

Uva, Cor, Ação! A Cobertura da Festa da Uva pela RBS TV de Caxias do Sul

Uva, Color, Acción! La cobertura de la Festa da Uva por RBS TV de Caxias do Sul

Aline Streck DONATO¹
Paula Regina PUHL²

Resumo: A Festa da Uva realizada no município serrano de Caxias do Sul já faz parte da memória social e cultural do povo caxiense. No ano de 2012, a Festa da Uva homenageou os 40 anos da primeira transmissão a cores da televisão no Brasil e, com isto, demonstrou a importância do veículo de comunicação para a comunidade. Para compreender como o mercado telejornalístico se configurou na região, o presente artigo realizará uma reprodução histórica da implantação da televisão no Rio Grande do Sul e da sucursal da RBS TV de Caxias do Sul, além de realizar uma análise acerca da cobertura noticiosa do programa Jornal do Almoço sobre a Festa da Uva de 2012.

Palavras-chave: Televisão; Festa da Uva; RBS TV; Jornal do Almoço

Resumen: La Festa da Uva, celebrada en la ciudad de Caxias do Sul, ya hace parte de la memoria social y cultural de las personas de la ciudad. En el año 2012, la Festa da Uva hay celebrado los 40 años de la transmisión de televisión en color por primera vez en Brasil y, por lo tanto, demostró la importancia de vehículo de comunicación para la comunidad. Para entender cómo es el mercado de la televisión en la región, este artículo se llevará a cabo una reproducción histórica del despliegue de la televisión en Brasil, en Rio Grande do Sul y la rama de la RBS TV de Caxias do Sul, y le realizará un análisis de la cobertura del programa Jornal do Almoço acerca de la edición de 2012 de la Festa da Uva.

¹ Mestranda em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale, bolsista CAPES/PROSUP, contato: alline.donato@hotmail.com

² Doutora em Comunicação, professora do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale. E-mail: paula-puhl@feevale.br

Palabras clave: Televisión, Fiesta de la Uva, RBS TV, Jornal do Almoço

A Implantação do Telejornalismo no Rio Grande do Sul

Diante da proposta do presente trabalho de compreender como o telejornalismo se configura discursivamente na região de Caxias do Sul, é necessário realizar uma recuperação histórica do próprio mercado de telejornal do Rio Grande do Sul, visto que no Estado a produção local televisiva tem no telejornalismo o carro-chefe de sua programação.

A primeira tentativa de implantação de uma emissora de televisão no Rio Grande do Sul aconteceu pela iniciativa do “pai da televisão brasileira”, Assis Chateaubriand, quando este, em 1955, programou um pequeno teste de transmissão em TV no coração de Porto Alegre com o objetivo de atrair o interesse de acionistas e colaboradores para a criação de uma emissora no Sul do país.

Chateaubriand mandou instalar 50 aparelhos de televisão entre a Praça da Alfândega, as vitrines do Clube do Comércio e em salas internas do próprio clube. Além disso, inseriu no evento atrações musicais de renome no Estado naquela época, como Paixão Cortes com os Tropeiros da Tradição e um show com Walter Broda e Pinquinho, conforme aponta Bergesch (2010, p. 23).

Aliás, ainda segundo Bergesch (2010), nos cinco meses que antecederam a inauguração da televisão no Rio Grande do Sul iniciou-se uma fase experimental de testes operacionais para a verificação de ruídos de sinal e de transmissão para pontos específicos. Esporadicamente, eram exibidos filmes em horários incertos, o que gerava grande euforia nos futuros telespectadores que geralmente assistiam a imagem-teste de um diagrama e um gráfico circular, cheio de graduações, de nuances de cinzas e a efígie de um índiozinho sorridente.

Entretanto, Chateaubriand não foi o único a desejar uma emissora no Rio Grande do Sul. Naquele mesmo período, de forma menos “espetacular”, alguns empresários locais adquiriram a concessão da Rádio e Televisão Piratini S.A, embora não tivessem montado uma estrutura nem mesmo ofertado programação. Como esta concessão atrapalharia os planos de Chateaubriand de criar uma emissora sem concorrentes, o “magnata da televisão”, então, adquiriu a empresa deste grupo de empresários gaúchos e fundou, no dia 20 de dezembro de 1959, a primeira emissora de televisão do Rio Grande do Sul.

