

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

Frederico Belcavello

**A TV INDUSTRIAL DE JUIZ DE FORA:
MEMÓRIAS DA JUIZDEFORANEIDADE (1964-1979)**

Juiz de Fora
2010

FREDERICO BELCAVELLO

**A TV INDUSTRIAL DE JUIZ DE FORA:
MEMÓRIAS DA JUIZDEFORANEIDADE (1964-1979)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a obtenção de grau de Mestre em Comunicação.

Linha de pesquisa: Comunicação e Identidade

Orientador: Prof. Dr. Aluizio Ramos Trinta

Juiz de Fora
2010

Frederico Belcavello

A TV Industrial de Juiz de Fora:
Memórias da juizdeforaneidade (1964-1979)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de pesquisa: Comunicação e Identidade

Orientador: Prof. Dr. Aluizio Ramos Trinta

Dissertação aprovada em 08/07/2010 pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Aluizio Ramos Trinta (UFJF) – (orientador)

Prof.^a Dr.^a Christina Ferraz Musse (UFJF) – (convidada)

Prof.^a Dr.^a Ana Lúcia Silva Enne (UFF) – (convidada)

Conceito obtido: _____

A todos que um dia devotaram tempo, esforços e sonhos a fazer televisão local em Juiz de Fora.

AGRADECIMENTOS

Ao meu caríssimo orientador, Prof. Aluizio, *protótipo de lord, gentleman, Sir*, que me deu a honra de compartilhar seu saber, a gentileza da atenção minuciosa e o exemplo de grande mestre, pessoa distinta e alma iluminada!

Ao Prof. Álvaro Americano, meu eterno orientador, por plantar a semente e encorajar este trabalho desde a primeira hora.

À Prof.^a Iluska Coutinho, também pelo primeiro apoio, incentivo e acompanhamento do gérmen desta pesquisa.

À Prof.^a Christina Musse, por tudo o que dividiu e colaborou no amadurecimento das minhas ideias e por tão brilhantemente teorizar sobre a juizdeforaneidade.

Ao Colegiado do PPGCOM, pelo entendimento e atendimento de meu pleito.

Ao Prof. Cristiano Rodrigues, por todo apoio, todas as ideias, preocupação e disposição em colaborar.

Aos Professores Cláudia Castro e Ricardo Bedendo, pelo auxílio mais que providencial.

Aos Colegas Professores do Curso de Comunicação do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, em especial ao Professor Gustavo Burla, pelo apoio e incentivo.

A Flávio Lins Rodrigues e Lívia Fernandes de Oliveira, grandes parceiros, que tão solícitamente contribuíram com suas pesquisas.

Aos demais Colegas das turmas 2007 e 2008, “regulares” e “especiais”, pelos ótimos momentos.

Ao meu “simpático” Zedu, por todo apoio logístico e cumplicidade.

Ao meu “comparsa” Rodrigo Lobão, sem o qual este trabalho teria sido inviável!

À Aninha, pelos minutos dedicados!

À Clara, por todos os minutos dedicados!

À Mônica, a companheira, na acepção mais exata da palavra!

Ao meu pai e à minha mãe, que jamais hesitaram em me fazer trilhar o caminho até aqui!

A Geraldo Magela Tavares, Natálio Luz, Carlos Sampaio, Marilda Ladeira, Regina Gaio, Ivan Costa, Jair Macedo, Clodesmidt Riani, Walter Monachesi, Geraldo Mendes e Sebastião da Mata, pela gentileza e emoção de cada depoimento. Vocês são a memória da TV Industrial!

RESUMO

A TV Industrial figurou entre as pioneiras geradoras de programação instaladas fora de uma capital brasileira. Operou em Juiz de Fora entre 1964 e 1979, período no qual foi o único canal caracterizado como emissora local. Esta Dissertação resgata a história da TV Industrial (e seus antecedentes) e analisa o papel mediador desempenhado pela emissora no processo de representação da identidade juizforana na televisão. Veículo local, a TV Industrial se valeu de traços da juizdeforaneidade na construção de sua identidade, e, pelo conteúdo veiculado, representava o imaginário da cidade em sua programação. A metodologia de pesquisa envolve a história oral, revelando as memórias de ex-comunicadores que participaram da concepção e do dia a dia da TV Industrial. Os relatos colhidos oferecem dados históricos, pondo em destaque critérios adotados para nortear os conteúdos veiculados, os processos de produção desses conteúdos e a impressão dos ex-comunicadores sobre o que representou a TV para a cidade. Uma pesquisa documental serviu para rastrear registros sobre a emissora publicados na imprensa local da época. Ao final, destacam-se a relevância e a singularidade do lugar ocupado pela TV Industrial na representação da juizdeforaneidade, levando-se em conta a importância da mídia televisiva para a mediação de identidades.

Palavras-chave: Comunicação. Identidade. Televisão. Juiz de Fora. TV Industrial.

ABSTRACT

In the recent past, TV Industrial figured among the pioneer local broadcasting television stations located outside of a Brazilian state capital. It operated between the years of 1964 and 1979, a period of time in which it came into view as the only TV channel in Juiz de Fora to be rightly called a local broadcasting station. This study is aimed at both reconstructing the history of TV Industrial and investigating the role it played in shaping Juiz de Fora's cultural identities. Through its competent cultural mediation, TV Industrial has to a large extent helped to construct identities for "juizforanos". On the whole, such identities gave shape to what is herein called "juizdeforaneidade". In its programs, TV Industrial staged local setting, issue and even linguistic turns. In this respect, it is acknowledged that one of the self-evident characteristics of television images lies in their verisimilitude to normative consensual notions of 'real life'. As for the methodological approach, we believe that oral testimonies are to be used as an apt way to make known the memories of former broadcasters responsible for TV Industrial original conception and routine. Beyond its function as the history-documentation medium, TV Industrial has proven that there is no better way to understand society than through the reliable records of the self-society's actions, symbols, and oral texts. We then point out that all sorts of narratives produced for local audiences are always going to operate in some relation to established discourses of local cultural identities. Finally, the present thesis is committed to highlighting TV Industrial relevance and uniqueness in its representations of "juizdeforaneidade".

Keywords: Communication. Cultural Identities. Television. Juiz de Fora. TV Industrial.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	A CONSTRUÇÃO SOCIAL DAS IDENTIDADES	16
2.1	REALIDADE, SOCIALIZAÇÃO E REPRESENTAÇÃO	16
2.2	IDENTIDADE, DIFERENÇA E <i>ESPÍRITO DO TEMPO</i>	22
2.3	A IDENTIDADE LOCAL NO CONTEXTO DA GLOBALIZAÇÃO	28
2.4	MEMÓRIA E CONSTRUÇÃO DE REFERENCIAIS	34
2.5	FUNDAMENTOS DA JUIZDEFORANEIDADE	38
2.6	A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE INDUSTRIAL DA “MANCHESTER MINEIRA”	44
3	POR UMA VISÃO COMPREENSIVA DA TELEVISÃO BRASILEIRA ..	51
3.1	SOBRE A CENTRALIDADE DA TV NA VIDA SOCIAL BRASILEIRA	52
3.2	PROCESSO E PROCEDIMENTOS DE MEDIAÇÃO	60
3.3	TELEVISÃO E FORMAÇÃO DE IDENTIDADES	62
4	A TV INDUSTRIAL DE JUIZ DE FORA	69
4.1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	73
4.2	“JUIZ DE FORA CONHECE A TELEVISÃO”	81
4.3	TV MARIANO PROCÓPIO X TV INDUSTRIAL: DISPUTA POR UMA CONCESSÃO	83
4.4	“DO ZERO AO INFINITO”: A TRAJETÓRIA DA TV INDUSTRIAL	92
4.4.1	“Nasceu aqui... é gente de casa”: a juizdeforaneidade na tela da TV Industrial	103
4.4.2	O auditório	108
4.4.3	O jornalismo local	113
4.4.4	As transmissões esportivas e o programa “Camisa 10”	116
4.4.5	Transmissões extraordinárias: o carnaval e o “Sermão da Montanha”	124
4.4.6	O fim da TV Industrial	128
5	CONCLUSÃO	134
	REFERÊNCIAS	139

1 INTRODUÇÃO

A combinação de traços característicos de um agrupamento social localizado em um recorte espacial determinado compõe a base referencial sobre a qual ergue-se a noção de *identidade* de uma comunidade. A busca pelo reconhecimento desta identidade torna-se a motivação que impulsiona processos de representação numerosos e variados, os quais vão se manifestar como (a) cultura desta comunidade. Trata-se da constituição de uma espessa trama de significados pelos quais a comunidade atribui sentido a si mesma.

A organização social do mundo, desde o início do século XX, vem atribuindo aos meios de comunicação papel de primazia como palco de produção de significados e, portanto, de representação das identidades. Constatamos a configuração de uma sociedade midiaticizada, na qual tudo o que há carece de representação no sistema midiático, como forma de atestar-se real e crível aos olhos humanos. Essa lógica estabeleceu-se tendo o jornal – ainda antes do século XX – como principal veículo de comunicação; ao longo dos anos, porém, iria render-se aos meios eletrônicos e às suas tecnologias. O rádio, antes, e a televisão, depois, potencializaram o sistema de mídia de massa, alçando os meios de comunicação ao patamar de protagonistas na produção social de sentido e organização de espaços simbólicos.

Considerando a hegemonia alcançada pela televisão, poucos anos após seu surgimento, Dominique Wolton (2006) destaca sua atuação simbólica, apontando-a como “espelho” da sociedade. Com isso, quer dizer que a sociedade se vê através da televisão, por meio de representações simbólicas ali ofertadas ao telespectador. Acreditamos que, como representações, estas imagens “refletidas” da realidade social do mundo cotidiano resultam, indubitavelmente, de construções discursivas, pontos de vista dos produtores das

mensagens e do conteúdo veiculado na TV. Trata-se, portanto, de um espelho que pode assumir variadíssimas formas – plana, côncava, convexa etc. – e ser comparado a um daqueles encontrado em uma autêntica “Casa dos Espelhos”.

Essa noção da televisão como “espelho da sociedade” é particularmente pertinente em âmbito local, na circunscrição das cidades, sobretudo se levarmos em conta as características que reforçam a noção de comunidade nesses limites. Para Renato Ortiz (1999, *apud* PERUZZO, 2006), a intensidade do local estaria baseada na proximidade do lugar, na familiaridade e na diversidade (em oposição à padronização do modelo global) que contrasta vivamente ao distante. Mostrando-se empiricamente tangível, o local é associado à ideia de autêntico. No entanto, os elos diriam mais respeito a uma eventual identidade de interesses e, claro está, a identidades simbólicas, do que à pura territorialidade. Assim, a necessidade do telespectador de referenciar-se estimula seu interesse pelo que está mais próximo, pelo que afeta palpavelmente sua vida e, portanto, produz alguma identificação. Estes pressupostos embasam um canal de televisão com programação local.

