



## Meio século de RBS TV: a construção de uma identidade gaúcha para si e seu público

*Half a century of RBS TV: the construction of a gaúcha identity for themselves and their audience*

**Alisson Machado<sup>1</sup>**

**Carline Ternus<sup>2</sup>**

**Tainan Pauli Tomazetti<sup>3</sup>**

**Flavi Ferreira Lisbôa Filho<sup>4</sup>**

**RESUMO** O presente artigo pretende discutir como as notícias selecionadas para contar os 50 anos da RBS TV (Rio Grande do Sul), no programa *Globo Repórter*, constroem significados sobre sua identidade gaúcha, que se estende tanto para si, emissora, quanto para identificar seu público. Para tanto, o aporte teórico-metodológico está ancorado nas estruturas de sentimento (emergentes, dominantes e residuais) propostas por Raymond Williams (1979, 1992, 2003), um dos teóricos expoentes dos Estudos Culturais.

**PALAVRAS-CHAVE** História da RBS TV; identidade; estruturas de sentimento.

---

1 Bacharel em Comunicação Social: Hab. Jornalismo, graduando em Ciências Sociais e mestrando em Comunicação Midiática, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Contato: [machado.alim@gmail.com](mailto:machado.alim@gmail.com)

2 Bacharel em Comunicação Social: Hab. Publicidade e Propaganda e mestranda em Comunicação Midiática, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Contato: [carline-ternus@gmail.com](mailto:carline-ternus@gmail.com)

3 Bacharel em Comunicação Social: Hab. Jornalismo, graduando em Ciências Sociais e mestrando em Comunicação Midiática, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Contato: [tainanpauli@gmail.com](mailto:tainanpauli@gmail.com)

4Doutor em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Mestre em Engenharia da Produção, Bacharel em Ciências Administrativas e em Comunicação - Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria. Professor do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Contato: [favilisboa@gmail.com](mailto:favilisboa@gmail.com)



**ABSTRACT** This article discusses how the selected news to tell 50 years of RBS TV (Rio Grande do Sul), in the program Globo Repórter, construct meanings about gaúcho identity that extends both for themselves, television channel, as to its audience. For this purpose, the theoretical and methodological support is anchored by the structures of feeling (emerging, dominant and residual) proposed by Raymond Williams (1979, 1992, 2003), one of the Cultural Studies exponent theorist.

**KEYWORDS** RBS TV history, identity, structures of feeling.

### Considerações Introdutórias

Faz-se necessário, nos dias atuais, uma reflexão acerca dos posicionamentos identitários e representativos alocados em meio às estruturas sociais e culturais dos conglomerados midiáticos que, de maneira constante, tornam-se presentes no cotidiano dos indivíduos. Seus discursos e enunciados influenciam no modo de vida, no estatuto social e nas perspectivas culturais daqueles que negociam com seus discursos e consomem seus produtos. Nesse sentido, a mídia televisiva, ainda muito presente no dia a dia da população, investe em estratégias de significação e representação cultural para garantir seu enlace simbólico junto às audiências.

Tendo em vista essa problemática, buscamos ao longo desta investigação analisar as estratégias utilizadas por uma emissora de televisão de caráter regional, a RBS TV, para compor sua identidade junto a seu público através de perspectivas culturais. Situada no Rio Grande do Sul, a RBS TV foi a primeira emissora afiliada da Rede Globo de Televisão (RGT), abrangendo um vasto público telespectador. Nosso pressuposto, em linhas gerais, é de que a emissora em questão utiliza-se da iden-

tidade regional, mais especificamente gaúcha, para construir um referencial identitário e representativo para com sua audiência, de modo que ressignifica os sentidos de “ser gaúcho” através da escolha das notícias que decide veicular.

Para tanto, analisa-se o programa de televisão Globo Repórter, que foi transmitido no dia 14 de dezembro de 2012, com a finalidade de comemorar os 50 anos da emissora afilhada da RGT, a RBS TV. Nesse programa, foram elencadas notícias consideradas importantes e factuais para contar a história de meio século da emissora. Portanto, além do caráter jornalístico, observa-se uma ênfase dos aspectos institucionais da emissora, uma vez que as notícias servem para aludir aos seus 50 anos de história.

A partir desse entendimento, procuramos perceber de que forma a RBS TV articula os sentidos nas notícias para construir uma identidade gaúcha, que represente tanto seu público quanto ela mesma, utilizando a perspectiva metodológica, proposta por Raymond Williams (1979, 1992, 2003), de estruturas de sentimento, articuladas às noções de emergente, residual e dominante. Buscamos compreender as formas culturais enunciativas, e, portanto, destacadas pela emissora para contar sua história e, frente a isso, configurar sua identidade junto a seus telespectadores.

