das principais marcas do Jornal do Almoço. O Jornal é produzido desde o ano de 1972, transmitido hoje para todo o Estado do Rio Grande do Sul pela Rede Brasil Sul de Comunicações, popularmente conhecida por RBS TV. Com duração de 45 minutos, o Jornal separa um tempo de sua exibição para blocos de regiões onde a emissora mantém sucursais. A RBS TV do Rio Grande do Sul foi a primeira afiliada da Rede Globo a utilizar esse espaço para a produção de conteúdo local.

O motivo pelo qual a RBS TV apostou em um noticiário ao meio dia foi pelo fato de que “no interior do Brasil, a maioria das pessoas ainda volta para casa na hora do almoço. E, geralmente, ligam a televisão para saber das novidades” (SCARDUELLI, 1996, p.90 apud HINERASKY, 2003, p.186).

Com o nome de TV Tuiuti de Pelotas<sup>4</sup>, surge, em 1972, no sul do Estado, uma das primeiras sucursais, no mesmo ano em que o Jornal do Almoço, o principal programa da emissora. Para expandir o seu alcance, em 1978, os municípios vizinhos de Canguçu e Jaguarão recebem retransmissores. No ano seguinte, a emissora adere ao nome de RBS TV Pelotas e aumenta o seu alcance, que hoje, abrange a região centro-sul do Estado.

O Jornal do Almoço tem em Pelotas a maior audiência dentre as sucursais da RBS TV (dentre os jornais que contam com blocos locais)<sup>5</sup>. A média de *share* é de 75,9%, enquanto em Bagé o jornal tem média de *share* de 71,5%. Assim, o Jornal do Almoço é o telejornal local com maior audiência na cidade de Pelotas.

Quanto ao formato, o Jornal do Almoço dos anos 1980 era apresentado em bancada, onde todos os colunistas e apresentadores dividiam o mesmo espaço e conversavam sobre as principais notícias do dia. O formato tradicional de telejornal, com bancada e apresentadores, foi o modelo adotado pelo jornal após a década de 1980.

Em 2010, influenciado por programas populares, como o Balanço Geral, da Rede Record RS, o Jornal do Almoço muda novamente o seu formato. Neste novo formato não há mais a bancada e apenas um apresentador comanda todo o Jornal, que recebe no estúdio comentaristas, jornalista responsável pela previsão do tempo,

<sup>4</sup> Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/2011/12/historia.html>

<sup>5</sup> Disponível em: [http://www.coletiva.net/site/noticia\\_detalhe.php?idNoticia=31465](http://www.coletiva.net/site/noticia_detalhe.php?idNoticia=31465)

convidados e atrações especiais. Na maior parte do tempo, apresentadores e convidados ficam em pé, em raras exceções aparecem em cenário sentados.

A cidade de Pelotas, local onde o Jornal do Almoço tem ampla repercussão e destaque na atualidade, teve sua colonização feita por portugueses e um dos legados que isso trouxe para a cidade foi a cultura da fabricação de doces. Os doces pelotenses são reconhecidos por todo o Brasil e até mesmo fora do país por sua qualidade e excelência.

Os doces, para a população de Pelotas, estão intimamente ligados à cultura local. Representam a cidade no contexto do estado do Rio Grande do Sul e de todo o país e são símbolos da identidade cultural da cidade. Eles têm uma significação que vai além do material e atingem um contexto simbólico, sendo emblemas da tradição. Como dizem Ferreira, Cerqueira e Rieth (2008), a tradição doceira de Pelotas tem origem na sociedade do século XIX e, mesmo com mudanças nas receitas, a arte de fazer doces que se conserva até a atualidade permanece como uma prática social cotidiana em Pelotas. Para os autores, é possível caracterizar o doce de Pelotas como um ato social, pois ele envolve a discussão de amplas dimensões da cidade, como gênero, classes e etnia.