Em Juiz de Fora, a constituição da mídia televisiva local iria manifestar-se, de fato¹, em 1964, com a fundação da TV Industrial. A emissora levava ao ar uma grade de programação de produção própria, sendo uma das primeiras a ser instaladas em uma cidade interiorana. Foi concebida e se sustentou, durante todo o período em que esteve em funcionamento, com uma programação votada e voltada a assuntos de interesse de Juiz de Fora. Afirmava-se como emissora da cidade, com o *slogan* “nasceu aqui, é gente de casa”; nestes termos, o início de suas operações traduzia bem sua potencial capacidade de promover a representação da comunidade juizforana na televisão.

Ao longo dos dezesseis anos em que esteve no ar, a TV Industrial era o único canal de televisão local de Juiz de Fora, apresentando-se, portanto, como adequado espaço

¹ No capítulo 4, mencionamos a existência da TV Mariano Procópio, anterior à inauguração da TV Industrial. Tratava-se, porém, de uma retransmissora da TV Tupi, que não chegou a se efetivar como emissora regular.

de mediação das identidades juizforanas na televisão – uma instância de mídia que, nos anos 60, desenvolvia-se rapidamente e encantava o público com seu apelo de novidade tecnológica.

É por conta dessa singularidade que elegemos a TV Industrial nosso objeto de estudo. E o que investigamos nesta Dissertação é o modo pelo qual a emissora promoveu a representação da identidade juizforana em sua programação e como valeu-se de elementos caracterizadores da noção de *juizdeforaneidade* para afirmar-se como canal local.

Dentre nossos objetivos alinham-se os de verificar os critérios, a lógica e os conceitos presentes no processo de criação de programas, bem como a constituição da grade de programação da TV Industrial, com atenção a especiais aspectos de localidade; registrar o pensamento expressado de ex-comunicadores, em sua condição de produtores de conteúdo, sobre o seu trabalho ao falar da cidade, de assuntos, pessoas e acontecimentos da cidade, oferecendo representações da(s) identidade(s) de Juiz de Fora para o público telespectador; notar e anotar os traços identitários característicos da “juizdeforaneidade”, evocados pela TV Industrial na composição de sua programação; examinar a construção de sua identidade como canal local de televisão; enfim, mediante uma produção bibliográfica criteriosa e relevante para a história da Comunicação de Juiz de Fora, contribuir para o resgate da memória da emissora, coligindo fontes históricas referentes à elaboração e à execução do projeto de TV local realizado pela Industrial.

Trabalhamos com a hipótese de que o projeto elaborado e desenvolvido pela TV Industrial considerava ser estratégico o sucesso de público e audiência alcançado à exibição valorizada da cidade de Juiz de Fora na tela da televisão, expondo a(s) identidade(s) local(is) em sua programação. Para isso, precisaria também firmar sua própria identidade, a ela incorporando traços daquilo que caracteriza a “juizdeforaneidade”, e compondo

estruturas simbólicas pelas quais, por empatia, o telespectador logo se identificasse com o canal.

As memórias dos ex-comunicadores que participaram da concepção e do dia a dia da TV Industrial oferecem um caminho para o conhecimento de conceitos e critérios que norteavam a programação da emissora. Tal conhecimento, em muito, contribui para uma clara visão de procedimentos de produção de sentidos evidenciados quando da representação da(s) identidade(s) juizforana(s). Esta última, por sua vez, revela uma elaboração psicossocial de significados em sintonia a modos, meios e formas de identificação vigentes àquela época.

As memórias relatadas dos ex-comunicadores da TV Industrial permitem entrever um imaginário bastante peculiar com respeito à identidade da cidade e ao papel desempenhado pela TV Industrial, no curso do processo histórico de arregimentação de traços identitários associados à “juizdeforaneidade”.

Para conhecer essas memórias, com base na metodologia da história oral, colhemos depoimentos de pessoas que atuaram como comunicadores na emissora. cremos ter dado um importante passo para a reconstrução histórica pretendida, uma vez que buscamos preencher lacunas existentes nos documentos escritos. Fontes documentais e produções bibliográficas sobre a TV Industrial são, de resto, escassas².

Os entrevistados são, em sua maioria, ex-comunicadores da emissora. Foram selecionados pela disponibilidade em nos atender e por desempenhar papel de sujeitos ativos na construção da TV Industrial e de sua programação. Foram eles os responsáveis pela

² A TV Industrial funcionou até 1979, quando foi adquirida pela família Marinho, tornando-se TV Globo Juiz de Fora. Atualmente, corresponde à TV Panorama, afiliada da Rede Globo, que não dispõe de arquivo documental referente ao período da TV Industrial. Quanto a publicações, tem-se o registro de uma monografia (trabalho de conclusão de curso de graduação) de 1985 e alguns artigos avulsos que tratam da emissora no contexto da história da televisão em Juiz de Fora.

concepção e desenvolvimento de formatos, assim como pela definição de conteúdos veiculados, o que os situa como privilegiados artífices de representações da cidade pela tevê.

Os depoimentos fornecem valiosas informações historiográficas, provendo ainda material de grande valia para a detecção e o registro de traços de juizdeforaneidade, evocados pela TV Industrial, bem como de formas representativas da(s) identidade(s) juizforana(s) tal como a emissora buscou propô-las. Em abono do viés historiográfico, coletamos dados através de pesquisa documental, com destaque para registros factuais sobre a atuação da emissora encontrados em publicações da imprensa juizforana.

Para fundamentar as reflexões propostas, no capítulo 2, apresentamos os pilares teóricos da nossa abordagem, explicitando o conceito de *identidade* e sua relação com a noção da construção social da realidade, proposta por Berger e Luckmann. Também destacamos a evolução diacrônica do conceito de *identidade* e a definição contemporânea de sua fragmentação descrita por Stuart Hall, Tomaz Tadeu da Silva, Kathryn Woodward e Zygmunt Bauman. Por uma descrição do *espírito do tempo* contemporâneo, o que, neste capítulo, propomos é a apresentação da emergência da localidade como parâmetro identificatório. Assim, o espaço da cidade se faz importante ambiente de intercâmbio de significados e produção de sentidos. Destacamos, ainda, o conceito de *memória* e sua valia para o entendimento de processos de construção de identidades. Autores como Michael Pollak, Ana Lúcia Enne e Marialva Barbosa põem em relevo um movimento hoje existente de valorização da memória, que estaria diretamente ligado à percepção fragmentada da identidade. Dessa forma, a civilização contemporânea teria na memória importante mecanismo de produção de marcos identitários, e estes, por sua vez, seriam evocados no decorrer dos movimentos de composição das identidades. Ao finalizar o capítulo 2, tratamos de aspectos identitários que compõem a noção de juizdeforaneidade, segundo, principalmente, a abordagem oferecida por Christina Musse. Destacamos, porém, a construção da “identidade

industrial” associada ao desenvolvimento de Juiz de Fora, tomando para tanto os apontamentos de diversos historiadores.

No capítulo 3, refletimos sobre as especificidades e o papel destacado da televisão no processo de constituição das identidades. O conceito de *mediação*, proposto por Jesús Martín-Barbero serve admiravelmente a um exame crítico da dimensão de uma representação *televisual*, mas também *televisiva* e *televisível* de identidades já formadas ou em vias de se formar. Aqui queremos destacar a suscetibilidade da TV como veículo de construção de identidades e propositor de parâmetros identificatórios. Enfatizamos, por necessário, as especificidades da produção televisiva no âmbito local, destacando as estratégias de construção de laços identitários com o público telespectador, o esforço em retratar (ou esboçar um retrato) do espaço urbano correspondente à cidade sede e o relacionamento próximo do público com os comunicadores. Valemo-nos, para tanto, de preciosos conceitos de Jesús Martín-Barbero, Dominique Wolton, Douglas Kellner e Aluizio Ramos Trinta.

Finalmente, no capítulo 4, apresentamos a trajetória da TV Industrial, desde os antecedentes históricos que contextualizam sua implantação. Salientamos a época de ouro do rádio de Juiz de Fora e a tradição dos cinejornais produzidos por João Carriço, como importantes experiências pregressas de representação. Em função do sucesso por elas alcançado e sua integração na dinâmica social da cidade, tais iniciativas acabariam por fomentar e dar lastro à ideia de um canal juizforano de televisão, desencadeando, então, intensa disputa pela conquista da concessão, protagonizada por dois grupos distintos: um ligado aos Diários Associados, grande conglomerado de atuação nacional que em Juiz de Fora dirigia, à época, uma rádio e um jornal; outro, liderado pela família Mendes, detentora de concessão das rádios Industrial e Difusora e cujas ligações políticas, em âmbito nacional, se relacionavam ao Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), ao Presidente Getúlio Vargas

e ao Presidente João Goulart. Por isso, neste capítulo, contextualizamos, também, a atuação da família Mendes, vencedora da disputa e, portanto, proprietária da TV Industrial, desde sua entrada no ramo da comunicação, com o rádio, até suas ligações políticas, que se mostraram vitais para a concessão obtida para a TV Industrial. No que tange à emissora propriamente dita, destacamos seus núcleos de programação, pensando as maneiras pelas quais conteúdos veiculados davam a ver a juizdeforaneidade e constituíam o caráter local da emissora. Também refletimos sobre a interrelação institucional da emissora com a sociedade juizforana, na busca do entendimento da atuação da TV Industrial como sujeito na produção de sentido no contexto social da cidade de Juiz de Fora. Dedicamo-nos ainda a traçar algumas considerações sobre a presença física da emissora no espaço urbano da cidade, manifesta nos traços modernistas de sua arquitetura e localização em um ponto turístico.

2 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DAS IDENTIDADES

A abordagem que propomos para analisar a relevância e o papel desempenhado pela TV Industrial na representação e na construção da(s) identidade(s) juizforana(s) através da televisão fundamenta-se, sobretudo, no conceito de *identidade*. No entanto, antes de apresentarmos definições para o termo, faz-se necessário contextualizar o ambiente teórico que dará sustentação a nossas argumentações. Para chegarmos ao entendimento das reflexões que dizem respeito à noção de identidade e sua relação com os processos de *representação, identificação e memória*, optamos por tomar como base uma abordagem *construcionista* da produção de sentidos e significados e da própria identidade. Isso implica tomar pensadores da corrente do interacionismo simbólico como referência e considerar verdadeira a premissa de que a realidade é construída socialmente e que a vida cotidiana dota-se de sentido subjetivamente, à medida que forma um mundo coerente, pela realidade interpretada pelo sujeito (BERGER; LUCKMANN, 2007, p. 35). Em consequência, vamos indubitavelmente perceber a identidade como um processo social dinâmico, discursivo e histórico, sustentado pelos mesmos pilares da noção de realidade e que apontam a(s) identidade(s) como realidade(s).