### Das estruturas de sentimento

Os Estudos Culturais nasceram na Inglaterra, no período do pós-guerra, final dos anos de 1950, vinculados à Universidade de Birmingham, em um momento histórico de transformações críticas provenientes da preocupação de alguns intelectuais, na tentativa de compreender os processos culturais ocorridos na sociedade da época.

Desde seu início, os Estudos Culturais foram pautados pela interdisciplinaridade, sendo fortemente influenciados pelos pressupostos teóricos de Karl Marx. Para compreendermos alguns princípios dos Estudos Culturais e suas aplicações teórico-metodológicas faz-se necessário, primeiro, esclarecermos sobre o significado do conceito de cultura, fundamental para o entendimento dos aspectos culturais/sociais observados à luz dessa proposta. Raymond Williams (1991), um dos principais teóricos e fundadores dos Estudos Culturais, buscou definir o conceito de “culture”, entendido, pelo chamado materialismo cultural, desde sua estruturação até suas apropriações. O autor afirma que podemos distinguir a cultura em uma gama de significados

[...] desde um estado mental desenvolvido – como em “pessoa de cultura”, “pessoa culta”, passando por processos desse desenvolvimento – como em “interesses culturais”, “atividades culturais”, até os meios desses processos – como em cultura considerada como as artes e o trabalho intelectual do homem. Em nossa época é o sentido geral mais comum, embora todos eles sejam usuais. Ele coexiste com o uso antropológico e o amplo uso sociológico para indicar “modo de vida global” de determinado povo ou de algum outro grupo social (WILLIAMS, 1991, p. 11).

A compreensão sobre o que é cultura, bem como sua extensão significativa, foi resultado da observação e conciliação de distintas disciplinas (antropologia, sociologia, filosofia, etc), tornando possível o desenvolvimento convergente desse conceito em uma abordagem crítica e interdisciplinar,

[...] de textos e representações para as práticas vividas -, considera-se em foco toda a pro-

dução de sentido. O ponto de partida é a atenção sobre as estruturas sociais (de poder) e o contexto histórico enquanto fatores essenciais para a compreensão da ação dos meios massivos, assim como o deslocamento do sentido da cultura da sua tradição elitista para as práticas cotidianas (ESCOSTEGUY, 2010, p. 143).

A fim de evitar reducionismos e situando-se em formas diversas e contextuais, atuando tanto na esfera teórica como política, os Estudos Culturais buscam refletir a experiência dos diversos sujeitos, pensando-os em relação ao seu contexto social e histórico. Uma possível mudança social efetiva, segundo seus autores, só se concretiza após o entendimento do sujeito em sua cultura, bem como o modo com que este se inter-relaciona com os elementos sociais que o rodeiam. Como projeto, os Estudos Culturais lançam esforços

[...] não apenas para a construção de uma história política do presente, mas para fazer isso de uma maneira particular, um modo radicalmente contextualista, a fim de evitar reproduzir os variados tipos de universalismos (e essencialismos) que muitas vezes caracterizam as práticas dominantes de produção de conhecimento, e que contribuíram (talvez involuntariamente) para fazer muitas das relações de desigualdade, dominação e sofrimento. (GROSSBERG, 2006, p. 2, tradução nossa).

Retomando o eixo de pesquisa dos Estudos Culturais – relação cultura/sociedade – compreendemos que os meios de comunicação ocupam um lugar central na interação cotidiana entre sujeitos sociais e práticas culturais e simbólicas. É nessa relação em que são construídos os sentidos da vida social e das identidades dos indivíduos. Dentro dessa perspectiva, como afirma Moraes (2011), Raymond Williams, ao revisar os pressupostos



marxistas, propondo o método do materialismo cultural, demonstra a importância da ênfase da ação humana, que se sobrepõe às estruturas ideológicas e dominantes da sociedade. A cultura passa a ser pensada “como força produtiva a partir do foco no que é efetivamente vivido pelos sujeitos, estes sim, a partir de suas ações, gerando as determinações no interior das condições e especificidades de classe” (MORAES, 2011, p. 12).

Assim, como aponta Cevasco (2001), para descrever a relação entre as experiências dos indivíduos e a estruturação social, como elementos constitutivos da cultura, Williams cunha o termo “estruturas de sentimento”, que pode ser compreendido como uma resposta às mudanças determinadas e ocorridas na organização social. Enquanto proposição metodológica, “uma ‘estrutura de sentimento’ é uma hipótese cultural, derivada na prática de tentativas de compreender esses elementos e suas ligações, numa geração ou período, e que deve sempre retornar, interativamente, a essa evidência” (WILLIAMS, 1979, p. 135).

