

**O pelotense e o futebol:
reflexões sobre os laços de pertencimento no discurso do
Jornal do Almoço de Pelotas**

*The pelotas citizen and soccer:
reflecting on the belonging ties used in Pelotas' Jornal do Almoço
TV news speech*

Michele NEGRINI¹
Luiz Ricardo HÜTTNER²
Estevan Freitas GARCIA³

Resumo

A partir da importância do futebol para a cidade de Pelotas e para a sua população, este artigo tem como objetivo fazer uma reflexão sobre como o Jornal do Almoço – edição para Pelotas – articula, na apresentação de matérias sobre futebol, os laços de pertencimento do público ao contexto do futebol local, servindo como um agente de orientação na formação das identidades culturais. Como o foco deste estudo são as matérias sobre o futebol, este estudo visa analisar como o discurso do telejornalismo, especificamente o Jornal do Almoço – edição para Pelotas e região, apresenta o futebol em Pelotas e se esta forma de apresentação reforça a cultura local.

Palavras-chave: Futebol. Pertencimento. Telejornalismo.

Abstract

Considering the importance of soccer to the city of Pelotas and its population, the present article intends to reflect on how the TV News Jornal do Almoço – Pelotas' edition – articulates when presenting news about soccer, considering the belonging ties between the public and the local soccer teams, serving as a guiding agent in order to form cultural identities. Once the focus of this study are soccer-related news, this study analyzes how the TV News speech, used specifically by Jornal do Almoço – Pelotas' edition, presents the sport in Pelotas and if the way the sport is presented reinforces the local culture.

Keywords: Soccer. Belonging. TV News.

¹ Doutora em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2010).
E-mail: mmnegrini@yahoo.com.br

² Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Pelotas.

³ Graduando do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas.

Introdução

É senso comum que o Brasil é o país do futebol e que o esporte é uma paixão nacional. Pessoas que vivem em locais distantes e em contextos diferentes muitas vezes têm em comum o hábito de torcer pela seleção brasileira e por times com destaque no cenário nacional. Tratando-se da cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul, o futebol é uma forte paixão, um tema para discussões entre as pessoas, uma forma de laço entre os públicos e de rivalidade entre torcidas. Os três principais times da cidade - o Esporte Clube Pelotas⁴, o Grêmio Esportivo Brasil⁵ e Grêmio Atlético Farroupilha⁶ – tematizam as mais diversas discussões. Os campeonatos que estão participando, os jogadores que compõem os elencos e o desempenho dos times nas partidas são motivos para debates acalorados entre a sociedade.

No contexto pelotense, o esporte, especialmente o futebol, ganha amplo espaço na agenda dos meios de comunicação. O telejornalismo é um local onde o futebol tem destaque. Entre os telejornais locais, transmitidos para Pelotas e região, o Jornal do Almoço pode ser apontado como um jornal televisivo que dá ampla evidência ao futebol.

Um telejornal na hora do almoço, com notícias, participação, agenda, entretenimento. A apresentação de entretenimento pode ser considerada, hoje, 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 devido ao fato de que “no interior do Brasil, a maioria das pessoas ainda volta para casa na hora

⁴ De acordo com o site do time, o Esporte Clube Pelotas foi planejado no dia 13 de setembro de 1908, em um reunião na residência do Dr Joaquim Luis Osório. Nesta ocasião, foi acertada a união do Club Sportivo Internacional e do Foot-ball Club. No dia 11 de outubro de 1908 ocorreu a fundação do Esporte Clube Pelotas.

⁵ O Grêmio Esportivo Brasil, segundo o seu site, passou a existir no dia 7 de setembro de 1911.

⁶ De acordo com o site *Grêmio Atlético Farroupilha: campeão por 100 anos*, o Farroupilha foi fundado em 26 de abril de 1926 por militares do 9º Regimento de Infantaria do Exército Brasileiro, com sede no Bairro Fragata.

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 Pelotas⁷, 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)⁸. 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 a mesma bancada, onde 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, convidados e atrações especiais. Na maior parte do tempo, apresentadores e convidados ficam em pé, em raras exceções aparecem em cenário sentados.

A partir da importância do Jornal do Almoço para o Rio Grande do Sul e para a cidade de Pelotas e, também, da importância do futebol para a cidade e para a sua população, este artigo tem como objetivo fazer uma reflexão sobre como o Jornal do Almoço – edição para Pelotas – participa da articulação, na apresentação de matérias sobre futebol, das identidades culturais locais. O foco deste estudo está na observação dos sentidos dominantes instituídos no discurso do JA de Pelotas sobre o esporte, os quais participam da articulação das identidades locais.