2.1 REALIDADE, SOCIALIZAÇÃO E REPRESENTAÇÃO

Tomamos de Berger e Luckmann (2007, p. 11) o conceito de *realidade* como algo que reconhecemos no mundo e que tem sua existência independente da vontade hu-

mana de existir ou não. O *conhecimento*, por sua vez, é enunciado como a certeza de que os fenômenos são reais e apresentam características específicas. Decorre daí a constatação de que há uma multiplicidade empírica do conhecimento e, por conseguinte, da percepção da realidade, o que podemos definir como *relatividade social*, o que implica considerar que sujeitos de contextos sociais diferentes podem apresentar percepções distintas da realidade, constatando-se que o que é real para um pode não ser real para outro; ou, como no exemplo dos autores: “o que é ‘real’ para um monge tibetano pode não ser ‘real’ para um homem de negócios americano.” (BERGER; LUCKMANN, 2007, p. 13).

Isso ocorre porque a elaboração do pensamento daquilo que julgamos real é uma construção humana, uma constituição de significados que se dá a partir da interferência humana no mundo que nos cerca, já que é assim que se estabelecem os sentidos para o sujeito, uma vez que “[...] todos os universos simbólicos e todas as legitimações são produtos humanos, cuja existência tem por base a vida dos indivíduos concretos e não possui status empírico à parte dessas vidas.” (BERGER; LUCKMANN, 2007, p. 172).

Podemos, portanto, definir esse contato do sujeito com o mundo ao seu redor como *socialização*, ou seja, “[...] a ampla e consistente introdução de um indivíduo no mundo objetivo de uma sociedade ou de um setor dela.” (BERGER; LUCKMANN, 2007, p.175). Há dois níveis de socialização: a primária, referente à que se dá na infância e promove a introdução do sujeito na vida social; e a secundária, que diz respeito a qualquer processo subsequente à socialização primária, que introduz o indivíduo em novos setores do mundo objetivo de sua sociedade. Um e outro nível se baseiam em instituições ou “submundos” institucionais.

Tanto em um nível quanto em outro operam duas facetas distintas da realidade: a objetiva e a subjetiva. A realidade objetiva refere-se ao mundo institucionalizado, legitimado e, portanto, objetivo – o mundo das coisas, resultado de processos históricos de lon-

ga data que as definiram como tal. Já a realidade subjetiva diz respeito à apreensão ou interpretação de elementos objetivos como dotados de sentido, ou seja, como manifestação de processos subjetivos de outrem e que, portanto, adquirem significação. É o mundo da interpretação.

Assim, entendendo a sociedade como uma realidade ao mesmo tempo objetiva e subjetiva, devemos concebê-la como um processo dialético em curso, composto de três momentos: exteriorização, objetivação e interiorização, os quais ocorrem simultaneamente.

Contudo, o indivíduo não nasce membro da sociedade. Nasce com a predisposição para a sociabilidade e torna-se membro da sociedade. Por conseguinte, na vida de cada indivíduo existe uma sequência temporal no curso da qual é induzido a tomar parte na dialética da sociedade. O ponto inicial deste processo é a interiorização, a saber a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objetivo como dotado de sentido, isto é, como manifestação de processos subjetivos de outrem, que desta maneira torna-se subjetivamente significativo para mim. (BERGER; LUCKMANN, 2007, p.173-174).

Todo processo social é tomado para dentro da consciência individual pela realização da interiorização, fator esse responsável pela inclusão de um indivíduo como membro de uma sociedade. A objetivação, por sua vez, se manifesta através dos processos de organização do mundo, da criação das instituições, aquelas que vão referenciar a produção de significados e sentidos. Já a exteriorização é definida pela ideia de que os processos tornam-se sociais de dentro para fora, o que significa afirmar que o indivíduo é o que é porque interioriza o que vive no espaço social; mas, ao existir e relacionar-se neste espaço, redefinindo-o, interfere na sua constituição por meio da exteriorização.

Assim, se tomamos a realidade como uma percepção humana, socialmente construída e resultante da socialização (e seus três momentos apresentados acima), podemos aplicar a mesma lógica para o caso da constituição das identidades. Se a noção de realidade se presta a definir o que é o mundo, a reconhecer o que são as coisas ao nosso redor, o que são os objetos, o conceito de *identidade* refere-se àquilo que o sujeito é, ou, ao me-

nos, à noção que o sujeito tem de si mesmo e dos outros sujeitos com os quais convive em sociedade.

A atuação do indivíduo no espaço da interação social pressupõe uma multiplicidade de papéis, os quais serão assumidos ou desempenhados pelo sujeito numa relação de troca comunicativa com o ambiente. É desempenhando um papel ou ostentando uma máscara que o sujeito vive as interiorizações e as exteriorizações. Erving Goffman (1989) afirma que o indivíduo se apresenta na vida social como um ator que realiza uma representação teatral em situações comuns do cotidiano. Isso quer dizer que ele se comporta de diferentes maneiras ante suas diversas atividades, ante os outros indivíduos e, até, diante de si mesmo.

A partir dessa abordagem da interação social pela representação, Goffman explicita algumas categorias-chave para o entendimento do processo. A *interação* é definida como o processo face a face, o encontro, ou seja, “a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros, quando em presença física imediata” (1989, p. 23). O *desempenho* significa a atividade que influencia outros participantes, a “plateia” diante da sua atuação, ou os coparticipantes da interação. Há ainda o *movimento* ou *prática* que diz respeito ao “padrão de ação pré-estabelecido que se desenvolve durante a representação e que pode ser apresentado ou executado em outras ocasiões” (1989, p. 24). O ato de desempenhar um mesmo movimento ou prática para um mesmo público em diferentes ocasiões gera um *relacionamento social*, que é o primeiro passo para a instituição de um *papel social*, definido pelo estabelecimento de direitos e deveres em relação a uma determinada situação social.

No momento da interação, o sujeito atua como um ator ao representar um papel: deseja transmitir certas impressões à sua plateia. Em muitos casos, ele pode até não estar consciente de que está representando, visto que, por vezes, convence-se de que a im-

pressão da realidade que encena é a verdadeira realidade. E, com relação a si, o indivíduo representa a concepção que faz de si mesmo – ou encarna a identidade que construiu para si ou tomou como sua verdade.

Goffman define a *representação* como “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre eles alguma influência” (1989, p. 29). Em uma representação, a face perceptível à plateia ou aos demais atores da interação corresponde à *fachada*, ou seja, o repertório expressivo empregado no ato. Quando um ator assume um papel social estabelecido, geralmente já existe uma determinada fachada para esse papel.

Uma fachada social tende a se institucionalizar em termos das expectativas estereotipadas abstratas, e, assim, torna-se ela mesma uma representação coletiva. Quando o sujeito se apresenta socialmente ele destaca os valores oficialmente reconhecidos pela sociedade e, para conseguir transmitir a impressão que deseja à sua plateia, reforça aspectos já estabelecidos de maneiras dramatizadas, e tende a incorporar e exemplificar valores oficialmente já reconhecidos na sociedade, oferecendo uma impressão que é idealizada. Em representações idealizadas estão presentes a cerimônia, a reafirmação de valores morais de senso comum e o realce dos valores oficiais comuns na sociedade em que se dá a interação.

Quando um indivíduo participa de uma interação social, ele projeta uma definição da situação. Caso ocorra algo incompatível com a impressão criada, a interação social pode sofrer consequências, os participantes desta interação podem ser abalados, a estrutura social pode sofrer rupturas, a legitimidade de uma estrutura social pode ser colocada à prova; a personalidade do eu de um indivíduo, ou a identidade que julga como sua, pode ser abalada, pois as concepções de si mesmo podem ser repensadas.

A representação que um indivíduo constrói de si mesmo não é algo que se origina de si. Os sujeitos, ao desempenhar papéis em suas relações sociais cotidianas, constroem suas identidades, e estas podem ser múltiplas e diversas, uma vez que o indivíduo pode assumir diferentes papéis e atuar de maneira diferente em cada cenário. Portanto, nas palavras de Goffman:

Este 'eu' não se origina do seu possuidor, mas da cena inteira de sua ação, sendo gerado por aquele atributo dos acontecimentos locais que os torna capazes de serem interpretados pelos observadores. [...] O 'eu', portanto, como um personagem representado, não é uma coisa orgânica, que tem uma localização definida, cujo destino fundamental é nascer, crescer e morrer; é um efeito dramático, que surge difusamente de uma cena apresentada [...] (GOFFMAN, 1989, p. 231).

A representação dos papéis pode ser tomada como a investidura de diferentes máscaras, referentes a diversas identidades, e, neste sentido, também fica clara a noção de que as identidades emergem das relações sociais, conforme a situação social específica à qual o indivíduo está exposto e da qual participa.

De fato, a identidade é objetivamente definida como localização em um certo mundo e só pode ser subjetivamente apropriada juntamente com este mundo. Dito de outra maneira, todas as identificações realizam-se em horizonte que implicam um mundo social específico. (BERGER, 2007, p. 177).

Assim, ao tomarmos como verdade a estreita e direta ligação do conceito de identidade com as especificidades da sociedade, ficamos obrigados a destacar que o caráter histórico e as características próprias das civilizações implicam, em dados momentos, distintas percepções acerca da identidade e dos processos de identificação.

2.2 IDENTIDADE, DIFERENÇA E *ESPÍRITO DO TEMPO*

O pressuposto inicial do conceito de identidade é a noção que o sujeito tem de si mesmo, em sua condição de ser social e existente na realidade. Zygmunt Bauman (2005, p.21) refere-se a esse entendimento de identidade como “o meu ‘eu postulado’, o horizonte em direção ao qual eu me empenho e pelo qual eu avalio, censuro e corrijo os meus movimentos”. Já Tomaz Tadeu da Silva (2000, p.74), tentando definir o conceito de *identidade*, apresenta um raciocínio principiado na afirmação de que “a identidade é simplesmente aquilo que se é” e estabelece relação direta e contraposta com o conceito de *diferença*, o qual poderia ser definido como “aquilo que o outro é”. No entanto, essa é uma visão apenas introdutória do sentido desses dois conceitos. Mais que uma oposição ou contradição entre identidade e diferença, Silva aponta sua interdependência como atributo-chave na concepção de cada um:

[...] as afirmações sobre diferença só fazem sentido se compreendidas em sua relação com as afirmações sobre a identidade. Dizer que “ela é chinesa” significa dizer que “ela não é argentina”, “ela não é japonesa” etc., incluindo a afirmação de que “ela não é brasileira”, isto é, que ela não é o que sou. As afirmações sobre diferença também dependem de uma cadeia, em geral oculta, de declarações negativas sobre (outras) identidades. Assim como a identidade depende da diferença, a diferença depende da identidade. Identidade e diferença são, pois, inseparáveis. (SILVA, 2000, p.75).