Por conta disso, o poder público, em parceria com empresas privadas, cria a Feira Nacional do Doce, a Fenadoce. De acordo com o site da feira<sup>6</sup>, o evento é realizado anualmente para promover a cultura doceira da cidade de Pelotas. A Fenadoce nasceu no ano de 1986 e, a partir de 1988, passou a ser realizado no Centro de Eventos da Fenadoce. Durante o período de sua realização, a feira atrai visitantes de diversos locais e é uma oportunidade de apresentação da cultura doceira pelotense para o restante do país e para o Mercosul. Em 2014, a Feira chegou à sua 22ª edição.

Com seu amplo retrospecto, a Fenadoce assume uma significação cultural para a cidade e, assim, torna-se uma forma de identificação. Por ser um evento que além de movimentar a cidade de Pelotas e a região, chama a atenção de todo o País, a Feira ganha grande destaque em todos os meios de comunicação do Estado. Tanto que em 2006, foi tema de reportagem do telejornal mais assistido e mais antigo em atividade até hoje, o Jornal Nacional.

Assim, este trabalho tem como objetivo refletir sobre a construção dos laços de pertencimento e sobre a articulação das identidades culturais locais através discurso do Jornal do Almoço – edição para Pelotas e região. Com o foco na reflexão sobre a

---

<sup>6</sup> [www.fenadoce.com.br](http://www.fenadoce.com.br)

construção de uma identidade cultura local no discurso do JA, este estudo visa analisar como o discurso do telejornalismo (especificamente o Jornal do Almoço – edição para Pelotas e região) apresenta o pelotense e se esta forma de apresentação reforça a cultura local.

## **TELEJORNALISMO E IDENTIDADE**

Para refletirmos sobre a construção dos laços de pertencimento e de identificação do pelotense no discurso do telejornalismo local – especificamente do Jornal do Almoço de Pelotas – cabe, primeiramente, fazermos uma discussão sobre telejornalismo e identidade cultural.

Coutinho e Martins (2008), ao comentarem sobre a importância da televisão no cotidiano do público, salientam que a produção de significados sociais e culturais é um importante fator que deve ser levado em consideração para que a televisão (e os telejornais) possa ser considerada um veículo de destaque na sociedade contemporânea. As autoras acrescentam que a TV pode ser considerada um dos principais elos entre o homem e o mundo. Desta forma, a transmissão de mensagens jornalísticas através da televisão é um importante instrumento para transformação dos indivíduos em cidadãos do mundo. “Assim, os indivíduos assistem às mensagens jornalísticas e assimilam conhecimento, sentindo-se parte” (COUTINHO e MARTINS, 2008, p.2).

Participa do pensamento de Coutinho e de Martins a perspectiva de que a TV e o jornalismo televisivo ocupam papel de fundamental importância na formação da identidade nacional, já que são agentes unificadores da sociedade. Beatriz Becker (2004) acrescenta que é no espaço simbólico dos noticiários televisivos que julgamos e construímos o cotidiano da nação, sempre sob o olhar dos envolvidos no processo de produção televisiva.

Da mesma forma que o telejornalismo tem importante papel na formação da identidade nacional, acreditamos que ele seja um espaço determinante para valorização da cultura local e para a construção desta. Concordamos com Vizeu e Correia (2006) quando afirmam que o telejornal é fundamental na construção da identidade local e que a notícia local tem uma configuração diferenciada em relação às notícias que vão ao ar nas redes de mais abrangência, pois elas têm a possibilidade de gerar uma identificação com o público através de fatos que atingem o seu cotidiano.

Coutinho e Martins (2008) afirmam que o telejornalismo pode contribuir para a construção de uma identidade local à medida que o público espectador se identifique com o conteúdo veiculado, em que se veja inserido no contexto da sociedade apresentada na narrativa do telejornal. As autoras também destacam a importância dos demais agentes produtores de significados sociais, a exemplo da religião, da escola e da família, como elementos que também influenciam a vida do público acerca das mensagens televisivas.