As estruturas de sentimento, segundo o autor, correspondem às formações sociais já existentes na sociedade, relacionadas às vivências de um determinado tempo e lugar que correspondem, então, à “cultura de um período: o resultado vital e específico de todos os elementos da organização geral” (WILLIAMS, 2003, p. 57, tradução nossa), ligadas às formações dominantes ou residuais e relacionadas com as formações emergentes, as novas práticas sociais vividas pelos indivíduos.

As manifestações percebidas através das perspectivas dominante, residual e emergente, como categorias analíticas dentro de uma análise cultural, servem para pensarmos nosso objeto de investigação como fruto de uma prática social localizada no tempo e na história, uma vez que

ele é atravessado por essas três instâncias. Para tanto, torna-se necessário identificar o que cada perspectiva representa. Conforme aponta Moraes (2011), a perspectiva dominante corresponde ao modelo estabelecido e reconhecido pelos indivíduos. É o espaço das práticas legitimadas e consolidadas como referentes a uma determinada cultura.

A perspectiva residual compreende a busca pelos resquícios dos modelos estabelecidos no passado, podendo alternar-se, ou mesmo, opor-se ao dominante. Como aponta Williams (1979, p. 125), “o residual, por definição, foi efetivamente formado no passado, mas ainda está vivo no processo cultural, não só como elemento do passado, mas como elemento efetivo do presente”. Temos ainda a perspectiva emergente, que tenciona as práticas residuais e dominantes em função do surgimento do novo, na qual novos valores e ideias passam a contrapor as práticas dominantes existentes, representando “áreas da experiência, aspiração e realização humanas que a cultura dominante negligencia, subvaloriza, opõe, reprime ou nem mesmo pode reconhecer” (WILLIAMS, 1979, p. 127).

Metodologicamente, articulamos nosso objeto de estudo com as perspectivas dominantes, residuais e emergentes, na tentativa de compreender como elas operam os significados que são expressos nas notícias que a RBS TV selecionou para contar a sua história através do programa Globo Repórter. Nosso interesse está em percebermos como as notícias localizam-se de acordo com essas perspectivas, para, a partir disso, compreendermos de que forma a emissora articula esses sentidos, na tentativa de construir uma identidade gaúcha, capaz de representar tanto a si mesma, quanto a seu público.

## De quem é, afinal, a identidade da TV?

No Brasil, a maior parte das emissoras de televisão são empresas de caráter comercial. Elas dependem das audiências para manter sua lucratividade e, conseqüentemente, sua sobrevivência. Assim, muito mais do que meras retransmissoras de uma programação, elas enunciam sentidos e constroem uma identidade perante seu público. Essa identidade é construída através da projeção de uma imagem pela emissora e sua introjeção pelo público receptor, uma vez que, para que a emissora o interpele, é necessário que ela se configure enquanto sujeito. Nesse processo de projeção/introjeção, os telespectadores negociam com essas imagens a afirmação de suas próprias identidades.

Sendo a RBS TV uma emissora regional afiliada de uma grande rede nacional, a Rede Globo de Televisão (RGT), ela precisa compatibilizar sua produção com a cabeça de rede, ao mesmo tempo em que necessita demarcar sua diferença em relação a ela e às suas demais concorrentes. Como aponta Kathryn Woodward (2009), o processo de construção das identidades se dá por meio da marcação das diferenças, através de sistemas simbólicos de representação e exclusão. Para a autora, a identidade depende de um processo de diferenciação, demarcando posições identitárias com as quais os sujeitos podem vir a se identificar. Para Tomaz Tadeu Silva (2009), a afirmação de uma identidade e a construção das diferenças demarcam os sentidos produzidos pelos discursos sociais [e midiáticos], uma vez que

[...] a identidade e a diferença têm que ser ativamente produzidas. Elas não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social. Somos nós que as fabricamos, no contexto das relações cultu-

rais e sociais. A identidade e a diferença são criações sociais e culturais (SILVA, 2009, p. 76)

Para que a RBS TV afirme sua identidade enquanto emissora e demarque suas diferenciações em relação à sua rede mãe, seu discurso apropria-se de demarcações culturais e identitárias entendidas como referentes à identidade do povo gaúcho. Nas definições de Stuart Hall (2006), a cultura nacional [regional], enquanto produtora dos sentidos sobre o que é ser uma nação, constrói discursos com os quais os sujeitos podem se identificar. O conceito aqui relacionado à cultura nacional permite-nos pensar também no tangente à cultura regional, entendida como um grupo que partilha determinados elementos culturais. A exemplo da afirmação de Hall (2006), de que as culturas nacionais em que nascemos constituem-se como uma das nossas principais fontes de identidade, a identidade nacional brasileira define-se enquanto conjunto das identidades regionais, que trazem consigo características e elementos próprios. Para o referido autor as identidades podem ser entendidas como um discurso,

[...] um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos [...] esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que delas são construídas (HALL, 2006, pp. 50-51).