Isso implica considerar que os processos de significação e entendimento da *identidade* e da *diferença* são, além de interdependentes, mutuamente determinados. É pelos referenciais de diferenças que se determina a identidade e, em contraponto, as diversas noções de identidade são responsáveis pela clarividência da diferença.

Kathryn Woodward (2000, p.41) corrobora esse raciocínio, indicando que a distinção de diferenças é crucial para a compreensão das identidades, uma vez que é a dife-

rença que separa uma identidade da outra, delimita fronteiras e se apresenta como componente-chave do sistema de classificação evocado para a configuração das identidades. Para ela “as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença.” (WOODWARD, 2000, p.39).

Silva destaca que, muito mais que as concepções essencialistas – que apresentamos como premissas para o entendimento dos conceitos – a identidade e a diferença são criações sociais e culturais, resultantes de processos ativos e de atos de criação linguística. Ou seja, identidades e diferenças precisam ser nomeadas, e não tomadas como “elementos da natureza” ou como “fatos da vida”, prontos e acabados, simplesmente à espera de serem reveladas (SILVA, 2000, pp.76-77).

O próprio conceito de identidade pode ser analisado sob o ponto de vista linguístico, se considerarmos a etimologia e o uso dado a ele no sistema simbólico da língua portuguesa: identidade vem do termo em latim *idem*, que significa “o mesmo”, e da expressão *identitas*. Refere-se à “qualidade do que é idêntico” e ao “conjunto de características que distinguem uma pessoa ou uma coisa e por meio das quais é possível individualizá-la” (HOUAISS, 2009). Ora, em ambas as definições é imprescindível estabelecer relações a fim de atribuir significados, já que para distinguir é preciso diferenciar, e para ser “o mesmo” ou “idêntico” é necessário um referente.

Assim, consideramos que as identidades devem ser entendidas como elementos construídos, processados no contexto de uma dinâmica social que lhes confere sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais são representadas.

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos tornar. (WOODWARD, 2000, p.17).

Bauman (2005, pp. 21-22) também enfatiza o caráter construcionista da identidade ao afirmar:

[...] a “identidade” só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto; como alvo de um esforço, “um objetivo”; como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protegê-la lutando ainda mais – mesmo que, para que essa luta seja vitoriosa, a verdade sobre a condição precária e eternamente inconclusa da identidade deva ser, e tenda a ser, suprimida e laboriosamente oculta. (BAUMAN, 2005, pp. 21-22).

Dessa forma, é fácil compreender porque sob certas circunstâncias históricas, culturais ou sociais, podemos nos referir a distintas noções de identidade e, ao mesmo tempo, distintas problematizações acerca da definição da identidade e da relação das identidades diversas. Stuart Hall defende o uso do termo identidade, considerando o caráter temporário da construção de seu vínculo com os sujeitos:

Utilizo o termo “identidade” para significar o ponto de encontro, o ponto de *sutura*, entre, por um lado, os discursos e as práticas que tentam nos “interpelar”, nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como os sujeitos sociais de discursos particulares e, por outro lado, os processos que produzem subjetividades, que nos constroem como sujeitos aos quais se pode “falar”. As identidades são, pois, pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós. (HALL, 2000, pp.111-112).

Nesse mesmo sentido, Hall (2002, pp.10-13) argumenta que a concepção de identidade desenvolve-se historicamente de acordo com concepções de sujeito, que marcam determinadas épocas. Ele apresenta, então, três tipos de sujeito que se sucedem na história da sociedade ocidental e cujas concepções distinguem a lógica de construção das identidades: o do Iluminismo, o sociológico e o pós-moderno.

O sujeito do Iluminismo caracterizava-se por sua centralidade no indivíduo, numa concepção que destacava a pessoa humana como ser pleno, dotado das capacidades

de razão, de consciência e de ação desde o seu nascimento. Tratava-se de considerar a individualidade como atributo inerente ao homem e, portanto, a identidade como essência, una e contínua.

A concepção de sujeito sociológico, por sua vez, já considera a relatividade social como fator imprescindível para o desenvolvimento da identidade, bem como para a apreensão da realidade, como sustentamos nas páginas anteriores. Esta noção descortina-se junto à ideia da modernidade e a da gradual complexificação pela qual passou a civilização com os processos desencadeados pela industrialização. Nesse ponto, a noção de sujeito deixa a totalidade da individualidade e considera que as capacidades do indivíduo são formadas nas relações com os demais indivíduos que o cercam, ou seja, na interação entre o eu e a sociedade. O eu real que se construía, portanto, seria formado e modificado em um contínuo diálogo com o ambiente social, os mundos culturais e as identidades que lhe fossem oferecidas.

Cabe aqui dizer que esse ambiente e esses mundos aos quais nos referimos representam um importantíssimo período na história humana, sobretudo por um vigor jamais experimentado em qualquer outra época. Estamos falando dos tempos modernos³, da manifestação de plenitude de um modo de organização da sociedade, como descreve Marshall Berman:

Trata-se de uma paisagem de engenhos a vapor, fábricas automatizadas, ferrovias, amplas novas zonas industriais; prolíficas cidades que cresceram do dia para a noite, quase sempre com aterradoras consequências para o ser humano; jornais diários, telégrafos, telefones e outros instrumentos de *media*, que se comunicavam em escala cada vez maior; Estados nacionais cada vez mais fortes e conglomerados multinacionais de capital; movimentos sociais de massa, que lutam contra essas modernizações de cima para baixo, contando só com seus próprios meios de modernização de baixo para cima; um mercado mundial que a tudo a-

³ Para fins deste trabalho localizamos os tempos modernos ou modernidade na aceção apresentada por Giddens, segundo a qual “a modernidade refere-se ao estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência.” (GIDDENS, 1991, p.11).

barca, em crescente expansão, capaz de um estarrecedor desperdício e devastação, capaz de tudo exceto solidez e estabilidade. (BERMAN, 2000, p.18).

Esse cenário de grandes estruturas descrito por Berman, com relações institucionalizadas e proeminente vida social, é o que Hall aponta como o momento histórico em que a identidade de um sujeito é construída de forma relacional, mas “costurada” junto à estrutura. É uma dinâmica que vincula os sujeitos à sociedade e estabiliza os mundos culturais que eles habitam, institucionalizando-os e tornando sujeito/identidade e sociedade/realidade reciprocamente mais unificados e predizíveis (HALL, 2002, p. 12).

No entanto, ao longo do século XX, as relações do sujeito com as estruturas passaram por nova adequação. Os elementos constitutivos da transição dos tempos tradicionais para a modernidade chegam a níveis tais de desenvolvimento que o próprio sistema se transforma. Harvey (1992, p.107) destaca que Marx já descrevia processos sociais que agem no capitalismo e acabam por promover o individualismo, a alienação, a fragmentação, a efemeridade, a inovação, a destruição criativa, o desenvolvimento especulativo, também mudanças nas relações de desejos e necessidades, bem como nas experiências de espaço e tempo. Esta conjuntura refere-se ao tempo conhecido como modernidade tardia, contemporaneidade ou, até mesmo, pós-modernidade⁴.

O pós-moderno [...] privilegia a heterogeneidade e a diferença como forças libertadoras na redefinição do discurso cultural. A fragmentação, a indeterminação e a intensa desconfiança de todos os discursos universais ou (para usar um termo favorito) “totalizantes” são o marco do pensamento pós-moderno. (HARVEY, 1992, p.19).

⁴ Não nos debruçaremos, nesta Dissertação, sobre as diferenças conceituais relativas a cada uma dessas denominações. Ao contrário, adotamos aquilo que têm em comum: a noção de que se referem, historicamente, ao período pós-segunda guerra mundial até os dias de hoje, caracterizado em linhas gerais pela aceleração de processos de fragmentação e da lógica moderna de organização social. Baumann, por exemplo, caracteriza esse período da seguinte forma: “A principal força motora por trás desse processo tem sido desde o princípio a acelerada ‘liquefação’ das estruturas e instituições sociais. Estamos agora passando da fase “sólida” da modernidade para a fase ‘fluida’.” (BAUMANN, 2005, p.57).

O espírito deste tempo revela um contexto social que revê as relações de espaço e tempo e, por consequência, do posicionamento do sujeito diante do fluxo da experiência humana. Notadamente, referimo-nos aqui a uma realidade na qual as relações humanas estão em movimento. Isso, por sua vez, faz eclodir uma “*crise de identidade*” do sujeito do mundo contemporâneo sob o argumento de que “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como sujeito unificado.” (HALL, 2002, p.7).

Bauman nomeia esse ambiente fragmentário como uma “crise de pertencimento” que incita o sujeito em direção à busca pela(s) identidade(s) a fim de aplacar um sentimento de constante deslocamento. Isso significa estar total ou parcialmente deslocado em toda parte e, ao mesmo tempo não estar totalmente em lugar algum (BAUMAN, 2005, p. 19).

O sujeito pós-moderno, na classificação de Hall, é, portanto, a concepção de identidade compatível com esse quadro. Esse sujeito, para dar conta da realidade instável e fragmentária do universo que habita, vai buscar sua identidade em processos variados e passa, inclusive, a assumir identidades variadas de acordo com as diversas situações de produção de significado com as quais se depara. Para Hall “a identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2002, p.12-13). O sujeito passa a assumir diferentes identidades, uma vez que sua relação com a sociedade não se dá mais com verdades absolutas, com instituições ou instâncias fixas e estáveis. Fragmentados os processos de produção de significação, a sobrevivência do sujeito na construção de sua identidade está condicionada à relativização de cada relação de identificação e diferenciação à qual se submeter. Isso pode até mesmo revelar a co-

existência de identidades conflitantes em um mesmo sujeito, que, segundo as combinações das experiências de tempo e espaço, jamais sejam colocadas em real situação de confrontação. Por isso, Hall (2002, p.13) afirma que “somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente”. Ressalte-se que não só tal concepção refere-se ao modo contemporâneo de operar a construção das identidades como também torna-se um paradigma para conceber a noção de identidade de uma maneira geral.