Segundo Bergesch (2010), a primeira voz transmitida pela TV do Rio Grande do Sul foi a de Enio Rockenbach e o primeiro rosto a aparecer na televisão gaúcha foi o de Antônio Nico Fagundes ao representar um heróico soldado farroupilha no espetáculo de dramaturgia “Piratini – Razão de um nome”. “O conteúdo das primeiras transmissões foi pensado com teledramaturgia ao vivo, jornalismo e variedades, shows de músicas e séries de enlatados³”. (BERGESCH, 2010, p.39). Os enlatados eram exibidos para cobrir o tempo necessário à programação.

O telejornalismo se fez presente desde o primeiro dia de programação no Estado. A cobertura noticiosa de um incêndio em uma loja no centro de Porto Alegre foi ao ar na noite da estreia da televisão. A partir daquele momento, a televisão no Rio Grande do Sul marcou uma forte vocação de informar. Para dar conta desta premissa, buscou na imprensa jornalística da época (nas rádios e nas agências de notícias) os profissionais da informação para compor as equipes do novo veículo.

Ao longo de sua trajetória a TV Piratini agregou novas tecnologias às transmissões televisivas. Uma destas novidades foi o aparelho de videoteipe, que possibilitava gravar previamente a programação e exibi-la mais de uma vez e em diferentes lugares, mudando completamente a concepção de fazer televisão no Rio Grande do Sul, até então subordinada ao regime de “ao vivo”. Inclusive, em razão da incorporação do videoteipe, houve modificações no quadro de empregos nas emissoras, que não precisavam mais de grandes elencos para as produções que antes eram encenadas ao vivo, sendo que um número reduzido de pessoas já seria o suficiente para colocar os programas no ar.

Chateaubriand, após três anos de transmissão exclusiva de conteúdo televisivo, encontra em Maurício Sirotsky Sobrinho um concorrente quando este, juntamente com outros sócios da Rádio Gaúcha, se mobiliza para a construção de uma nova emissora: a TV Gaúcha, canal 12, no ano de 1962. Assim, é inaugurada a TV Gaúcha, contando com equipamentos providos da Inglaterra e dos Estados Unidos, entrando em concorrência direta com a TV Piratini.

Na estréia da nova emissora estiveram presentes grandes nomes do cenário nacional, como o então Presidente da República João Goulart e o Governador do Estado do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola. O discurso de Maurício Sirotsky Sobrinho falava em uma emissora mais avançada tecnologicamente com uma programação

voltada a comunidade local, ou seja, de gaúchos falando para gaúchos – uma clara referência aos programas da TV Piratini, que reproduziam os sucessos do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Bergesch (2010) afirma que o público gaúcho, nesse período, ainda estava aprendendo a ver televisão, mas pelo menos tinha uma alternativa de escolha. Começava a concorrência direta entre o canal 5 (TV Piratini) e o canal 12 (TV Gaúcha).

Na disputa da audiência com a TV Piratini, Maurício Sirotsky passou a lutar com a sua arma preferida: a valorização da produção local. Enquanto a TV Piratini, por força da vinculação com a rede associada, baseava sua programação nos enlatados das TVs Tupi de São Paulo e Rio, a Gaúcha tronou-se a imagem viva do Rio Grande (SCHIRMER, 2002 apud FINGER, 2009).

Porém, o valor da competição fica mais elevado à novata TV Gaúcha, que foi vendida pela grande maioria de seus acionistas, a contragosto de seu idealizador, para o Grupo Simonsen, ligado a TV Excelsior. Os irmãos Maurício e Jayme Sirotsky continuaram na emissora como funcionários, mas sempre com a intenção de reaver a TV Gaúcha, o que aconteceria somente em 1968.

Em um contexto geral, desde sua primeira transmissão no Brasil, a televisão demorou cerca de 10 anos até chegar ao Rio Grande do Sul, três anos para que uma segunda emissora fosse inaugurada no Estado e, somente sete anos depois, é que a terceira emissora gaúcha despontaria no cenário regional.

A TV Difusora, fundada em outubro de 1969, foi a primeira emissora a transmitir imagens a cores no Brasil. Bergesch (2010) afirma que era um canal novo em sua essência e isto só foi possível porque os freis capuchinhos, idealizadores da nova emissora, tinham preparado a infraestrutura do canal para receber a programação em cores.