Ao discutir o conceito de identidade nacional e relacioná-lo ao de “comunidades imaginadas”<sup>5</sup>

---

5 Para Benedict Anderson (2008), as comunidades políticas são imaginadas, limitadas e soberanas. Imaginadas em função da imagem de comunhão que expressam; limitadas, por possuírem fronteiras finitas, mesmo que maleáveis e soberanas, pois bus-





de Benedict Anderson, Hall aponta elementos que cercam a narrativa de um povo: as memórias do passado, o desejo por viver em conjunto e a perpetuação de uma herança. A história do povo gaúcho é contada e transmitida pela RBS TV, que seleciona aspectos fundantes do que seria a identidade gaúcha, representados na expressão “gauchidade”.

Para que se pense a gauchidade atualmente, é necessário antes uma volta ao passado; um resgate da sua história. Quando os jesuítas se instalaram no Sul do Brasil com a missão de catequizar os índios, também trouxeram consigo a cultura do gado bovino, ovino, equino e muar, afirma Lisboa Filho (2009). Segundo o autor, os animais trazidos da Europa aumentaram os rebanhos, o que provocou a cobiça de outros povos e fez com que surgissem, assim, as primeiras estâncias em solo gaúcho, que tiveram como influência o estilo de vida indígena, a lida campeira, além da forte influência militar:

O Rio Grande do Sul surgia como a representação das estâncias e dos acampamentos militares. O povoamento se alastrava pelos campos, onde os currais se agitavam na vivacidade das preias, das domas, das marcações. As notícias da riqueza pastoril e de um sistema de vida movimentada e aventureira, fascinavam os moradores de outras terras (FERREIRA FILHO *apud* LISBOA FILHO, 2009, p. 58).

De acordo com Pesavento (1993), não se pode desconsiderar que a origem do Rio Grande do Sul se confunde com a formação da fronteira sul do

---

cam se projetar como livres. Conforme Anderson, as comunidades são imaginadas em uma “camaradagem horizontal”, que atravessa as desigualdades e as explorações que dentro delas possam existir, na busca de um senso de comunidade.

país, período de guerras, lutas, conflitos e brigas, que buscavam a conquista da terra. Assim, a figura do homem gaúcho foi pensada como aquela do sujeito heroico, peleador, valente e corajoso:

O espírito militar é um sentimento de fundo eminentemente associativo. A camaradagem, a fraternidade, o gosto de afrontar o perigo em comum, a honra de morrer pelo bem de todos e pela integridade da terra dão bem depressa ao indivíduo a concepção dessa entidade espiritual que é a Pátria, e que ele se acostuma a considerar como o conjunto de todos aqueles que falam a mesma língua, que concebem o mesmo desejo, que lutam pelos mesmos princípios, que defendem o mesmo canto de terra. E o homem, então, numa síntese admirável, chega a viver por uma ideia, uma abstração, um símbolo que é a razão de ser de sua existência e da dos seus concidadãos. (GOULART *apud* PESAVENTO, 1993, p. 5)

Se antes o termo “gaúcho” fazia referência ao homem do campo, ao *pampeano*, aos habitantes do interior do Estado, atualmente, ele abrange um número muito maior de pessoas. Falar em gaúchos significa fazer menção a todos os sul-riograndenses, aqueles que nasceram no Rio Grande do Sul ou adotaram-no como seu. Gaúcho tornou-se um adjetivo pátrio, que não distingue entre seus pares (cosmopolitas e camponeses), mas busca distinguir-se, principalmente, em relação aos habitantes dos outros Estados da Federação.

### Uma breve contextualização do objeto

O programa Globo Repórter teve sua primeira emissão em 1973, com o intuito de apresentar os acontecimentos jornalísticos emitidos pelos telejornais da semana, mas que em função do formato, não podiam detalhar sua abordagem. Ao longo

do tempo o programa sofreu alterações, passando a apresentar grandes reportagens de conteúdos mais específicos, com pautas que mereciam maior disponibilidade por parte dos jornalistas. Somente em 1993 passou a apresentar um tema por edição, na estratégia de captar a audiência. Conforme Jorge Pontual, editor-chefe naquele ano, a escolha em apresentar um único tema por programa, ao invés de três, como era feito até então, ocorreu em função da heterogeneidade do público, que antes se dissipava conforme os diferentes assuntos tratados.