Para fins da análise proposta nesta Dissertação, cabe-nos atentar para duas dimensões absolutamente necessárias no concurso da volatilidade das identidades: o espaço e o tempo.

2.3 A IDENTIDADE LOCAL NO CONTEXTO DA GLOBALIZAÇÃO

A dimensão espacial ou geográfica de uma identidade pode ser constituída segundo diversos recortes. Tomando como premissa a natureza relacional da identidade e a importância da diferença, certamente é factível empunhar uma identidade em cada uma das relações espaciais em que nos apresentamos. Assim, em contexto mundial, é provável que se marque a diferença e venham à tona, por exemplo, as identidades ocidental e oriental, as identidades continentais e, principalmente, as identidades nacionais. Por outro lado, quando tomamos como referência de todo um recorte menor de sociedade, outras identidades vão emergir, porque suas diferenças serão marcadas por outros componentes.

Dessa forma, interessa-nos refletir sobre a chamada identidade local, aquele referencial simbólico que diz respeito a um recorte espacial específico, em geral relacionado

às fronteiras das cidades. No entanto, para sermos fiéis ao modo relacional de constituir os significados, é indispensável contextualizar a lógica global para diferenciá-la da local.

A eclosão das crises de identidade e de pertencimento, apontadas anteriormente, está no cerne do recente interesse pela questão da identidade, manifestada por estudos de diversos autores, em diversas partes do mundo. Em muitos casos, as reflexões acerca da identidade estão intimamente relacionadas a um tipo específico de sua manifestação: a identidade nacional. Isso se explica pela importância que as nações ocupam na organização social, como destaca Hall ao afirmar que “no mundo moderno, as culturas nacionais em que nascemos se constituem em uma das principais fontes de identidade cultural.” (HALL, 2002, p.47).

Instituições emblemáticas da modernidade, os Estados-Nação representam todo o aspecto de ordem, linearidade e hierarquização daquele período, como explica Anthony Giddens: “O sistema de Estados-Nação foi forjado por miríades de eventos contingentes a partir da ordem vagamente difusa dos reinos e principados pós-feudais cuja existência distinguia a Europa dos impérios agrários centralizados.” (GIDDENS, 1991, p.68).

Para, então, estabelecer relações de identificação com seus povos, os Estados-Nação valem-se da afirmação da cultura nacional, o que, para Hall, constitui uma figura discursiva: “uma cultura nacional é um *discurso* – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos.” (HALL, 2002, p.50).

A articulação desse discurso ocorreria a partir de cinco elementos principais, que compõem a narrativa da cultura nacional: a narrativa da nação tal como é contada nas literaturas nacionais; a ênfase nas origens, na continuidade, na tradição e na intemporalidade; a invenção da tradição; o mito fundacional; e a ideia de um povo “puro e original”.

Tudo isso acaba por estabelecer uma *comunidade imaginada*, como explica Benedict Anderson:

Ela é *imaginada* porque nem mesmo os membros das menores nações jamais conhecerão a maioria de seus compatriotas, nem os encontrarão, nem sequer ouvirão falar deles, embora na mente de cada um esteja viva a imagem de sua comunidade. (ANDERSON, 1989, p.14).

Diante disso é lógico entender as identidades nacionais como construções simbólicas, erguidas através de processos de representação e produção de sentidos cujo objetivo final seria oferecer “âncoras de pertencimento” aos sujeitos-cidadãos, constituintes dos povos, a fim de obter deles a adesão e o engajamento em projetos de participação no desenvolvimento social, econômico e político de cada nação em vias de se constituir. Assim, a construção de culturas nacionais foi peça-chave, segundo Hall (2002, p. 50), para os processos históricos da industrialização das nações e da constituição da noção de modernidade.

Entretanto, em consequência do próprio desenvolvimento dos Estados-Nação, as relações internacionais tornaram-se tão relevantes quanto as dinâmicas intranacionais para a determinação da organização social do mundo. Para nomear esse processo cunhou-se o termo *globalização* que, para Giddens, tem a seguinte conotação:

A globalização pode assim ser definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa. (GIDDENS, 1991, p.69).

As origens da globalização, portanto, vão remontar às grandes navegações, nos séculos XV e XVI, quando, efetivamente há uma nova organização nas relações mundiais. Mas, de fato, o termo serve, com propriedade, para definir o panorama das relações entre as nações a partir da constituição efetiva do capitalismo industrial e da instituição da mo-

dernidade (GIDDENS, 1991, p.69). Já a explosão definitiva da noção de globalização se afirma ao longo do século XX, especialmente a partir do desenvolvimento das diversas tecnologias de telecomunicações que vão possibilitar a intercomunicação, em tempo real, de espaços geográficos distantes: a telegrafia, a telefonia, a radiodifusão, os sistemas via satélite e a rede mundial de computadores podem ser apontados como gradações desse percurso.

Essa intensificação dos processos de integração global e a aceleração dos fluxos e laços entre as nações acabam determinando consequências nas concepções das identidades culturais, entre as quais destacamos: a fragmentação da concepção nacional de identidade e o fortalecimento de identidades locais ou particularistas. E se pretendemos analisar um fenômeno de mídia que se manifesta circunscrito às fronteiras de um espaço local, nos interessa, particularmente, pensar alguns dos mecanismos empregados nos processos de construção da identidade deste espaço específico.

Se a lógica global e a organização através das nações ditam as formas institucionais da dinâmica social moderna, é na circunscrição das cidades que o indivíduo vivencia de maneira “tátil” o seu cotidiano. Aliás, a própria modernidade, que sustenta o modelo dos Estados-Nação, manifesta-se como modo de vida, primordialmente, nas cidades, onde se entrelaça ao modo de vida urbano, em oposição à organização rural. Esta relação está expressa nos dados abaixo:

A população das cidades deverá superar a do meio rural em poucos anos, havendo projeções que apontam para um índice de concentração urbana da ordem de 61% já em 2025, com uma previsão, pela ONU, de cerca de 530 cidades com mais de 1 milhão de habitantes, quando há 50 anos atrás, elas eram apenas 100. Na mesma época, havia no mundo no máximo 7 cidades com população superior a 5 milhões de habitantes, hoje são dezenas, nesse caso, e centenas, no caso anterior, muitas delas localizadas em países com graves problemas econômicos e sociais. (VOGT, 2004, *apud* MUSSE, 2006, p.29)

O sentido e o significado de cada uma dessas dimensões espaciais para a dinâmica da vida social podem ser apreciados na seguinte afirmação de Giddens: “Em circunstâncias de globalização acelerada, o estado-nação tornou-se muito pequeno para os grandes problemas da vida e muito grande para os pequenos problemas da vida.” (GIDDENS, 1991, p.70). Olhando sob a dimensão do espaço local, isso significa dizer que há questões específicas da dinâmica social que vão interessar e mobilizar a atuação dos sujeitos dentro da circunscrição da localidade.

Christina Musse, ao analisar aspectos do imaginário urbano de Juiz de Fora, apoia-se na premissa de que “a noção que temos de cidade ultrapassa hoje o simples conceito geográfico, impondo-se muito mais como o símbolo complexo da existência humana.” (MUSSE, 2006, p.30). Isso nos remete à interpretação dada por Anderson à comunidade imaginada que vai além da nação, uma vez que, para ele: “[...] todas as comunidades maiores do que as primitivas aldeias de contato face a face (e, talvez, até mesmo estas) são imaginadas.” (ANDERSON, 1989, p.15). Isso porque, assim como as nações, o sentido de cada comunidade é constituído por um arcabouço de expressões simbólicas que vão moldar sua identidade como localidade, segundo os mesmos elementos da narrativa da nação que apresentamos acima. Assim delimitam-se os marcos do ordenamento social construídos pela definição de um momento histórico original daquilo que será tomado como o início da comunidade, sua trajetória histórica narrada e consagrada pela tradição, além da marcação da alteridade de seus sujeitos.

As identidades locais representam, portanto, vínculos a lugares, eventos, símbolos, histórias particulares em um recorte espacial bem mais restrito que as nações - embora de tamanhos diversos, uma vez que tanto metrópoles quanto lugarejos podem ser tomados como localidades. São importantes referenciais para a constituição de vínculos de

pertencimento a comunidades que se fazem presentes no dia a dia dos sujeitos e rendem sensações do tipo ‘somos daqui’, ‘somos deste lugar’ e ‘pertencemos a este lugar’.

Sentimentos dessa qualidade e uma atenção particular às significações construídas para os laços com a localidade são aflorados, apesar de parecer paradoxal, junto ao desenrolar da globalização, como aponta Hall: “[...] ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a *diferença* e com a mercantilização da etnia e da ‘alteridade’. Há, juntamente com o impacto do “global”, um novo interesse pelo ‘local’.” (HALL, 2002, p.77).

Woodward também detecta esse movimento:

A homogeneidade cultural promovida pelo mercado global pode levar ao distanciamento da identidade relativamente à comunidade e à cultura local. De forma alternativa, pode levar a uma resistência que pode fortalecer e reafirmar algumas identidades nacionais e locais ou levar ao surgimento de novas posições de identidade. (WOODWARD, 2000, p. 21).

Na medida em que se chocam os modos de vida da modernidade e da contemporaneidade, as identidades locais passam a lidar, no curso do século XX, com novas maneiras de se relacionar com os sujeitos. Os laços que atam o sujeito à localidade, através da identidade, devem levar em consideração os fatores relacionados à ideia da crise de pertencimento, como explicita Baumann: “Quando a identidade perde as âncoras *sociais* que a faziam parecer ‘natural’, predeterminada e inegociável, a ‘identificação’ se torna cada vez mais importante para os indivíduos que buscam desesperadamente um ‘nós’ a que possam pedir acesso.” (BAUMANN, 2005, p.30).

Assim, é imprescindível destacar a importância da identificação, considerada em sua natureza processual, na construção dos laços e âncoras da identidade:

Na linguagem do senso comum, a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal. É em cima dessa fundação que ocorre o natural fechamento que forma a base da solidariedade e da fidelidade do grupo em questão. [...] a identificação é, ao fim e ao cabo, condicional; ela está, ao fim e ao cabo, alojada na contingência. Uma vez assegurada, ela não anulará a diferença. [...] A identificação é, pois, um processo de articulação, uma saturação, uma sobredeterminação, e não uma subsunção. [...] ela envolve um trabalho discursivo, o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas, a produção de “efeitos de fronteiras”. (HALL, 2000, p.106).