Neste estudo, consideramos a perspectiva de que a identidade cultural do sujeito é composta a partir da relação com o outro e com a sociedade. Nesta relação, podemos dar destaque ao papel dos meios de comunicação, em especial ao papel do telejornal. Beatriz Becker (2004) assinala o telejornal como uma experiência importante na construção da realidade para as sociedades atuais. Coutinho e Martins (2008, p. 5) acrescentam:

Se o jornalismo de TV é um importante espaço na construção de sentidos do nacional, acreditamos que o telejornal local funcione como fator determinante para a (re)construção de uma cultura do local, do resgate às raízes, para a criação de vínculos entre público e emissora.

Para que tenhamos um entendimento do papel do telejornal no contexto de formação da identidade local, é importante refletirmos sobre o que é a identidade. A identidade cultural é um assunto intensamente analisado por diversos pensadores, entre eles Jesús Martín-Barbero. O autor, em *Identities: tradiciones y nuevas comunidades*, afirma que a identidade é a expressão do que dá sentido e valor à vida do indivíduo e que se constrói no diálogo e no intercâmbio com “o outro”. Para Stuart Hall (1996), as identidades são pontos de identificação feitos no interior de uma cultura e história. Vai além da essência, é posicionamento.

Escosteguy (2001) destaca os pensadores Stuart Hall, Jesus Martín-Barbero e Nestor Garcia Canclini como importantes nomes na reflexão sobre as identidades culturais. A autora salienta que para falarmos em identidades é preciso fazer referências ao contexto mais geral em que essa temática assume importância:

[...] a primeira condição é reconhecer a desestabilização gerada pela modernidade nessa discussão, assim como as implicações da problemática da pós-modernidade e seu interesse na (re)construção das identidades. A segunda condição para compreender a preocupação contemporânea em torno

das identidades é apontar, como pano de fundo, a existência da globalização (ESCOSTEGUY, 2001, p.141).

Escosteguy diz que a vinculação entre as duas problemáticas enumeradas anteriormente tem ressonâncias políticas, econômicas e culturais. E, no âmbito cultural, as alterações das identidades são profundas. “Em um mundo que aparece dominado por um repertório cultural global, novas comunidades e identidades estão sendo constantemente construídas e reconstruídas” (ESCOSTEGUY, 2001, p.141). A autora explica que a identidade é uma busca permanente, está constantemente se reconstruindo, trava algumas relações com o presente e com o futuro e não pode ser fixa.

Martins (2008) cita Vizeu e Correa (2006) para defender que o conceito de jornalismo tem relações com a formação da identidade. Na concepção de Coutinho e Fernandes (2007), o indivíduo, em busca de referências, pode se fixar em mensagens transmitidas pela grande mídia. “Um dos aspectos por meio dos quais é possível buscar a compreensão da construção da identidade é identificar em qual lugar/espço ou por meio de que estratégias discursivas a TV regional ou local estabelece vínculos com seu público” (COUTINHO e FERNANDES, 2007, p.5).

Concordamos com Martins (2008) quando esclarece que o estudo da televisão brasileira, com ênfase na produção dos telejornais locais, é de suma importância, pois eles podem ser considerados os maiores produtores de sentidos sociais e culturais nas sociedades contemporâneas, refletindo, muitas vezes, as ações de outros agentes, como a escola, a religião e a família.

## **O PELOTENSE NO JORNAL DO ALMOÇO**

Partindo da importância do papel do telejornal local na produção de significados e na construção da identidade local e do destaque do Jornal do Almoço para Pelotas, a realização de uma observação da construção dos laços de identificação e de pertencimento do público presentes no discurso do JA apresenta-se como um passo importante para o entendimento do papel do telejornal na formação da identidade cultural do pelotense.