Em 1996, observando o aumento das audiências das classes C e D, o programa passou a abranger uma maior variedade de assuntos, na tentativa de conquistar um público cada vez maior. Atualmente, o programa segue na mesma linha, utilizando-se de uma linguagem próxima à jornalística.

Nesse sentido, visto a importância desse programa para a RGT, ela o elegeu como um espaço para parabenizar sua mais antiga afiliada, com a transmissão de um programa especial sobre sua história. Contudo, é válido ressaltarmos que a veiculação deu-se apenas no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul, já que esta homenagem é diretamente dedicada aos gaúchos, como pode ser observado na fala de abertura do apresentador Sérgio Chapelin:

*Boa noite, Rio Grande do Sul! O Globo Repórter especial de hoje convida você para um passeio na história, e ela começa em dezembro de 1962, quando as imagens da RBS TV entraram na sua casa pela primeira vez.*

Por conseguinte, consideramos necessária uma breve contextualização histórica da RBS TV. Em 29 de dezembro de 1962, surgia no cenário televisivo gaúcho a TV Gaúcha; seu discurso

de abertura, realizado por Maurício Sirotsky Sobrinho,<sup>6</sup> continha a proposta de uma emissora de televisão que fosse “mais avançada em tecnologia” e que contivesse “uma programação voltada para uma comunidade local, a imagem viva do Rio Grande e uma melhor estruturação comercial” (BERGESCH, 2010, p. 103).

Com o crescimento e desenvolvimento da TV Gaúcha, a Rede Globo de Televisão começou a mostrar interesse nesse mercado regional. Assim, em 1967, a TV Gaúcha tornava-se afiliada da maior emissora nacional do país até os dias atuais. Ainda, segundo o autor, algumas mudanças ocorreram a partir de 1979, como a renomeação de TV Gaúcha para Rede Brasil Sul (RBS TV), a aposta no processo de expansão pelo interior do estado do Rio Grande do Sul e, também, para além de sua fronteira territorial, chegando ao Estado de Santa Catarina.

Atualmente, a RBS TV atua nos dois estados através de suas dezoito emissoras de TV aberta afiliadas da Rede Globo. Das cabeças de rede, na capital catarinense, Florianópolis, e na capital gaúcha, Porto Alegre, partem: seis afiliadas catarinenses (Blumenau, Chapecó, Criciúma, Joaçaba/Lages e Joinville) e onze afiliadas gaúchas (Bagé, Caxias do Sul, Cruz Alta, Erechim, Passo Fundo, Pelotas, Rio Grande, Santa Cruz do Sul, Santa Maria, Santa Rosa e Uruguaiana), atingindo 17 milhões de telespectadores em 790 municípios, conforme informações do site da emissora.

---

<sup>6</sup> Maurício Sirotsky Sobrinho foi o idealizador e fundador da TV Gaúcha, inaugurada em 1957, que anos mais tarde, em 1979, passou a ser chamada de Rede Brasil Sul de Televisão (RBS TV). Seu desejo era construir uma emissora de televisão ancorada no local, para o povo do Rio Grande do Sul. Maurício Sirotsky Sobrinho faleceu em 1986 (BERGESCH, 2010).



## Análise do Globo Repórter especial dos 50 anos da RBS TV

O programa inicia com seu apresentador dando boas vindas ao telespectador gaúcho e introduzindo um panorama do que será apresentado, convidando-o, assim, a conhecer a história da RBS TV e destacando que é ele o protagonista:

*50 anos se passaram pelas nossas lentes, acompanhamos um Rio Grande pioneiro na política, economia, ciência, saúde e na conquista de direitos, um estado que se orgulha de sua tradição e que também é sinônimo de mulher bonita. No programa de hoje, vamos rever as conquistas do esporte, a rivalidade da dupla grenal. Os personagens dessas imagens podem ser você, seu pai, sua mãe, seu vizinho. Gaúchos protagonistas de histórias marcantes. Vamos até Porto Alegre para começar nossa viagem por meio século de história. A sede da RBS TV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul, abre as portas para receber o principal convidado dessa grande festa: você!*

Percebemos, através da fala de abertura, a exaltação do Estado do Rio Grande do Sul e de suas tradições. São sublinhadas a beleza da mulher gaúcha e a rivalidade no futebol como elementos pertencentes a essa tradição. Esse discurso demarca uma estrutura dominante, ao que se entende como características culturalmente hegemônicas no Estado, no entanto, esta estrutura se apegua a fatos do passado, ou seja, elementos residuais para construir seu sentido do que ainda seria tradicional nos dias de hoje.