Outro aspecto a se levar em conta é a objetividade envolvida na identificação local e a elaboração racional de pontos de envolvimento entre sujeito e comunidade, como argumenta Baumann:

Podemos dizer que a solução de um quebra-cabeça segue a lógica da racionalidade *instrumental* (selecionar os meios adequados a um determinado fim). A construção da identidade, por outro lado, é guiada pela lógica da racionalidade do *objetivo* (descobrir o quão atraentes são os objetivos que podem ser atingidos com os meios que se possui). (BAUMANN, 2005, p.55).

Essa racionalidade pode ser verificada na dimensão temporal da construção das identidades, que trataremos aqui sob as categorias da memória.

2.4 MEMÓRIA E CONSTRUÇÃO DE REFERENCIAIS

Começamos esta seção tomando como base a premissa sustentada por Michael Pollak (1992, p.204) segundo a qual “[...] há uma ligação fenomenológica muito estreita entre a memória e o sentimento de identidade.”. Isso porque a memória diz respeito à dimensão temporal da identidade uma vez que relaciona presente e passado no processo de identificação. É pela memória que os marcos identitários referentes a outros tempos históricos são acionados como lastro das identidades manifestadas no presente.

Ao afirmar uma determinada identidade, podemos buscar legitimá-la por referência a um suposto e autêntico passado – possivelmente um passado glorioso, mas, de qualquer forma, um passado que parece “real” – que poderia validar a identidade que reivindicamos. (WOODWARD, 2000, p.27).

Pollak argumenta que na construção da identidade é necessário levar em consideração três elementos essenciais: a unidade física (que tratamos aqui como a dimensão espacial), a qual diz respeito ao sentimento da existência de fronteiras físicas de pertencimento; a continuidade dentro do tempo, que garante a trajetória do passado ao presente; e o sentimento de coerência, que significa a sensação de unidade efetiva entre os elementos que constituem o indivíduo ou o grupo social em questão.

[...] a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si. (POLLAK, 1992, p.204).

Interessados que estamos em tratar da construção de identidades locais em referência à comunidade, direcionamos nosso olhar, portanto, para a noção de *memória coletiva*. Proposto por Maurice Halbwachs, o conceito define que a memória é uma construção coletiva, que pressupõe uma interação social que propõe discursos. A memória coletiva não é uma simples agregação ou somatório de memórias individuais, mas um grande *corpus*, resultado da interligação dessas memórias (ENNE, 2004, p. 102).

Segundo Pollak, a memória coletiva é uma operação dos acontecimentos e das interpretações do passado que se quer salvaguardar que atua no reforço de sentimentos de pertencimento e de fronteiras entre coletividades. A referência ao passado, para o autor, serve para manter a coesão dos grupos e das instituições que compõem uma sociedade, para definir seu lugar respectivo e, até mesmo, as oposições de significados e opiniões. (POLLAK, 1989, p.9).

A construção da memória, apesar de se referir ao universo do passado, é um fenômeno que funciona segundo as demandas do presente. A memória é o que hoje se quer lembrar ou o que, por deixar marcas no presente, não pode ser esquecido. E esta noção das preocupações do presente acerca do passado no processo de construção da memória, revela que se trata de um instrumento de poder, que define a apropriação do passado, do controle do discurso, do que deve ser lembrado e do que deve ser esquecido, conforme o conceito de *enquadramento de memória* de Michael Pollak: o trabalho de enquadramento de uma memória significa “fornecer um quadro de referências e de pontos de referência”. (POLLAK, 1989, p.9).

[...] guiado pela preocupação não apenas de manter as fronteiras sociais, mas também de modificá-las, esse trabalho reinterpreta incessantemente o passado em função dos combates do presente e do futuro. Mas [...] é contido por uma exigência de credibilidade que depende da coerência dos discursos sucessivos. (POLLAK, 1989, p.10).

Enne reforça a dialética da lembrança e do esquecimento presente na noção do enquadramento:

É no presente que a construção do passado é disputada como recurso para a construção de um futuro que responda às aspirações desse presente. Nesse sentido, parece pertinente pensar as estratégias de armazenamento e esquecimento do passado. A construção dos museus, centros de memória e institutos históricos como depositários de uma concepção e versão da memória são indicativos desse movimento. O que se guarda e armazena é o que se quer lembrar, pois o não mais visto tende ao esquecimento. (ENNE, 2004, p. 104)

Assim, as escolhas e as determinações acerca do passado, constituintes da memória, operam na determinação dos laços de pertencimento social, os quais, por sua vez estão na base dos processos de identificação.

Portanto, a memória construída no presente, a partir de demandas dadas por este e não necessariamente pelo passado em si, pode ser pensada como fator funda-

mental para a construção de pertencimentos sociais, aos mais diversos níveis associativos. [...] Existe, portanto, uma intensa relação entre a memória como processo coletivo de construção do passado a partir de demandas do presente e a conferência de identidades sociais para aqueles que estão envolvidos em tal processo. (ENNE, 2004, p. 105).

Enne (2004, p. 104) cita o conceito de *lugares de memória*, de Pierre Nora, que aponta a função de instituições como museus, institutos históricos e monumentos de manter vivos, ativos os vínculos identificatórios, segundo a lógica do pertencimento. Para Pollak (1989, pp.10-11), esses lugares significam rastros do trabalho de enquadramento de memória. São os objetos materiais que, aliados à produção de discursos organizados em torno de acontecimentos e de grandes personagens, solidificam a memória.

Para lidar com a fragmentação do presente, algumas comunidades buscam retornar a um passado perdido, 'ordenado... por lendas e paisagens, por histórias de eras de ouro, antigas tradições, por fatos heróicos e destinos dramáticos localizados em terras prometidas, cheias de paisagens e locais sagrados...' (DANIELS, 1993, p.5 *apud* WOODWARD, 2000, p.23).

Essa relação fica ainda mais em evidência no contexto do mundo contemporâneo, uma vez que fragmentação e perda de referenciais nos impelem a um "desejo de ancorar um mundo em crescente mobilidade e transformação e de compensar a perda de elementos mais sólidos e concretos que, antes, serviam de referência para os sujeitos" (RIBEIRO; BARBOSA, 2007, p.103).

Essa tese da memória como compensação é defendida por vários outros autores, como Joel Candéau (1998), que também considera que a busca obsessiva pela memória é uma resposta à aceleração do tempo e, na contemporaneidade, ao que já se chamou crise das identidades. Considerando que a memória funciona como uma espécie de lugar de nutrição da identidade, Candéau argumenta que é através da memória que as identidades coletivas são fundadas. Nas estratégias identitárias, os indivíduos operam escolhas no interior de um repertório: representações, mitos históricos, crenças, ritos, heranças, tudo isso no interior de um registro memorial. (RIBEIRO; BARBOSA, 2007, p.103).

Assim, buscaremos ao longo deste trabalho detectar traços identitários da comunidade juizforana, relacionando-os às respectivas categorias de memória e, principalmente, analisando o papel que a TV Industrial, como emissora de televisão, desempenhou na representação dessa(s) identidade(s).

2.5 FUNDAMENTOS DA JUIZDEFORANEIDADE

Fundada oficialmente em 1850, Juiz de Fora se enquadra entre as chamadas cidades de porte médio do Brasil, com uma população estimada pelo IBGE em pouco mais de 520 mil habitantes (IBGE, 2009). Situada no sudeste do estado de Minas Gerais, está localizada na região central do triângulo formado pelas três maiores capitais do Brasil: São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Maior cidade da Zona da Mata mineira, Juiz de Fora ocupa atualmente a posição de pólo regional responsável pela prestação de serviços (comércio, saúde e educação superior) a uma vasta área de municípios vizinhos, alguns dos quais situados fora dos limites do estado.

A partir dessas informações básicas sobre a organização de Juiz de Fora já é possível notar elementos de tensão que fazem com que a cidade encarne bem o espírito contemporâneo de busca de uma identidade, embora essa busca há muito se tenha anunciado. A constante definição de Juiz de Fora em função da sua relação com aquelas capitais ou, em contraposição, em função de sua liderança como cidade-pólo são indícios claros de uma identidade fragmentada e, sobretudo, determinada por relações de diferença. Mas as raízes desta identidade são bem mais profundas, podendo ser detectadas ao longo do percurso histórico da cidade, por exemplo, desde o início da ocupação da região.

Em sua Tese de Doutorado e no livro **Imprensa, Cultura e Imaginário Urbano**, tomados aqui como principal referência na discussão acerca da *juizdeforaneidade*, Christina Musse investiga aspectos desta identidade na formação histórica de Juiz de Fora, teorizando acerca de motivos pelos quais a cidade se diferenciou de núcleos urbanos similares. Um dos aspectos centrais da Tese de Musse destaca a diferença da povoação da região em relação ao movimento que acontecia no restante do estado, importante fator para a construção de uma alteridade peculiar à *juizdeforaneidade*, se comprada, em última análise, à *mineiridade*. Musse reúne apontamentos de diversos historiadores, sendo seu intuito:

[...] observar as diferenças concretas que marcaram a ocupação da região, diferenciando-a do restante do estado de Minas Gerais e, em especial, revelando como a cidade, por não ter compartilhado do sentimento barroco característico do período colonial mineiro, desta forma, se afastou daquilo que se convencionou chamar de discurso da “mineiridade”, que forja a sua narrativa, nos setecentos e oitocentos. (MUSSE, 2006, p.46).

Assim, podemos afirmar que, enquanto a região central da antiga província conhecia o ciclo do ouro e desenvolvia os aspectos identitários das chamadas Minas Gerais, a região de Juiz de Fora permanecia na Mata Atlântica, povoada apenas por tribos indígenas. A relação de Juiz de Fora com o ciclo do ouro é meramente adjacente e se manifesta com a abertura do Caminho Novo – a estrada que encurtava a distância entre o Rio e as minas, tornando-se a principal via de entrada e escoamento – somente nas décadas finais do século XVIII, já no período de declínio da mineração.

Apenas na primeira década do século XIX ocorrerá um efetivo povoamento da região. Nessa época, a coroa portuguesa doou as primeiras sesmarias, nelas então surgindo importantes fazendas dedicadas à cafeicultura. O destino da região tomaria nova direção.

Se a Minas do ouro tem sua vida urbana ligada à exploração e à comercialização do metal, num período em que o Brasil ainda estava subjugado à Coroa portuguesa, Juiz de Fora terá, como vila do século XIX, história totalmente diferente,

nascida sob um novo momento histórico, em que, ainda no Império, o Brasil buscava se constituir como Nação. (MUSSE, 2006, p.47).