O ponto de vista já mencionado anteriormente de Stuart Hall (1996) de que as identidades são pontos de identificação feitos no interior de uma cultura e história é fundamental para observarmos as narrativas telejornalística do Jornal do Almoço de

Pelotas, verificando os pontos que servem como formas de identificação ao público e que reiteram as marcas das identidades culturais locais.

Para a realização deste estudo, por uma opção metodológica, decidimos analisar as edições do Jornal do Almoço – edição para Pelotas e região - que foram ao ar de 9 a 14 de junho de 2014. Também por opção metodológica, selecionamos os principais sentidos<sup>7</sup> instituídos no discurso do JA que evocam os laços de pertencimento e remetem à identidade cultural local no discurso de todos os locutores<sup>8</sup> presentes nas matérias do JA, inclusive dos apresentadores, e apontamos as falas de cada locutor literalmente como elas foram ditas nas edições referidas do JA. Grifamos, no decorrer das frases dos locutores, as marcas de sentidos referentes aos pontos em discussão.

A partir dos principais sentidos que evocam laços de pertencimento do pelotense e a identidade local, emitidos nas falas dos locutores do JA, traçou-se os eixos de análise do discurso do telejornal, que são:

- 1- Cidade do doce;
- 2- .Segurança;
- 3- Rural;
- 4- Serviços.

## **CIDADE DO DOCE**

Como já mencionamos anteriormente, Pelotas tem grande tradição quando se trata do tema doce. A produção doceira está intimamente ligada à cultura da cidade e a abordagem do assunto nas narrativas do telejornalismo evoca sentidos que estão relacionados aos aspectos próprios da tradição do município. A grande quantidade de etnias que a cidade abrange deu origem a esta cultura do doce.

---

<sup>7</sup> Benetti (2007) salienta que o jornalismo é um lugar de produção e circulação de sentidos. Para Orlandi, a produção de sentidos tem íntimas relações com os interlocutores do discurso. Os sentidos estão vinculados com as posições ideológicas que estão em jogo no processo de produção das palavras e variam conforme as estratégias de funcionamento dos discursos, a posição do sujeito que fala e do que lê, o meio de realização do texto e as relações de poder ali inseridas. “O sentido é assim uma relação determinada do sujeito – afetado pela língua – com a história. É o gesto de interpretação que realiza essa relação do sujeito com a língua, com a história, com os sentidos. Esta é a marca da subjetivação e, ao mesmo tempo, o traço da relação da língua com a exterioridade: não há discurso sem sujeito” (ORLANDI, 2001, p.47). Neste artigo, vai-se tomar como base o conceito de sentido de Orlandi (2001), mas não serão aprofundados os estudos da autora sobre o tema.

<sup>8</sup> Ducrot (1987, p.182) diz que o locutor é “um ser que é, no próprio sentido do enunciado, apresentado como seu responsável”. O locutor mostra-se como o “eu” no discurso.

A Feira Nacional do Doce, ou apenas Fenadoce, ocorre todo ano e em 2014 esteve na sua 22ª edição. O evento acaba atingindo o status de símbolo para a cidade doceira e é uma forma de identificação no interior desta cultura. Nesta perspectiva, pode-se evocar novamente a ideia de Hall (1996) de que as identidades são os pontos de identificação que podem ser encontrados no interior de uma cultura. O doce é um ponto precípuo para Pelotas e um símbolo para a identidade local.

Na perspectiva da importância do doce para a Princesa do Sul, o JA, como um dos mais abrangentes telejornais da cidade, normalmente explora a temática. E quando falamos de época de Fenadoce, o tema entra em pauta no Jornal do Almoço com grande frequência:

**O sábado foi chuvoso, mas no domingo teve sol, foi um dia bonito e parece que todo mundo resolveu sair de casa e ir para a Fenadoce que ficou lotada.**

Em plena época de Copa do Mundo, a pauta da Fenadoce também faz menção ao evento internacional, a apresentadora menciona:

**E a Fenadoce também está em clima de Copa do Mundo.** As doceiras soltaram a imaginação para homenagear o mundial no Brasil.