Com o slogan “Canal 10 – Onde a cor chegou primeiro”, a TV Difusora modificou toda a estrutura televisiva do país a partir de sua primeira transmissão. Tanto que, em 10 de março de 1970, o Ministério das Comunicações regulamenta a implantação das transmissões a cores para todas as emissoras de televisão brasileiras.

³ Como eram chamadas as séries de filmes concebidas para passar na televisão, normalmente de procedência norte-americana.

A TV Difusora desde a sua inauguração reivindicou a si a missão da televisão em cores e o público a acompanhou em peso. Esse fato, conjugado com outras situações, a excelência e a criatividade do conteúdo oferecido pela nova emissora e o início da decadência da TV Piratini naquele momento histórico deu-lhe rapidamente a liderança da audiência no Rio Grande do Sul (BERGESCH, 2010, p.153).

Logo após a criação das três emissoras pioneiras no Rio Grande do Sul, novas implantações sucederam-se, como a TV Educativa na década de 1970, criada através de um convênio com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, que transmitia uma programação destinada basicamente à cultura e a educação; a Televisão Guaíba, fundada em 1979 e totalmente desvinculada das emissoras do centro do país, apostando em uma linha de programação estritamente regional; e a TV Pampa, que surgiu no ano de 1980 pelas mãos do profissional radiofônico Otávio Gadret.

Entretanto, com as exigências de mercado cada vez mais competitivas e restritas, a maioria das emissoras do Rio Grande do Sul tiveram o mesmo destino. De acordo com Finger (2009), depois de idas e vindas, em parcerias com emissoras do centro do país, as primeiras emissoras renderam-se ao sistema de rede nacional e abdicaram, com raras exceções, de uma programação produzida pelos gaúchos e voltada para o público local/regional.

Exemplo disso, ainda conforme a autora, foi a mudança das concessões das emissoras gaúchas para empresas nacionais. A TV Piratini fechou e a concessão de Porto Alegre foi comprada por Sílvio Santos, que criou o hoje SBT – Canal 5 de Porto Alegre. A TV Difusora, comprada pelo Grupo Bandeirantes, se transformou na TV Bandeirantes RS, sobrevivendo com horários restritos de programação local. Já a TV Guaíba, que por muitos anos permaneceu independente, foi vendida recentemente para a Rede Record e a TV Pampa é hoje afiliada da Rede TV!

Segundo Finger (2009), a TV Gaúcha, que hoje se chama RBS TV, é ligada à Rede Globo de Televisão e conseguiu se estabelecer em rede regional com 18 emissoras filiadas no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina⁴, sendo considerada a afiliada da Rede Globo com maior

produção local – cerca de 15% do total transmitido, mesmo que os horários de exibição não sejam os mais nobres.

A Rede Brasil Sul de Televisão (RBS TV), conforme Klein (2006), foi a pioneira na constituição de uma rede regional de televisão. Para o autor, o conceito de rede para a RBS situa-se na mesma ideia defendida pelos militares em nível nacional para o setor de telecomunicações, ou seja, o conceito de integração nacional. Dessa maneira, a RBS TV integra os Estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina na grande parte das comunidades do sistema nacional.

Compreende-se aqui que a noção de telejornalismo local proporcionada pela RBS TV aproxima, através da cobertura de eventos e acontecimentos de cada região em específico, a comunidade que os assiste com a política e ideologia estabelecida naquele local. Desta forma oferta ao cidadão comum a possibilidade de “ganhar voz” na mídia tevê, procurando recobrir com mais precisão os acontecimentos que cercam essa realidade geográfica.

Inclusive, segundo Bazi (2001), existe uma lei que tramita no Congresso Nacional desde 1991⁵ que estabelece que as emissoras nacionais devam produzir, no mínimo, cerca de 30% de programação regional, para que a comunidade local tenha acesso à divulgação da informação e cultura regional.

Nesse sentido, Debona e Fontella (1996: 18) *apud* Bazi (2001), dizem que a televisão regional serve para desenvolver as características culturais de cada comunidade, combatendo uma homogeneização que poderia ser causada pelas grandes redes de comunicação.

No entanto, existem divergências conceituais acerca do termo “telejornalismo regional”. Bazi (2001) se apoia nos conceitos de autores como Bordieu (1989)⁶ e Correa (1991)⁷ para definir um conceito de telejornalismo regional. Para ele, é aquele que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha a programação voltada para ela mesma.