A partir da busca por elaborar sentidos consensuais, são utilizadas estratégias de aproximação do público durante todo o programa. No discurso de abertura, percebe-se a função de, além de inserir os espectadores como protagonistas

das notícias, despertar seu interesse ao mostrar que é sobre os gaúchos que o programa trata, desvinculando o fato de se tratar da história da emissora, mas sim, supostamente, da história de um povo. Desde essa introdução, o programa apaga as fronteiras do institucional, dando-lhes os contornos do ordinário, do cotidiano e do familiar.

O programa elenca uma série de notícias que foram veiculadas ao longo dos 50 anos pela RBS TV, na tentativa de recontar a sua história. A partir da notícia de maior visibilidade apresentada, um acidente envolvendo um ônibus escolar, na cidade de Erechim, no ano de 2004, notamos que o contexto discursivo do programa tende a buscar nos fatos do passado as características ainda presentes. Para tanto, é ressaltada a história do menino Lucas, que morreu na tragédia após salvar alguns amigos.

Essa estrutura narrativa nos permite enquadrar a notícia destacada em uma perspectiva residual, uma vez que a figura do herói é acionada a partir de uma construção cultural presente no ideário gaúcho; o mito de bravura e heroísmo de seu povo. Este mito provém de um imaginário de lutas e defesa de seu território em guerras passadas, ressignificado, na atualidade, pelo sentimento de solidariedade para com os seus. A demarcação simbólica do heroísmo gaúcho, presente neste discurso, busca em um fato concreto do presente seu alicerce figurativo, para assim, delegar sentidos de representatividade e engendramento identitário sobre aspectos que serão repassados e institucionalizados por uma ontologia gaúcha elaborada pela emissora em questão.

A segunda temática apresentada pelo programa é a da rivalidade e da paixão pelo futebol. A narrativa apresenta esse sentimento como sendo tanto da emissora, quanto de seus telespectado-



res, indicando os anos em que os dois principais times do estado, Grêmio e Internacional, venceram o Campeonato Mundial de Interclubes. Três protagonistas do cenário do futebol gaúcho são resgatados: Renato Portaluppi, apresentado como herói do Grêmio; Falcão, que “conquistou Roma” e com isso o prestígio internacional; e Ronaldinho Gaúcho, personagem controverso, apresentado como herói e vilão. Esta passagem negocia a perspectiva residual, por construir esses atores sociais como heróis, em sentido similar ao que tratamos no parágrafo anterior, com a dominante. Seu caráter de estrutura dominante está associado ao fato de que o futebol é pauta não apenas na mídia, mas também nos mais diversos âmbitos sociais e culturais, atrelado a bens de consumo materiais e simbólicos, portanto, hegemônicos da sociedade. O dominante surge, aqui, para ressaltar a presença dos gaúchos em um cenário esportivo muito caro ao público brasileiro em geral e, dessa forma, estabelece sentidos de pertencimento e proeminência do Estado no contexto nacional.

A seguir são elencadas outras notícias que a emissora considerou importantes. São elas: a visita do Papa João Paulo II, em 1980, e o acidente envolvendo um avião da TAM, em 2007. Ambas representam a perspectiva dominante, haja visto o tom prioritário que a emissora destinou a essas coberturas. O dominante se dá pelo caráter da presença de um Papa em um estado majoritariamente católico e pelo enunciado proferido por ele de que “O Papa é gaúcho”. O destaque a essa fala colabora para exacerbar o discurso de uma identidade gaúcha, refletindo, mais uma vez, sob um aspecto hegemônico, como a estrutura dominante é construída e utilizada pela emissora para estabelecer sentidos de reconhecimento ao que seria a identidade do povo gaúcho. O catolicismo,

que predomina nas notícias sobre a religiosidade no Estado, atinge um ponto ápice nesta estratégia de identificação proferida pelo pontífice.

Em relação ao acidente com o avião, o programa destaca o envolvimento emocional da redatora-chefe, que perdeu uma amiga na tragédia. Fica evidente o discurso da emissora em relação à sua integridade profissional, ao afirmar que, sob qualquer circunstância, privilegia uma apuração eficaz das notícias. De maneira a estabelecer parâmetros sobre aspectos fundantes de um povo, figurados a partir do discurso da jornalista, ao indicar o sacrifício pessoal para o “bem-estar” coletivo.