⁷ Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/2011/12/historia.html>

⁸ Disponível em: http://www.coletiva.net/site/noticia_detalhe.php?idNoticia=31465

Atentando para a realidade de Pelotas, consideramos relevante que o recorte desta pesquisa seja fixado em um olhar sobre o discurso do telejornal *Jornal do Almoço* sobre o futebol, tendo em vista a significação do esporte no âmbito da cidade e a identificação do público local com o tema. O futebol é de suma relevância na cidade e participa da tessitura de laços sociais entre a população e da formação de relações indenitárias.

1 Telejornalismo e identidade

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.

2 O pelotense e o esporte

O futebol tem importante participação no imaginário do pelotense no contexto da formação de sua identidade local. Assim, a observação de como o Jornal do Almoço de Pelotas – um dos principais telejornais locais – apresenta o esporte é um passo importante para a reflexão e para o entendimento do papel do telejornal local na formação da identidade cultural de Pelotas.

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 a participação das narrativas telejornalísticas do Jornal

do Almoço de Pelotas sobre futebol na articulação das identidades culturais na cidade de Pelotas.

Assim, 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 29 de setembro a 3 de outubro de 2014. Vamos observar os sentidos⁹ dominantes nas narrativas do Jornal do Almoço local, alusivas ao futebol pelotense instituídos no discurso de todos os locutores¹⁰ presentes nas matérias analisadas, 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. Estes sentidos articulam o laço de pertencimento do público ao contexto do futebol local, servindo como agentes de orientação na formação das identidades culturais.

Para fazer a análise, primeiramente realizamos a gravação das edições selecionadas para comporem a amostra. Depois foi feita a transcrição de cada um dos programas. A análise do corpus se deu de forma minuciosa. A partir da observação dos telejornais que fazem parte do corpus desta pesquisa, traçou-se dois eixos de análise do discurso do telejornal, que foram delimitados a partir das narrativas sobre o futebol:

2.1 Resultados

O futebol mexe com os sonhos de torcidas e de jogadores, é motivo de união e de festa em torno de um mesmo time e faz com que pessoas desconhecidas tenham um laço em comum, que é o time do coração. No mundo do futebol profissional, a busca por resultados positivos é meta constante de times, de jogadores e das torcidas. Vencer partidas e campeonatos é o foco de todo o processo de preparação para as partidas.

⁹ 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.

¹⁰ 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.

Neste contexto de paixão pelo futebol, os meios de comunicação são espaços para manter o público informado sobre a situação dos principais campeonatos e para a veiculação de resultados de seus “times do coração”. Em Pelotas esse quadro não se altera. Como não existe um espaço somente para o esporte local, o Jornal do Almoço confere um espaço de seu tempo para a apresentação ao público sobre o desempenho dos times locais nos campeonatos que estão participando e os resultados das últimas partidas disputadas.

Como já falamos anteriormente, Pelotas possui três principais times de futebol - o Esporte Clube Pelotas, o Grêmio Esportivo Brasil e Grêmio Atlético Farroupilha. Os resultados das participações dos três times em competições ganham destaque na pauta do Jornal do Almoço. Como já falamos, concordamos com a perspectiva de Vizeu e Correia (2006) de que o telejornal é um espaço fundamental na construção da identidade local e concordamos também com a perspectiva de que a notícia local tem uma configuração diferenciada em relação às notícias divulgadas em redes com mais abrangência, devido a ela proporcionar uma identificação com o público através de fatos que atingem seu cotidiano. O JA, ao noticiar os resultados das participações dos times de futebol local em campeonatos, está aproximando o público dos seus times.

O Jornal do Almoço manteve o seu público informado sobre a participação do Grêmio Esportivo Brasil na série D do Campeonato Brasileiro. Primeiramente, no período analisado foi dado o resultado de um jogo entre Brasil e Operário do Mato Grosso:

O Brasil trouxe o **empate** de Mato Grosso. Oi Daniel. Boa Tarde

Boa Tarde para você. Boa tarde para todo mundo. Teve calor, muitas chances de gol, mas ficou no **0X0**. A equipe da filhada da Rede Globo no Mato Grosso, a TV Centro América, acompanhou a partida.