Desse modo, o papel do telejornalismo regional está na busca ações conjuntas com a comunidade no qual está difundido, atendendo os anseios noticiosos da

5 O Projeto de Lei nº 256/91, da deputada federal Jandira Feghali (PC do B/RJ).

6 Bourdieu (1989) *apud* Bazi (2001, p. 16) entende regional como um campo, onde representações mentais, objetivas e atos-estratégia de manipulação simbólica tem o objetivo de determinar representações mentais que funcionam na prática e são orientadas para a produção de efeitos sociais.

7 Para Correa (1991) *apud* Bazi (2001: 16), considera que o termo região não é apenas tradicional na geografia, mas está inserido no linguajar do homem comum, e nos dois casos, está ligado à noção fundamental de diferenciação da área.

4 A emissora trabalha ainda com dois canais comunitários, a TVCOM e o Canal Rural.

mesma. O êxito alcançado por essa proposta é refletido na audiência dos programas regionais, modo pelo qual a comunidade mostra sua aprovação ou seu desagrado, seguindo uma lógica de retratar a comunidade para conseguir audiência e, conseqüentemente, o anunciante. Nelson Sirotsky, superintendente da RBS TV, disse:

O público é que define a televisão. Se nós temos capacidade de fazer um projeto que agregue audiência, nós devemos fazer. Se nosso projeto não agrega audiência, nós temos que examinar. E se com certeza ele diminui audiência, nós temos que eliminá-lo. (CRUZ, 1996, p. 162 *apud* BAZI, 2001, p. 64).

Neste sentido, a sucursal da RBS TV de Caxias do Sul foi a primeira filial do Estado, implantada no ano de 1969 e baseada nos modelos operacionais de emissoras do interior dos Estados Unidos. Denominada desde sua fundação como TV Caxias, passa, a partir do ano de 1983, a se chamar RBS TV Caxias do Sul. No ano seguinte, em 1984, é instalada uma equipe de jornalismo na cidade de Bento Gonçalves. Atualmente, a emissora realiza a cobertura noticiosa de 47 municípios da serra e a estimativa de público chega a um milhão de telespectadores⁸.

A RBS TV Caxias do Sul, hoje, retransmite para a região da serra gaúcha todos os programas veiculados em rede pela RBS TV. No entanto, produz blocos autônomos em dois textos-programas da emissora: *Jornal do Almoço* e *RBS Notícias*. O “*Jornal do Almoço*” é o mais antigo telejornal da RBS TV, com 45 minutos de duração (inicia geralmente às 12 horas), e é transmitido de segunda-feira à sábado. O programa é dividido em 4 blocos de aproximadamente 10 minutos cada, sendo um deles produzido por cada praça da RBS TV, entre elas, a RBS TV Caxias do Sul.

Uma das épocas de maior visibilidade da RBS TV Caxias do Sul no Estado é quando esta realiza a cobertura noticiosa da Festa da Uva, um dos maiores e mais famosos eventos da região serrana do Rio Grande do Sul. No próximo item, a configuração desta cobertura será explicada com mais vagar.

Cobertura Televisiva da Festa da Uva de Caxias do Sul

A televisão faz parte da vida dos caxienses desde a década de 1960. Nesta época, os aparelhos ainda em

preto e branco não eram numerosos na cidade, o que agregava as famílias para assistirem a programação televisiva. De acordo com o site da Festa da Uva do ano de 2012⁹, as famílias que se reuniam nos corredores externos das casas para conversar, passaram a se reunir na sala diante da TV.

A presença da mídia televisiva é tão importante para a cidade de Caxias do Sul que até hoje os moradores se orgulham em ter sediado o evento em que foi realizada a primeira transmissão da TV em cores no Brasil, no dia 19 de fevereiro de 1972, iniciativa das emissoras TV Difusora, TV Rio, TV Gaúcha e TV Caxias. A Festa da Uva foi a primeira transmissão a cores da TV brasileira, antecedendo em cerca de 40 dias o lançamento dessa tecnologia no país.

Este fato, inclusive, foi apontado na apresentação do tema da edição do ano de 2012 da Festa da Uva¹⁰:

Pessoas se acotovelavam em frente às poucas lojas que já detinham aparelhos compatíveis com a nova tecnologia. O sonho trazido no coração de nossos antepassados, qual semente fora plantado no Campo dos Bugres... E floresceu... E dessa semente, veio a videira e dela, a uva. E da uva, a cor primeira que o Brasil conheceu na TV. E isso precisa ser dito em alto e bom som e claro, com todas as cores!