O próximo bloco de notícias apresenta as manchetes veiculadas pela rede mãe: a adoção de crianças por casais homossexuais, em 2010, a poluição do Rio dos Sinos, em 2006, o protesto solitário de um estudante contra o corte de uma árvore, em 1975, e o movimento “Diretas Já!”, em 1988. Essas notícias apresentam a perspectiva emergente, já que refletem novas relações, vivências e preocupações sociais, algumas delas, inclusive, conflitivas com a perspectiva dominante, ou até mesmo negligenciadas e não reconhecidas socialmente. Seu caráter emergente se dá pelo fato de representarem em seus contextos aquilo que estava/está efetivamente surgindo e sendo tensionado junto às estruturas dominantes. O uso desses aspectos emergentes denotam a capacidade da emissora em demonstrar filantropicamente que o povo gaúcho se interessa pelo diferente, apontando a sua integridade em não excluí-lo, porém apresentado-o enquanto fato peculiar, não recorrente e, portanto, novo, ingênuo e despido de suas problemáticas.

Algumas outras notícias são apresentadas sob a alcunha de notícias históricas: como a inauguração da TV Gaúcha em 1962, um desfile de mo-



noquini, em 1964, considerado impróprio para ser veiculado na televisão na época, e o incêndio na TV Gaúcha, em 1972. Essas notícias apresentam aspecto residual, pois a emissora volta ao seu passado e resgata essas histórias, consideradas por ela importantes para compreendê-la na atualidade. Em especial, sobre a notícia do incêndio, a narrativa menciona o fato de que, no dia seguinte, a programação já havia sido restabelecida, retomando a ideia de bravura, coragem, determinação e trabalho presentes no mito heroico do povo gaúcho. A partir desse conjunto de notícias e das seguintes, a narrativa abandona as notícias cotidianas, do noticioso dos fatos da vida da população, para falar da história da emissora enquanto sujeito-empresa.

Para contar sua história, são elencadas, também, as campanhas realizadas pela RBS TV em função do interesse de alguns temas para com a comunidade: “A educação precisa de respostas”; “Crack, nem pensar”; “Violência no trânsito, isso tem que ter fim!”; “Duplicação da BR-101” e “O amor é a melhor herança: cuide das crianças”. Lemos essas campanhas como representativas do aspecto dominante, uma vez que elas refletem a preocupação da emissora com algumas temáticas que considera necessárias de serem agendadas junto a seu público, buscando construir-se como um importante espaço de cidadania. Mas as campanhas, antes disso, representam o posicionamento institucional da empresa, que se sustenta nos problemas e nas demandas mais urgentes da população, encontrando aí subsídios temáticos de sua sustentação como instituição promotora de ações sociais.

No último bloco de notícias do programa, são apresentadas as novas tecnologias da “era digital”, como o estúdio virtual e a apresentação do

site “G1” e da “RBS TV”. Novamente, o elemento dominante é mais a discursividade de si do que a do público. Por último, são levantadas as notícias que contaram com a participação dos telespectadores, demonstrando a proximidade do público como “produtor” das notícias ao utilizarem as ferramentas da internet. Em alguns casos, a RBS TV apropria-se de produções feitas por telespectadores próximos dos acontecimentos, o que configura uma perspectiva emergente, uma vez que estes contribuem para a realização das pautas veiculadas. Emergentes também pelas novas possibilidades de interação, que as ferramentas tecnológicas permitem ao público. Há uma suposta descentralização do fazer noticioso. Em seu discurso, os receptores também atuam como produtores dos enunciados e notícias veiculados. Embora essa participação seja controlada pela emissora e pouco constante, além de não caracterizar efetivamente a participação da população no processo de produção do que é noticiado, ela se mostra aberta a essas novas práticas.

### Considerações finais

A história dos cinquenta anos de uma emissora de televisão, contada a partir da seleção de algumas notícias veiculadas por ela, é um complexo exercício de seleção. Implica incluir e excluir tanto os acontecimentos referentes à sua história, enquanto empresa, quanto os acontecimentos pautados na sociedade, através dos quais, diariamente, o noticiário edifica-se. Dessa forma, em função do tempo demandado pelo programa da rede mãe, a RBS TV precisou selecionar algumas notícias para compor seu histórico e, com isso, privilegiou determinados aspectos do mundo social. Mais que isso, buscou contruir um discurso

com vistas a projetar sua imagem como parceira do telespectador, como aquela que está sempre ao seu lado, nos bons e maus momentos, no resgate às tradições e nas mudanças que ocorrem na sociedade. Com isso, a RBS TV constrói a sua identidade como a emissora dos gaúchos ou, ainda mais, constrói a si própria como gaúcha.

Nossa análise, organizada à luz das estruturas de sentimento, propostas por Raymond Williams, pretendeu demonstrar que o passado mítico e heróico do gaúcho inscreve-se como uma marca residual, ancorada no passado, mas presente no discurso da emissora e na própria sociedade gaúcha. Assim, a emissora utiliza-se do apelo aos sentimentos e às tradições para fidelizar sua audiência, compondo um imaginário simbólico que representaria o gaúcho. Ao apresentá-lo como valoroso, busca atribuir para si o mesmo adjetivo, já que ela também é gaúcha.