Aos cinco minutos de partida, o atacante Nena, do time gaúcho, quase abriu o placar, mas acabou chutando pra fora. Renan ficou cara a cara com o goleiro, mas finalizou mal a jogada, que terminou empatada em **0X0**.

Como forma de aproximação da torcida ao time e de chamamento dos torcedores, o Jornal do Almoço retomou em sua pauta o empate do time do Brasil com o operário na partida realizada no Mato Grosso e destacou a necessidade da vitória. No

discurso do telejornal fica evidente a importância da realização do jogo “dentro de casa” e da torcida pelotense. A importância do local fica evidente no discurso. Aqui, vale retomar a lógica de Coutinho e Martins (2008) quando 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.

O Brasil teve chances de sair com a vitória na primeira partida contra o operário. **O empate em 0X0**, em Cuiabá, foi considerado pelo time um **bom resultado**.

Foi um **grande resultado**, até porque agora a gente só depende de nós, e a gente sabe que **aqui dentro de casa a gente é forte**.

Agora, **só a vitória interessa para o Brasil**. Um empate com gols, classificação do operário. 0X0 decisão nos pênaltis. **A partir de sábado, às 8 da noite aqui, no estádio Bento Freitas**.

Os resultados do time do Grêmio Atlético Farroupilha no período analisado também fizeram parte da agenda do Jornal do Almoço de Pelotas. A participação do time na Copa Ivânio Branco foi noticiada:

E pela Copa Ivânio Branco, a Sul Fronteira, o Farroupilha **ficou no empate** contra o Bagé no estádio Nicolau Fico. Aos quatorze minutos do primeiro tempo, Nilier chutou, a bola bateu no famoso morrinho artilheiro e a entrou. **1X0** para o tricolor. De novo ali para você o frango do nosso goleirão. Que que é isso? Meu Deus do Céu! Ai oito minutos depois, o Bagé reagiu. Gustavo de cabeça deixou tudo igual: **1X1**. Gol que manteve o jejum de vitória do Farroupilha na Copa Sul Fronteira. **O Tricolor do Fragata segue como lanterna do grupo com 5 pontos em 7 jogos**. Volta a jogar sábado, em casa, contra o grêmio.

O JA também deu destaque ao fato do técnico do Farroupilha ter sido demitido após derrotas na copa Sul Fronteira:

O técnico do Farroupilha, Geverton Duarte, foi **demitido** após a sequencia de **resultados negativos** na copa sul fronteira. O técnico interino do tricolor do fragata é o ex-goleiro, Cássio Ferrari, que era preparador físico do time.

Podemos perceber que não somente foi apresentado o resultado da partida, mas também as consequências geradas a partir da derrota da equipe pelotense.

2.2 Torcida (torcedores)

A torcida é a alma do futebol. Ela dá apoio e força a um time. Embala jogos e empurra os artilheiros rumo ao gol. Em Pelotas, a população tem ampla identificação com os times da cidade. Os times da capital gaúcha, Grêmio e Internacional, acabam ficando em segundo plano para torcida da cidade.

Para falarmos da forma como o discurso do Jornal do Almoço de Pelotas sobre o futebol participa da articulação das identidades locais, vamos retomar novamente a ideia de Hall (1996) de que as identidades são pontos de identificação feitos no interior de uma cultura e história. Assim, a referência às torcidas de futebol no discurso do telejornalismo é um ponto de ampla identificação.

O Jornal do Almoço chama a torcida para a participação dos jogos de seu time e realça os laços de pertencimento:

Começa hoje a venda dos ingressos para a venda de ingressos para o jogo decisivo do Brasil contra o Operário. Até sexta-feira custam R\$30,00.

O discurso do telejornal destaca a necessidade do apoio da torcida para o êxito do time, reiterando a importância da identificação do público com o time da cidade:

A expectativa do clube é de estádio lotado. O time precisa do apoio do torcedor para chegar às quartas de final da série D do brasileiro.