Interessado em investigar o entrelaçamento da história da televisão brasileira com a Festa da Uva de Caxias do Sul, o presente trabalho realizou uma análise acerca da cobertura noticiosa da RBS TV de Caxias do Sul na Festa da Uva do ano de 2012. O corpus da análise é composto de 23 (vinte e três) reportagens veiculadas no *Jornal do Almoço* da sucursal da RBS TV de Caxias do Sul entre os dias 16 de janeiro e 4 de março (período de duração da Festa da Uva). Foram analisados dentro de cada reportagem a temática, o tempo de duração de cada matéria, as imagens veiculadas e os entrevistados. A cobertura do *Jornal do Almoço* da RBS TV Caxias do Sul acerca da Festa da Uva de 2012 teve 49 minutos e 54 segundos de duração, contabilizados a partir das reportagens veiculadas.

Quanto à temática das reportagens, chegou-se à seguinte estimativa: seis delas tratavam dos preparativos

⁹ Disponível em <http://www.festanacionaldauva.com.br/2012/>

¹⁰ Disponível em http://www.festanacionaldauva.com.br/2012/Sobre_a_Festa/Tema/

⁸ Dados retirados do site da RBS TV de Caxias do Sul.

da Festa da Uva, como colocação de arquibancadas, preocupação com a segurança, caminhadas de divulgação da Festa, novidades sobre o desfile alegórico, etc. Houve, inclusive, uma reportagem que tratava dos relógios digitais desregulados ao longo da cidade e a consequente preocupação com os visitantes do evento, que iriam desconhecer a hora e o clima no momento da Festa da Uva.

Outra temática recorrente abordada pela RBS TV de Caxias do Sul em seis reportagens foi o resgate da memória e dos costumes da Festa, como nas reportagens “Comunidade caxiense guarda recordações da Festa da Uva”, “Presença de presidentes da República é tradição na Festa da Uva”, “Competição lembra costumes dos imigrantes” e na série de três reportagens especiais “Nossa História”, que remonta, a partir de três momentos (chegada dos imigrantes italianos a Caxias, principais momentos da Festa da Uva e primeira transmissão a cores da televisão brasileira) os grandes acontecimentos da Festa da Uva.

Oito reportagens se referiam a temas atuais da Festa, como nas matérias “Começa a Festa da Uva em Caxias do Sul”, “Vinte mil pessoas acompanharam o desfile do curso alegórico”, “Milhares de pessoas são esperadas para o primeiro fim de semana da Festa da Uva”, “250 toneladas de uva devem ser distribuídas na Festa”, “Olimpíadas coloniais”, “Inovação é um dos atrativos da Festa da Uva” e “Cerca de 30 mil pessoas assistiram o último desfile da Festa da Uva”.

As três matérias restantes que fazem parte do corpus do presente trabalho são uma tentativa de envolver o telespectador na cobertura televisiva da emissora. Denominadas “Você na Festa da Uva: as fotos dos telespectadores”, são reportagens que mostram, por meio de fotografias enviados pelos espectadores da RBS TV Caxias do Sul, a participação da comunidade caxiense nas diversas edições da Festa da Uva.

As imagens veiculadas nas reportagens também foram consideradas pela análise. Levando em conta que mais de um tipo de locação foi apresentada em cada reportagem, estabeleceu-se a seguinte relação: 13 tomadas foram feitas ou representaram o Parque de Eventos da Festa da Uva, 12 mostras as ruas e a cidade de Caxias do Sul, 8 tomadas eram imagens de arquivo da Festa da Uva e dos imigrantes italianos em Caxias do Sul e 6 tomadas eram realizadas em lugares aleatórios, que não se repetiram na cobertura televisiva realizada pelo Jornal do Almoço da RBS TV Caxias do Sul.

Dos 41 entrevistados na cobertura, 22 eram oriundos do povo (pessoas não reconhecidas pelo cargo ou posição que ocupam na sociedade caxiense) e 19 de

caráter oficial (estavam na reportagem para fornecer testemunho relacionado à organização e orientação técnica). Nove reportagens não possuem entrevistados, sendo que todos os atores sociais convocados a fornecer seu testemunho possuem relação com os festejos da Festa da Uva, seja como organizadores ou participantes.