Os aspectos que dizem respeito aos sentidos dominantes são acionados em contraposição aos residuais, ou seja, às notícias de temas conflitivos com as estruturas sociais vigentes, que são mantidas na transição, mas tendem à convergência de um discurso (empresarial) de idoneidade, imparcialidade, qualidade e competência na apuração e responsabilidade social. Ela enfatiza a dimensão de sua importância, colocando-se como um espaço fundamental da consolidação da cidadania, ao incluir, em seu discurso, narrativas negligenciadas pela cobertura, mas que, de algum modo, ressoam nas práticas do cotidiano.

Com esta análise, percebemos que a emissora busca elementos de uma identidade gaúcha tradicional, colocando-a como referência identitária ainda presente na atualidade, tanto na construção de seu discurso institucional, quanto projetada sobre seu público.

O que se percebe é que a RBS TV, a todo tempo, procura destacar o quanto é preocupada e engajada nos assuntos e temas regionais/locais do sul do país, o quanto é parceira do seu telespectador, buscando sempre informar, entreter e educar. Mesmo quando discursa sobre alguns recortes noticiosos da vida da população, ou em suas campanhas institucionais, não deixa de inscrever sua marca em cada um deles: ela é a emissora que abre espaço para o que é regional, pois ela é gaúcha.

Portanto, percebemos que os elementos resgatados da história e da tradição que atravessam as notícias selecionadas fazem-se presentes para algo maior do que representar a identidade do telespectador gaúcho. Esses elementos possuem a função de compor a identidade da emissora enquanto sujeito gaúcho e, assim, criar a identificação entre público e empresa. Por outro lado, essas mesmas estruturas residuais, que ainda ecoam no paradigma dominante, articulam-se como contraponto para as estruturas emergentes, que surgem a partir das novas significações e articulações sociais.

Através do sentido residual e dominante das notícias selecionadas, a emissora propõe uma identidade gaúcha unificada e homogênea, respaldada nas marcas de seu passado histórico, mas que, na atualidade, não possui valor representativo frente à multiplicidade de modos e estilo de vida encontrados no Estado. A RBS TV, ao fazer isso, constrói sua identidade em um movimento que, ao mesmo tempo, projeta sua identidade e as propostas identitárias de seus telespectadores, na tentativa de criar/manter seu vínculo com eles. Através do que julga ser representativo do que é "ser gaúcho", a emissora legitima os aspectos culturais e sociais responsáveis pela manutenção



de sua identidade institucional (bem como seu funcionamento), o que é constantemente reiterado em seus discursos e nos demais veículos do Grupo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, Benedict. *Comunidades Imaginadas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- BERGESCH, Walmor. *Os televisionários*. Porto Alegre: Ardotempo, 2010.
- CEVASCO, Maria Elisa. *Para ler Raymond Williams*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010, pp. 135-166.
- GROSSBERG, Lawrence. Does Cultural Studies have future? Should it? (or what's the matter with New York) Cultural studies, contexts and conjunctures. In: *Cultural Studies* v. 20, n. 1, January, 2006, pp. 1-32.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- LISBOA FILHO, Flavi Ferreira. *Mídia regional: gauchidade e formato televisual no Galpão Crioulo*. 2009. 232f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação)-Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo. 2009.
- MORAES, Ana Luiza Coiro. Epistemologia dos Estudos Culturais: Da dialética ao materialismo cultural. In: XX Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre, Jun. 2011. *Anais eletrônicos*. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1146.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1146.pdf)>. Acesso em: jul, 2013.
- MTG – Movimento Tradicionalista Gaúcho. *Diretrizes para a pilcha gaúcha*, 2011. Disponível em: <<http://www.mtg.org.br/DIRETRIZES%20PARA%20AS%20PILCHAS.pdf>>. Acesso em: jul, 2013.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. A invenção da sociedade gaúcha. In: *Ensaio FEE*, Porto Alegre, n. 14, v. 3, 1993, pp. 383-396.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, pp. 73-102.
- WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- \_\_\_\_\_. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- \_\_\_\_\_. *La larga revolución*. Buenos Aires: Nova Vision, 2003.
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, pp. 7-72.

Meio século de RBS TV: a construção de uma identidade gaúcha para si e seu público  
**Alisson Machado**  
**Carline Ternus**  
**Tainan Pauli Tomazetti**  
**Flavi Ferreira Lisboa Filho**

Data do Envio: 30 de agosto de 2013.  
 Data do aceite: 09 de dezembro de 2013.