É nesse século XIX, cafeeicultor, que a região de Juiz de Fora ganha contornos de área urbana, ao se organizar como vila, ter vida econômica regular e população numerosa. Nessa época, também, estão as origens do nome da cidade, uma história que já rendeu estórias e revela traços importantes dos processos de construção da identidade juizforana; afinal, como destacamos acima, toda identidade precisa ser nomeada, em ato claro de criação linguística.

A tradição oral circulante na cidade é unânime em atribuir o nome da localidade a um personagem histórico, na figura de um juiz. Entretanto, a história do referido magistrado e a explicação do “de fora” ganharam narrativas variadas, algumas bastante criativas.

Uma das versões mais difundidas busca a explicação na interpretação da expressão “juiz de fora” – a mais óbvia, diga-se de passagem – segundo a qual o tal magistrado que dá nome à cidade era originário de outra região e que, por fim, resolveu se estabelecer às margens do Rio Paraibuna.

Outra, de interpretação não menos ao literal, diz que a antiga vila não tinha magistrados em sua administração e, por isso, dependia da vinda de um juiz de outra localidade para arbitrar suas demandas.

Há quem afirme, com vigor, que houve um erro de ortografia no registro: o tal magistrado, que cede sua alcunha, seria um “juiz de foro” importante na região. Há, ainda, a versão “moralista” de que o personagem em questão teria sido expulso da cidade por conta de conduta inapropriada.

É curioso se constatar a aura de mistério que, durante anos, envolveu a origem do personagem que deu nome à cidade. Artigos na grande imprensa, conferên-

cias e debates acalorados tentavam explicar quem era o juiz de fora e o que teria vindo fazer na região. Não conseguimos identificar as razões pelas quais, durante mais de um século, ninguém tenha tomado a iniciativa de esclarecer o enigma, até que as pesquisas realizadas por Alexandre Miranda Delgado, nos arquivos da Torre do Tombo, em Portugal, na década de 1980, viessem a colocar um ponto final (ou mais algumas reticências...), nas estórias que tentavam dar conta da origem da cidade. (MUSSE, 2006, p.50).

A versão mais aceita hoje explica que o nome Juiz de Fora tem sua origem na referência feita à fazenda do Juiz de Fora, propriedade que ocupava extensas faixas de terra na região onde se ergueria mais tarde a cidade. O referido magistrado seria o senhor Luís Forte Bustamente e Sá, nomeado Juiz de Fora da cidade do Rio de Janeiro em 1711 - cargo que exerceu durante três anos. Depois desse período, ele teria fixado residência nas terras da fazenda, a qual havia comprado em 1713 (DELGADO, 1966).

Sobre o cargo, Musse explica em sua Tese: “Para interferir nos lugares onde a justiça ordinária incidia em erros, foi, então, criado o cargo de juiz de fora, durante o reinado de Dom Denis, em Portugal, no século XIV, havendo desde então várias referências a juízes de fora em cidades e vilas portuguesas.” (MUSSE, 2006, p.49). O dicionário on-line de língua portuguesa **Priberam**, editado em Portugal, define, no verbete *juiz*, o *juiz de fora* como forma antiga do *juiz de direito* “magistrado que julga em cada comarca, segundo a prova dos autos” (PRIBERAM, 2009). O **Dicionário Michaelis** também define *juiz de fora* como “magistrado da época colonial, ao qual corresponde hoje o juiz de direito” (MICHAELIS, 2009).

Se o mistério e o mito se fazem presentes na origem do nome da cidade, a discussão sobre a fundação dela não é menos rica em significados e aspectos propriamente identitários. Em promulgações de lei, de 1973, consta que o engenheiro e militar alemão Henrique Guilherme Fernando Halfeld é o fundador oficial da cidade de Juiz de Fora.

Halfeld chegou ao Brasil em 1825, contratado como oficial mercenário do Corpo das Tropas Estrangeiras do Exército Brasileiro. Em 1836, foi nomeado “Engenheiro

da Província de Minas Gerais” e comandou o trabalho de abertura da estrada do Paraibuna, ligando Vila Rica a Paraibuna, na divisa de Minas Gerais com o estado do Rio de Janeiro (DILLY, 2006). Esta sua empreitada contribuiu decisivamente para a urbanização do povoado de Juiz de Fora, abrindo o corredor que corresponde hoje à Avenida Rio Branco (da atual rua Floriano Peixoto ao bairro Alto dos Passos) e urbanizando ruas e lotes nas adjacências da estrada e nas cercanias do Rio Paraibuna.

Henrique Halfeld, que adotou a nacionalidade brasileira, em 1840, fez parte de uma geração de “pioneiros”, cultuados até hoje, que ajudaram a planejar e ordenar o espaço do futuro núcleo urbano de Juiz de Fora. Os relatos sobre a construção da cidade, que aparecem mais de cinco décadas depois, são caracterizados pelo tom elogioso e reforçam o mito heroico da ocupação do território. (MUSSE, 2006, p.55).

A figura histórica de Halfeld, na posição de estrangeiro líder, bem sucedido e promotor de progresso, pode fornecer seguros indícios de outra forte referência de identidade da cidade: os imigrantes.

Os primeiros imigrantes chegaram à cidade em janeiro de 1856. Eram 150 pessoas, entre engenheiros, técnicos e operários, com o objetivo de planejar a estrada União Indústria. Dois anos depois, em 1858, chegariam mais 1165 alemães, estes vinham com o objetivo de formar uma colônia para o abastecimento agrícola do mercado interno. (MUSSE, 2006, p.57).

Mais tarde vieram os italianos, e a nova população da região colaborou ativamente para progressos alcançados na lavoura e, depois, ainda, na industrialização da cidade. Dessa forma, portanto, foram lançados os fundamentos para a criação do mito do imigrante empreendedor. Musse, no entanto, destaca que não há consenso sobre a profundidade e o papel decisivo ou não dos imigrantes para a mudança do perfil econômico da cidade.

Newton Barbosa de Castro destaca [...] que os imigrantes alemães praticamente dobraram a população do núcleo urbano (com um forte contingente de mão de obra especializada – artífices – e não especializada – colonos), ampliaram o mer-

cado de trabalho, reinvestiram em ampliações, contribuíram para a criação de uma infraestrutura técnica que abrirá caminho para o estabelecimento de outros investidores e também para a formação de uma classe média representativa, que não sendo a aristocracia cafeeira, consumidora de importados, e nem a massa de escravos, impossibilitada de consumir, formou um mercado para produtos manufaturados produzidos na região. [...] Mônica Ribeiro [...] questiona o mito do imigrante empreendedor, responsável pela industrialização da cidade. [...] Na verdade, uma conjunção de situações pode explicar a onda de desenvolvimento, nos moldes capitalistas, que invadiu a cidade no final do século XIX. (MUSSE, 2006, pp. 62-63).

Independentemente do esclarecimento sobre o protagonismo do processo, a história registra que Juiz de Fora tornou-se realmente um importante polo industrial e viveu um período de plenitude econômica e desenvolvimento. A partir da atuação de empresários como Bernardo Mascarenhas, Mariano Procópio Ferreira Lage e Francisco Batista de Oliveira, obras como a Estrada União Indústria e a Usina Hidrelétrica de Marmelos, que entraram para a história, reforçaram uma identificação de pioneirismo e progressismo em Juiz de Fora; efetivaram, principalmente, sua identidade como polo industrial.

Nessa promissora época, certo traço de distanciamento da mineiridade ficará ainda mais evidente. Embalada nos ventos do progresso, a sociedade juizforana revela clara disposição de se identificar ao Rio de Janeiro, a capital federal, centro do poder e porto de entrada da influência europeia no País.

Uma Juiz de Fora, que era próxima à antiga “Côrte”, em oposição ao “sertão afóra”, onde ficava a velha capital Vila Rica, e que, no início do século XX, se mostrava moderna, febril e “ máscula” simbolizava, segundo Albino Esteves, o desejo daqueles que se aglomeram no centro urbano e se deleitam com a ideia do futuro promissor. (MUSSE, 2006, p.82).

O esforço feito para a criação de vínculos com a capital federal rendia aos habitantes da cidade, em função da rixa com a capital do estado, a pejorativa alcunha de “cariocas do brejo”, destacando a distância da costa e imputando conotação negativa a pântano, como local soturno e inóspito. Em contraposição, a despeito da posição secundária na esfera do poder estadual, a imprensa juizforana tratou de intitular a cidade como “capital inte-

lectual de Minas”, salientando, por exemplo, o maior número de jornais e revistas em circulação na cidade (MUSSE, 2006, p.86). Curioso é perceber que a rixa com Vila Rica (Ouro Preto) foi transferida para a nova capital, Belo Horizonte, sem muita alteração dos elementos de primeiro embate.

2.6 A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE INDUSTRIAL DA “MANCHESTER MINEIRA”

De todas as identidades locais, porém, a que nos interessa aqui de forma especial é a de “cidade industrial”. A palavra “industrial”, que dá nome à TV que é objeto desta Dissertação, assim como cognatos, “indústria”, “industrializada” e “industrialização”, tem forte apelo na história e no imaginário urbano juizforano. Foi investido desta alcunha – “cidade industrial” – que o município cresceu e ganhou espaço entre outros tantos em Minas Gerais e, em determinados momentos, em todo o País. O título, na verdade, se justifica ao longo de poucas décadas – que seguiram à, de certa forma, bem sucedida cultura do café – mas se mostra presente, até hoje, na memória e nos anseios locais.

É seguro afirmar que, em 1964, quando a TV Industrial realizou suas primeiras transmissões, essa característica de progresso e pujança, tão celebrada em Juiz de Fora, estava ainda mais presente na cidade. Havia pouco que o título deixara de fazer sentido – embora não haja, naturalmente, data precisa de quando o epíteto perdeu sua expressividade – e, não obstante, aquele adjetivo tinha forte apelo entre os locais. Era essa – a industrialização – uma das mais fortes identificações dos juizforanos com sua terra; e seria essa, como ainda é, uma das mais defendidas e difundidas identidades locais.

As bases da intrínseca relação entre Juiz de Fora e a indústria datam do século XIX. Nas últimas décadas desse período, impulsionada pelo cultivo do café e pela forte onda de urbanização, a cidade viu crescer e multiplicar fábricas dos mais diversos produtos, que trabalhavam na intenção de abastecer o crescente mercado local e os viajantes que se acostumaram a passar pelo município, em função de sua localização geográfica.

Em Juiz de fora, neste período, ocorreu a distinção entre campo e cidade, um processo marcado por um forte vínculo com capitais advindos de uma base economicamente agrária. Os recursos originados da atividade cafeeira viabilizaram um projeto elitista modernizante que, associado ao desenvolvimento acelerado das atividades comerciais e industriais e do crescente incremento da população, propiciaram a necessidade de instalação de serviços coletivos. (BARROS, 2008, p.15).