Com a análise realizada, pode-se observar que as reportagens trouxeram elementos que correspondem a temas relacionados diretamente à concepção cultural do povo de Caxias do Sul, como as raízes italianas e a tentativa de reafirmação desta descendência. Em suma, a cobertura realizada acerca da Festa da Uva do ano de 2012 aponta fortemente para as características italianas da cidade e que remetem a elementos do passado.

Cogo (2006), afirma que em termos de agendamento referente à reconstrução do passado, as migrações surgem sob enfoques relativos ao resgate de origem e trajetória histórica dos imigrantes (como nas reportagens que contavam a vinda dos italianos para Caxias do Sul), ao patrimônio material, à contribuição artística e cultural (como a própria Festa da Uva e os desfiles realizados em comemoração a mesma), à repercussão do legado dos imigrantes em projetos e ações turísticas, comemorações e festejos relativos a datas que comemorem a imigração.

Ainda sobre a questão da imigração, Cogo (2006) relata que este tipo de cobertura noticiosa, ao estabelecer a noção de cultura ancorada na ideia de tradição como algo estático e a ser preservado, faz com que as mídias se tornem, em certa medida, guardiões do mito de que as tradições são impenetráveis à mudança.

No tocante a este ponto, Benin (2007) afirma que se faz necessário considerar que a construção da identidade italiana realizada pela RBS TV de Caxias do Sul não se baseia somente nas lógicas de produção da empresa, mas nos pactos simbólicos realizados em seu entorno com as comunidades locais. Assim, ainda de acordo com a autora, é exposta a cultura de determinados segmentos que agendam a mídia, principalmente por meio da política e economia destas específicas comunidades.

Outra característica bem demarcada da cobertura televisiva realizada pela RBS TV de Caxias do Sul se refere ao apelo histórico que a mídia realiza acerca da Festa da Uva. As referências ao passado da Festa e da cidade de Caxias do Sul são constantes, estabelecendo sempre uma relação com o presente e reafirmando as raízes históricas do local.

O futuro tecnológico, entretanto, também tem seu espaço na cobertura da RBS. Inovações em estandes que apresentam novas tecnologias e novos modos de cul-

tivo da uva são pautados pela mídia televisiva de Caxias do Sul. Ela reitera, assim, a máxima de sempre preservar o passado, mas com os olhos no futuro.

Considerações Finais

A cobertura televisiva realizada pelo telejornalismo local ou regional ainda tem uma incipiente história de interesse nas pesquisas acadêmicas e carece de muitas investigações, não só do pronto de vista histórico, como também de seus modos de produção, pois este tipo de contexto remete, diretamente, a construção de uma identidade e de um pertencimento à esta mídia tão platinada e etérea como a tevê.

Estes questionamentos moveram o interesse em investigar a cobertura noticiosa da edição do ano de 2012 da Festa da Uva realizada pelo telejornal local *Jornal do Almoço da RBS TV Caxias do Sul*. O resultado desta análise apresentou diferentes acepções sobre o tema e propôs, também, alguns percursos de compreensão deste modo de fazer produção de notícias para a televisão neste contexto, em específico.

O primeiro ponto a ser considerado é o papel que este telejornal exerce na constituição da identidade cultural da comunidade serrana, sendo que o mesmo proporciona um contato entre sujeitos, mesmo que por meio de das telas de televisão. Através de suas emissões acerca da sociedade e dos acontecimentos ocorridos no ambiente social, o *Jornal do Almoço da RBS TV Caxias do Sul* permite que o indivíduo interaja com particularidades de sua região e que fazem parte de sua essência, fortalecendo sua identidade local e o sentimento de pertencimento com região retratada.

A proximidade gerada pelas mensagens difundidas pela televisão regional ao seu público cria vínculos sociais que são responsáveis pela construção da identidade cultural da comunidade. Assim, os telejornais locais buscam manter uma relação que também é afetiva com o seu público, que se reconhece na veiculação de acontecimentos acerca de um cotidiano em comum. A TV se configura como um agente unificador da sociedade local.

Deste modo, emissoras que se dedicam na veiculação de matérias referentes ao contexto local têm a possibilidade de recobrir tal realidade com maior profundidade e precisão os eventos ocorridos em seu âmbito, devido ao acesso facilitado a estes locais e a um tempo consideravelmente maior na produção e veiculação da reportagem.