Observa-se quando o telejornal faz referência à Copa do Mundo de Futebol, que ele faz uma articulação entre a Copa e a Fenadoce, ressaltando aos receptores que a cidade está atenta aos dois temas: o doce e o futebol. Dessa forma, há uma aproximação do público com o discurso do telejornal e com uma articulação entre a Fenadoce a Copa do Mundo. O telejornal deixa o público de Pelotas ciente de que através do discurso telejornalístico, ele está próximo dos principais acontecimentos do momento locais e nacionais.

Vale retomar as ideias de Coutinho e Martins (2008) de que o telejornalismo pode contribuir para a construção de uma identidade local à medida que o público espectador se identifique com o conteúdo veiculado. No caso do público de Pelotas, a relação futebol X doce remete à identificação e cria laços de pertencimento.

Um tema bastante atual são os cuidados com a saúde. Como tomamos como amostra para estudos uma semana do JA em que estava ocorrendo a Fenadoce, o telejornal abordou a visão de uma nutricionista sobre o consumo de doces. A repórter cita:



Com tantas delícias, é difícil mesmo não extrapolar e ganhar uns quilinhos na balança. Mas, pelo menos aqui o pessoal não tá muito preocupado com isso, não. Um dos doces mais vendidos da feira também é um dos mais calóricos.

Neste caso, vamos retomar as ideias de Vizeu e Correia (2006) quando afirmam que o telejornal é fundamental na construção da identidade local e que a notícia local tem uma configuração diferenciada em relação às notícias que vão ao ar nas redes de maior abrangência, pois elas têm a possibilidade de gerar uma identificação com o público através de fatos que atingem o seu cotidiano. O Jornal do Almoço analisou para os pelotenses os efeitos dos doces de Pelotas para a saúde. Informação que dificilmente seria encontrada em uma rede de maior abrangência.

Em suas palavras, a nutricionista traz dicas:

**A quantidade de doces que você consumir não deve ser em exagero, mas pode sim comer algum doce. Daqui a pouco prestigiar aquele doce que tem uma quantidade de fruta, como bombom de morando, ou até mesmo doce que tenha ameixa ou que tenha damasco. Eles vão ser doces um pouquinho menos calóricos. Outra boa opção pra quem tá cuidando da alimentação são os doces de frutas. Então, aqui a gente tem o figo cristalizado. Ali na outra bandeja, a gente tem abóbora, batata doce. Então, outros tipos de doces que são frutas é uma opção que é um pouquinho menos calórica e que também é gostoso, também é nutritivo.**

As dicas da nutricionista são direcionadas ao consumidor da cidade, que está diariamente em contato com a Feira e que não pode exagerar no consumo calórico. Neste caso, percebe-se que é um discurso voltado para a população da cidade.

Na cobertura da Fenadoce, um tema explorado pelo Jornal do Almoço foram as atrações culturais que o evento traz para a Pelotas. Os sentidos instituídos no discurso evidenciam o direcionamento ao pelotense:

**Romantismo, descontração e muito pagode. Assim o paulista Thiaguinho, de 31 anos, conquistou o público de Pelotas [...].**

A partir da observação do discurso do programa Jornal do Almoço em relação à Fenadoce, observa-se que Pelotas tem o doce em sua cultura e que a população é receptiva a este tema. Assim, o doce é um elemento que gera identificação e que está na essência do discurso do Jornal do Almoço em tempos de Fenadoce, ele perpassa os mais diversos assuntos abordados no telejornal. Através do assunto doce, a identidade local é evocada.