Em entrevista realizada na edição do dia de dois de outubro de 2014, o presidente do clube Grêmio Esportivo Brasil é entrevistado no JA. Entre os pontos tratados na entrevista, o entrevistador recomendou ao entrevistado que convocasse a torcida para a compra de ingressos de um jogo do time:

Entrevistador: Falando de futebol, amanhã o Brasil tem decisão às 20h no Bento Freitas, contra o Operário. **Quero que o senhor convoque a torcida até por que hoje os ingressos custam mais barato. Até as 18h o ingresso custa R\$ 30, 00 então faça a convocação para amanhã o torcedor tem que estar presente.**

Ricardo Fonseca: **Que o torcedor se faça presente neste jogo, vai ser um grande jogo e que dependemos dele para ser o décimo segundo jogador para que no final dos 90 minutos sair com o resultado positivo e nós passarmos para a próxima etapa que são 2 jogos e nós estamos na série C do Campeonato Brasileiro.**

Na entrevista, fica visível a perspectiva 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. Entrevistador e entrevistado buscam a identificação do público com o time e buscam a venda de ingressos.

Um assunto polêmico para a cidade de Pelotas que ocupou a pauta esportiva do Jornal do Almoço, na semana analisada, foi a possível negociação do estádio da Boca do Lobo, do Esporte Clube Pelotas. Neste assunto é importante destacar que o JA chamou a participação do espectador:

E a gente quer saber a opinião do torcedor sobre esse assunto

Você torcedor áureo-cerúleo é contra ou a favor da negociação do estádio da Boca do Lobo? Ligue e participe da nossa pesquisa interativa. O telefone é o 3284- 5741. Digite opção número 1 se você é a favor, opção número 2 se você é contra. Escute a mensagem até o fim.

O resultado?

A gente confere semana que vem aqui no JA.

Com a realização de uma investigação entre o público, o telejornal chama o espectador para participar de sua pauta e para interagir na discussão de uma temática importante para a cidade de Pelotas. Desta forma, o telejornal, através da pauta do futebol, está produzindo sentidos acerca da cultura local.

Considerações finais

Como já elucidado durante esse trabalho, o esporte ganha bastante destaque nos veículos de comunicação no Brasil, visto a grande quantidade de times de futebol, a tradição futebolística e o interesse do público neste tema. Na televisão existem programas dedicados em sua integralidade para o esporte e com um destaque grande para o futebol. Podemos citar programas como o Globo Esporte e Esporte Espetacular, ambos da Rede Globo de Televisão, que já são exibidos por um longo período de tempo, sem interrupção.

Porém não somente os grandes times, de grandes cidades, mantem o futebol por todo ano. Há cidades do interior, onde o futebol tem grande importância, ficando até mesmo à frente dos times da Capital. Em Pelotas isso existe. Com três clubes que movimentam a cidade, os pelotenses, ao invés de torcerem pelos times da Capital, torcem primeiro para um dos times da cidade. Tanto é verdade que a torcida do Grêmio Esportivo Brasil é considerada uma das maiores e mais apaixonadas pelo time do Brasil.

Porém, não existe na grade de programação local da RBSTV nenhum programa que dedique todo o seu tempo para o esporte ou futebol. O espaço que esse tema recebe está incluído na programação de cerca de 20 minutos dedicados as notícias locais. Mesmo sendo um tempo escasso, o esporte recebe destaque todos os dias da semana. Pretendemos nesse artigo, elucidar as questões de pertencimento observadas no discurso do Jornal do Almoço de Pelotas.

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. Por estar próximo fisicamente, os jornais locais absorvem características locais da cidade onde é exibido e da região a qual ele abrange.

Procuramos observar neste artigo, o pertencimento, através do discurso, que o Jornal do Almoço de Pelotas passa para seus telespectadores. Notamos que acima de

tudo, que o discurso do telejornal não tende a ser imparcial. Não é somente reprodução do que está acontecendo nos times da cidade. Há também o incentivo para que o torcedor se faça presente, que esteja junto com os times. Busca informar de uma forma que o telespectador se identifique com o discurso também através de sua paixão, buscando elucidar que o esporte local também é importante.

Por fim, podemos observar a impotência que esses espaços para a divulgação do esporte local tem para a sociedade Pelotense, visto que o espaço que Pelotas tem no Jornal do Almoço se torna mais “confiável” por estar mais perto dos telespectadores.

Referências

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, Lívia. **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.

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, n° 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. 2. 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

Esporte Clube Pelotas. Disponível em: <http://ecpelotas.com.br/>. Acesso em: 8 de janeiro de 2015.

Grêmio Esportivo Brasil. Disponível em: <http://www.gebrasil.com.br/>. Acesso em: 8 de janeiro de 2015.

Grêmio Atlético Farroupilha: campeão por 100 anos. Disponível em: <http://www.farroupilha.noradar.com/patrimonio.htm>. Acesso em: 8 de janeiro de 2015.