Sob um viés sociológico, Bordieu (1989) pensa em regional como um campo onde se manifestam as representações mentais - tais como a língua, o sotaque, o

dialeto, o caráter-, as representações em objetos - como emblemas, bandeiras, hinos e indumentárias -, além dos atos-estratégia de manipulação simbólica, com o objetivo de determinar como as representações mentais funcionam na prática e são orientadas para a produção de efeitos sociais.

Nessa mesma lógica, Coutinho e Fernandes (2007) afirmam que “a interação das experiências vivenciadas pelo indivíduo em seu nicho sócio-cultural com a recepção da mensagem televisiva será importante para sua transformação”. Para elas, a relação de telejornalismo local e seus destinatários, quando trabalhada no contexto de formação de identidades, passa a contribuir para transformar o conhecimento do espectador enquanto sujeito sócio-cultural.

O papel do telejornalismo regional, como o que é produzido pela RBS TV Caxias do Sul, está na busca ações conjuntas com a comunidade no qual está difundido, atendendo os anseios noticiosos da mesma. O êxito alcançado por essa proposta é refletido na audiência dos programas regionais, modo pelo qual a comunidade mostra sua aprovação ou seu desagrado.

Outra questão observada por meio da análise da cobertura da Festa da Uva pela RBS TV Caxias do Sul foi o recorrente apelo ao contexto histórico tanto da Festa quanto da própria cidade. A utilização de imagens de arquivo da chegada dos imigrantes italianos a Caxias do Sul remonta e ilustra a história da colonização que faz referência ao imaginário local e à constituição da identidade da população de Caxias do Sul.

No entanto, ao mesmo tempo em que algumas reportagens abordavam o passado histórico, outras retratavam a preocupação dos caxienses com a organização a imagem atual da cidade e do evento perante aos visitantes. Tais matérias refletem a busca pela preservação de uma identidade local onde a Festa da Uva assume um importante papel na comunidade e no Estado.

Além disso, o espaço que o telejornal proporcionou para que telespectadores enviassem fotos que ilustravam sua presença no evento por meio das reportagens “Você na Festa da Uva: as fotos dos telespectadores” reitera a máxima de que o telejornal local permite que os sujeitos possuam voz na mídia e tenham como referência pessoas oriundas de seu círculo social.

Os lugares em que foram produzidas as reportagens da Festa da Uva também corroboram para esta afirmativa, sendo que foram realizadas em locais facilmente reconhecidos pelos moradores de Caxias do Sul, como o próprio Parque da Festa da Uva e principais ruas e avenidas da cidade.

Tanto a história da televisão brasileira quanto a memória dos moradores de Caxias do Sul foram compostos pelas trinta e duas edições da Festa da Uva. Este festejo foi capaz de entrelaçar essas duas unidades e desenvolver um sentimento de pertença sob o ponto de vista histórico e cultural em ambos. A relação entre eles está constituída a partir da essência do outro: não existe memória da televisão sem a Festa da Uva, assim como a tradição da Festa da Uva não pode ser desvinculada da televisão.

Referências bibliográficas:

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. *TV Regional: trajetória e perspectivas*. Campinas: Editora Alínea, 2001.

BERGESCH, Walmor. *Os Televisonários*. Porto Alegre: Ardotempo, 2010.

BONIN, Jiani Adriana. Mídia televisiva regional e identidade étnica: a RBS e as configurações da identidade italiana na recepção. *Revista Fronteiras*, São Leopoldo, volume 9, n°2, mai/ago 2007.

COGO, D. 2006. *Mídia, interculturalidade e migrações contemporâneas*. Rio de Janeiro, E-papers; Brasília, DF, CSEM, 224 p.

FINGER, Cristiane. Os 50 anos de História da Televisão no Rio Grande do Sul. *Rua*. São Carlos, dez. 2009. Disponível em: <<http://www.ufscar.br/rua/site/?p=2506>>. Acesso em 30 de agosto de 2010, 13:37:00.

KLEIN, Otávio José. Os indígenas kaigángs no telejornalismo da RBS TV no Rio Grande do Sul: análise da produção. *UNIrevista*, São Leopoldo, volume 1, n° 3, julho de 2006.

REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000.

SOUZA, Cláudio Mello e. *Jornal Nacional: 15 anos de história*. Rio de Janeiro: Rio Gráfica, 1984.

Recebido: 06/09/2012

Aprovado: 19/11/2012