## SEGURANÇA

Segurança é um tema que gera muitos debates no campo jornalístico. Por ser um assunto de interesse público, tendo consequências diretas no cotidiano da população, cada vez mais parece estar em pauta. Na cidade de Pelotas, os elevados índices de violências e o número significativo de homicídios que ocorrem com frequência assustam a população. Só no ano de 2014, aconteceram mais de 50 homicídios. E nos primeiros 20 dias de 2015, foram cinco homicídios. Desta forma, o assunto ganha ênfase no Jornal do Almoço:

**Um reflexo da onda de violência que tem assustado quem mora principalmente em Pelotas.** No domingo, em um intervalo de menos de cinco horas, **os moradores de uma mesma rua sofreram tentativa de homicídio, roubo de carro e cárcere privado.**

O discurso do telejornal é direcionado ao morador da cidade, mostrando informações acontecidas no município. Desta forma, as ideias de Coutinho e Martins (2008) de que o telejornalismo pode contribuir para a construção de uma identidade local à medida que o público espectador se identifique com o conteúdo veiculado são válidas para este caso.

O telejornal reitera, em suas narrativas, que Pelotas é uma cidade violenta. O repórter enfatiza:

Por volta das quatro horas da manhã, nesta rua, na Arnaldo da Silva Ferreira, **um jovem de 18 anos foi baleado com três tiros no abdômen.**

A retratação de Pelotas como um município violento no espaço do Jornal do Almoço deixa claro que o público da cidade corre riscos. Acaba ocorrendo um trabalho de comoção social e o telejornal acaba se transformando em um espaço de vigilância sobre o risco de violência e de morte. Desta forma, ocorre uma identificação do público com o telejornal para que ocorra uma observação constante sobre a violência social.

Os atos de vandalismo ocorridos na cidade também entram na pauta, a repórter cita:

Ontem de manhã, os professores e funcionários aqui da escola Nossa Senhora de Lourdes, no Fragata, **tiveram que entrar na escola por cima do portão, porque todos os cadeados estavam como este, colados.**

O JA também divulga a possível solução para os problemas ligados ao tema:

**Hoje foi o primeiro dia de ação dos policiais comunitários nos bairros de Pelotas. Um projeto muito esperado pela população e que pretende diminuir a criminalidade no município.**

A partir do discurso do JA, verifica-se uma inferência para que a população da cidade fique atenta aos riscos com a segurança. Assim, os espectadores são lembrados pelo telejornal que podem ser vítimas a qualquer momento. Na medida em que o telejornal deixa o seu público atento, ele reitera a necessidade da audiência estar atenta ao contexto da cidade e de se integrar ao contexto do meio onde vive.

## **RURAL**

Pelotas é conhecida por ter belas paisagens e pelo turismo rural. As zonas rurais e de colônias da cidade oferecem diversas possibilidades aos que desejam desfrutar de passeios ecológicos e das belezas da natureza. A gastronomia nas zonas interioranas também é um ponto forte da cidade. Ainda no contexto do rural, a agricultura também é um ponto bastante explorado, tanto em termos de agricultura familiar, como grandes culturas.

No discurso do Jornal do Almoço, edição para Pelotas e região, há diversas recorrências de indicações de que a cidade tem laços bem fortes com a zona rural. Como se pode ver, a apresentadora do telejornal destaca investimentos na zona rural de Canguçu:

**Mais de dois bilhões e meio de reais.** Esse é o volume de recursos que estão à disposição dos produtores rurais através do Plano Safra lançado em Canguçu.

O JA destaca, através de fala do então ministro de desenvolvimento agrário, a importância de investimentos na zona rural para crescimento da região:

Miguel Rosseto (Ministro do Desenvolvimento Agrário): [...] **importante termos o espaço para crescer e vamos apoiar todo o esforço de crescimento dessa produção.**

A partir da fala do político, percebe-se que o Jornal do Almoço funciona como uma forma de criar vínculos entre os produtores e os possíveis investimentos no campo.

O Jornal do Almoço também enfatizou que a Fenadoce foi destaque no programa televisivo Campo e Lavoura, mostrando que a cultura doceira da cidade é bastante ligada com o meio rural:

**E olha só: a Fenadoce vai ser um dos destaques do programa Campo e lavoura deste domingo, aqui na RBS TV.**

Neste caso, o Jornal do Almoço faz referência à cultura doceira de Pelotas relacionado à perspectiva rural. Desta forma, expandindo a lógica de Pelotas de cidade do doce para uma cidade com atividades rurais desenvolvidas. O discurso do telejornal convida o público a acompanhar o programa Campo e Lavoura, servindo como uma forma de identificação aos espectadores.

Assim, a partir do discurso de Jornal do Almoço, observa-se que o tema rural é importante para a cidade de Pelotas. Porém, no período analisado, o tema foi apresentado ligado à Fenadoce (e aos doces).

## **SERVIÇOS**

A prestação de serviços na cidade de Pelotas também é um assunto que ganha destaque no Jornal do Almoço. No período analisado, os serviços foram referenciados tratando das diversas greves na cidade e na adequação dos horários dos estabelecimentos locais aos jogos do Brasil na Copa do Mundo de 2014.

Em relação às greves, o JA destacou que funcionários de hospitais, rodoviária e rede de água fizeram greve. O telejornal enfatizou que a população de Pelotas ficou incomodada com as greves:

**E os servidores do Sanep continuam em greve.** A categoria tem assembleia marcada para hoje. As negociações com o governo não avançam, o que aumentam são as reclamações dos moradores.

Tratando-se das greves nos serviços de saúde, o Jornal do Almoço mostrou que elas chegam a diversos setores e que a cidade está desprovida de alguns cuidados médicos:

**Mais uma categoria de trabalhadores entra em greve em Pelotas. Agora é a vez dos técnicos em enfermagem do hospital universitário São Francisco de Paula e do Pronto Socorro.**

**Cerca de 100 profissionais com faixas e apitos interromperam ontem o trânsito em frente ao pronto socorro. Técnicos em enfermagem do Hospital São Francisco de Paula e do OS reivindicam aumento salarial.**

O JA salienta que a greve proporciona precariedade nos atendimentos:

**Com essa paralisação, com essa mobilização que nós estamos fazendo, o atendimento ele fica um pouco mais precário, digamos assim. A qualidade do nosso atendimento não vai ser a mesma. Isso é lógico, mas nenhum paciente vai deixar de ser assistido.**

No caso das greves, percebe-se que o discurso do telejornal está voltado à problematização da situação da cidade e do pelotense com os problemas gerados pelas paralisações de diversos setores. Quando o Jornal do Almoço noticia a greve em serviços de saúde, evidencia a precariedade nesta área que os pelotenses estão expostos. Da mesma forma que salienta o problema para a cidade de um pronto socorro estar com as atividades paralisadas.

O JA se preocupa em deixar o público informado sobre os serviços em Pelotas em tempos de copa do mundo. Horários de funcionamento de alguns estabelecimentos são informados:

**Olá Maira, o horário de funcionamento dos bancos em dias de jogos de nossa seleção brasileira vai ser diferenciado. Hoje, por exemplo, os bancos abriram às 8h30 e fecham daqui a pouquinho, às 12h30. O comércio não tem regra definida, mas a maioria das lojas de Pelotas deve fechar uma hora antes do jogo do Brasil. O expediente da prefeitura também vai sofrer alterações, em dias de partidas do Brasil será das 8h às 14h. Na Universidade Católica de Pelotas, as atividades vão até às 16h; depois retornam às 19h30. Na UFPEl, as atividades vão até às 12h30.**

Ao noticiar os horários de estabelecimentos em período de copa do mundo, o telejornal tem um discurso completamente direcionado para a população da cidade. É um discurso voltado para a identificação do público local e para a criação de laços de pertencimento.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Estudar o discurso de um telejornal e a forma como ele é visto pelo público é de suma importância, considerando-se que o discurso do telejornal é dotado de

complexidades e abarca questões que vão além da função do jornalismo de informar e de contribuir com a formação da cidadania. O discurso do telejornal abarca questões relacionadas à forma como as emissoras de TV percebem o mundo e querem retratá-lo. Assim, o telejornal é um local de circulação de poder e de propagação de complexos olhares sobre as notícias.

Os telejornais locais tomam para si características próprias em determinadas regiões. Por estarem próximo fisicamente, os jornais locais absorvem características locais da cidade onde é exibido e da região a qual ele abrange. Na semana analisada, que coincidiu com dois grandes eventos, um mundial e um local, o telejornal não buscou somente falar destes dois acontecimentos, por mais que esses também ganharam destaque. Os assuntos locais foram inseridos na programação de forma conjunta.

Assuntos que interferem diretamente na vida dos pelotenses, como serviços e seguranças, ganham espaço. A Feira do Doce ganha destaque e até mesmo conta com link ao vivo diretamente do local. Por estar localizada no interior do Estado, a região de Pelotas conta com uma aérea rural expressiva e, por isso, esse espaço também está na programação local do JA.

O JA – edição para Pelotas e região – é um dos programas com mais credibilidade na cidade e na região, por ser um dos únicos espaços em que o pelotense e moradores da região entram em contato com assuntos próximos e que são de seu interesse.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BECKER, Beatriz. *A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

BENETTI, Márcia. *A ironia como estratégia discursiva da Revista Veja*. In: XVI Encontro Anual dos programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2007, Curitiba. Anais. Curitiba: Compós, 2007.

COUTINHO, Iluska e FERNANDES, Livia. *Telejornalismo Local e Identidade: o Jornal da Alterosa e a construção de um lugar de referência*. In: XII Congresso

Brasileiro de Ciências da Comunicação Região Sudeste, 2007, Juiz de Fora. *Anais*. Juiz de Fora: Intercom Sudeste, 2007.

COUTINHO, Iluska e MARTINS, Cristina. Identidade no Telejornalismo Local: A Construção de Laços de Pertencimento entre a TV Alterosa Juiz de Fora e o seu Público. In: I Colóquio Internacional Televisão e Realidade. 2008. Salvador. *Anais*. Salvador: I Colóquio Internacional Televisão e Realidade, 2008.

DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1987.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Cartografia dos estudos culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FERREIRA, Maria Leticia; CERQUEIRA, Fábio Vergara; RIETH, Flávia. O doce pelotense como patrimônio imaterial: diálogos entre o tradicional e a inovação. *Revista METIS: história & cultura*. – v. 7, n. 13, p. 91-113, jan./jun. 2008

HALL, Stuart. Identidade cultural e diáspora. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*. Rio de Janeiro, IPHAN, 1996, p. 68-75.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HINERASRASKY, Daniela. *O Pampa virou cidade? Um estudo sobre a inserção regional na TV aberta gaúcha*. Rio de Janeiro: Revista Estudos Históricos, nº 31, 2003, p. 182-200. Acessado em 13 jul. 2014. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2188/1327>

MARTIN-BARBERO, Jesus, REY, Germán. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Identidades: tradiciones y nuevas comunidades. *Revista Comunicação e Política*. Rio de Janeiro: FGV, v. IX. 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTINS, Simone. Da audiência presumida ao espectador participativo: Telejornalismo e Identidade Local no Jornal da Alterosa Edição regional. *Revista Estação Científica*. Juiz de Fora, n.05, 2008, p. 1-13.

ORLANDI, Eni. *Discurso e texto*. Campinas: Pontes, 2001.

VIZEU, Alfredo Eurico & CORREIA, João Carlos. *A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência*. In: SBPJor 2006, Porto Alegre. Anais. Porto Alegre: 2006