Nesta fase, a cidade se tornou base para a fundação e desenvolvimento de uma série de novas indústrias que, não raro, muitas vezes, lhe garantiram também o título de pioneira. Eram, em sua maioria, empresas de pequeno e médio porte, que fizeram história, naturalmente, em função de seu grande número.

A industrialização de Juiz de Fora se caracterizou pela grande importância de pequenas e médias empresas fabris. O capital aplicado em sua constituição não era grande, geralmente a quantidade de sócios era pequena, havendo uma participação de amigos e parentes (características da CME). Ademais, como o crédito comercial de curto prazo apresentava-se como um importante instrumento para o seu financiamento, os investimentos e as diversificações das unidades fabris ocorriam a partir do lucro obtido, sendo este reinvestido. (BARROS, 2008, p.42).

O mais importante neste ponto, ao menos para a análise aqui proposta, é que essas pequenas e médias empresas deram à realidade juizforana destaque no cenário regional. Apesar de pequenas na comparação com o que se via nos grandes centros brasileiros, as fábricas aqui instaladas dispunham de mais capital e apresentavam maior produção que quase todas as localizadas em Minas Gerais.

Em comparação a todo o território mineiro, Juiz de Fora foi a cidade que mais concentrou a indústria, caracterizada por unidades maiores, com uma maior capacidade de produção e mais capitalizadas. Se esta comparação for feita com relação a centros maiores, inevitavelmente a conclusão a que chegaremos é a de que a estrutura da indústria na cidade mineira é inferior quanto ao capital, ao valor da produção e ao número de operários por instalação. Tratava-se de uma industrialização periférica frente aos grandes centros do país, mas de grande importância para a economia regional. Entre 1907 e 1908, a maior parte das indústrias estava relacionada a bens de consumo leves, setores como alimentos, bebidas, calçados, móveis, moagem de cereais, curtume e artigos de couro, cigarros. (BARROS, 2008, p.42).

Ainda faltam estudos precisos sobre a natureza e o processo de desenvolvimento dessas empresas (incluindo aí sua construção, seu desenvolvimento e, mais tarde, seu declínio); mas alguns documentos destacados por historiadores locais dão boa dimensão do que então se via.

De acordo com estas novas interpretações, Juiz de Fora parece ter assumido uma posição de destaque no desenvolvimento industrial no estado de Minas pelo menos nas três primeiras décadas do século XX, não só no que tange ao número de estabelecimentos industriais, mas também pelo valor da produção, quantidade de operários e capital empregado, o que pode ser demonstrado através da verificação dos censos de 1905 e 1919. Se nos restringirmos apenas ao valor da produção – para ficarmos em apenas um quesito – veremos que, em 1907, Juiz de Fora superava o segundo município mais industrializado de Minas em 231,7%. (KLÔH JUNIOR, 2008, p.130).

É o que mostra a tabela abaixo:

TABELA 1 – Municípios mais industrializados de Minas Gerais pelo valor da produção (1907)

Município	Valor da produção industrial (em contos de réis)	%
Juiz de Fora	8.341	46,81
Sete Lagoas	2.515	14,11
Belo Horizonte	1.468	8,23
Palmyra	1.099	6,16
Prados	1.044	5,85
Ouro Preto	750	4,20
S. J. Nepomuceno	744	4,17
Ponte nova	642	3,6
Cataguases	632	3,54
Baependi	582	3,26
Total	17.816	99,93

Fonte: KLÔH JÚNIOR, 2008, pp.131-132.

Em 1920, a grandeza da indústria local pode ser medida pelo volume de produção e pela quantidade de pessoal empregado:

TABELA 2 – Municípios mais industrializados de Minas Gerais (1920)

Municípios	Valor da produção (em mil contos de réis)	Pessoal ocupado
Juiz de Fora	33	4.953
Conselheiro Lafaiete	19	1.650
Belo Horizonte	18	2.223
Nova Lima	16	3.395
Santos Dumont	13	520
Ouro Preto	08	884
Oliveira	07	320
S. J. Nepomuceno	05	872
Itajubá	05	599
Ponte Nova	05	508
Total	129	15.924

Fonte: SINGER, 1977, p.236 *apud* KLÓH JÚNIOR, 2008, p.133.

Como consequência desse quadro e do papel assumido por Juiz de Fora no estado, surgiram outras denominações, afirmando outras identidades, também importantes quando se pensa a relação do município com sua indústria. A mais evidente e mais utilizada delas é a “Manchester Mineira”, que permanece ainda hoje no imaginário urbano da cidade, e que por diversas vezes se faz presente, ainda que sob distintas formas, nos meios de comunicação locais. Essa consideração é relevante no sentido de evidenciar, mais uma vez, a intrínseca relação da cidade com sua indústria, seja pela menção direta à palavra, como fez a TV Industrial, seja pelo epíteto de “Manchester Mineira”.

A origem dessa expressão não foi até aqui rastreada com precisão. Oliveira apresenta a hipótese mais aceita:

Juiz de Fora era então chamada a "capital intelectual de Minas", pois, enquanto na capital do Estado havia apenas três jornais diários, aqui se editavam sete, nenhum deles inferior aos de lá. Mas teve ainda outros títulos. Artur Azevedo batizou-a como 'Atenas', Coelho Neto chamou-a 'Princesa de Minas' e Rui Barbosa crismou-a como 'Barcelona'. Outros apelidaram-na 'Princesa da Mata' e 'Prin-

cesa do Paraibuna', mas muito antes, alguém a aclamara 'Manchester'. Se perdeu todos aqueles títulos, em benefício de Belo Horizonte, conserva este de pleno direito. Parece-me que foi Mr. Morrit, fundador da primitiva Fábrica dos Ingleses [...] que lhe deu esse título. E não lhe deu por ser a cidade mais industrial do Estado, mas em recordação do nome de sua cidade natal e na suposição, confirmada depois, de que nela se concentraria o grosso da indústria têxtil em Minas. Por isto é que ele permanece. (OLIVEIRA, 1966).

É fato que a cidade mereceu este expressivo codinome, motivo de tanto orgulho, até, aproximadamente, as três primeiras décadas do século XX. Aos poucos, o número de indústrias na cidade diminuiu, e Juiz de Fora deixou de ser o maior centro industrial mineiro, passando a assumir o terceiro lugar, depois de Belo Horizonte e Rio Piracicaba (PAULA, 1976 p.88 *apud* MUSSE, 2008, p.110). Na segunda metade do século XX, quando a TV Industrial foi ao ar, já não se podia mais falar em pujança e crescimento industrial em Juiz de Fora.

Os dados revelam que Juiz de Fora tem, na década de 50, menos estabelecimentos industriais que em 1936, e menos operários do que em 1939. A economia local sofre as consequências da concentração do parque industrial brasileiro nas regiões de Rio e São Paulo. (PAULA, M. *apud* MUSSE, 2006, p.89).

As razões para a derrocada da indústria local são apresentadas sob diversos pontos de vista. Giroletti (1988) tem uma visão bastante ampla, apresentada com base no que se passou na primeira metade do século XX.

[...] as razões do limitado desenvolvimento do processo industrial de Juiz de Fora devem ser buscadas, preferencialmente, não em características psicossociais dos empresários ou no predomínio das empresas familiares, mas em fatores de ordem estrutural. [...] Primeiro, a estrutura comercial de exportação de café e de importação, o sistema financeiro e o mercado de capitais (ações ou títulos de dívida pública) que favoreceram a drenagem de capital para o Rio de Janeiro. Segundo, reordenadamente, a rearticulação da economia a nível nacional, com o deslocamento da lavoura cafeeira para São Paulo e as mudanças dela decorrentes, que a transformaram no maior centro econômico, industrial, financeiro e comercial do país, e as consequências desta hegemonia, em termos de dominação econômica sobre as demais unidades da federação brasileira. Terceiro, rearticulação interna da economia mineira, quer em virtude do deslocamento da produção de café para o norte e nordeste da Zona da Mata e das alterações em termos de transporte ferroviário e rodoviário, quer em termos de insuficiência de energia ou altos preços das tarifas de transporte ferroviário e rodoviário, quer devido às

consequências econômicas e políticas da construção da capital em Belo Horizonte. Em quarto lugar, o problema da dependência externa. Todos estes fatores atuaram no sentido de esvaziar economicamente a região, afetando, conseqüentemente, o desenvolvimento industrial de Juiz de Fora. (GIROLETTI, 1988, p.131).

A importância para a cidade de denominações tais como “industrial”, “Manchester Mineira” e qualquer outra variação com o mesmo sentido parece, paradoxalmente, ter ganhado ainda mais evidência depois da efetiva fase de desenvolvimento do parque fabril. A cidade vê ruir seu protagonismo industrial, transforma seu perfil econômico preponderante para o de centro prestador de serviços, mas continua ufanista quanto à tradição industrial. Um indício inquestionável são os versos do Hino de Juiz de Fora, instituído por Lei no ano de 1950: “Das cidades brasileiras, / sendo a mais industrial / na cultura e no trabalho / não receia outra rival”. Não podemos deixar de creditar tal acontecimento à manifestação da memória como preponderante para a afirmação e manutenção dessa identidade.

Outro precioso indicativo é o depósito de esperança de retomada do vigor industrial, revelado em dois momentos históricos mais recentes: nos anos setenta, quando da instalação das usinas da Paraibuna de Metais e da Siderúrgica Mendes Júnior, e nos anos 90, quando se ergueu a fábrica da Mercedes-Benz. Nestes dois momentos, Juiz de Fora experimentou uma atmosfera de euforia, depositando no início das operações das indústrias a retomada do então atrofiado desenvolvimento da cidade (CALDERANO; BOTELHO, 2008).

Christina Musse alude a outra questão originada com o declínio econômico: um clima de pessimismo geral na cidade, que culminou na criação de uma vigorosa peça do imaginário local:

De qualquer forma, como poderemos observar no correr deste trabalho, o que nos interessa não são os números absolutos em relação à população, mas, certamente, o número de cabeças pensantes ou pessoas influentes, que se deixaram levar para outros pontos do país ou até mesmo do exterior. Sem dados exatos sobre o número desses emigrantes, em Juiz de Fora, podemos mesmo assim afirmar que se criou na cidade um imaginário diaspórico, no sentido de que, aqui, nada daria certo. (MUSSE, 2006, pp. 109-110).

As cabeças pensantes a que se refere são jornalistas, escritores, artistas e políticos que acabaram decidindo fazer carreira fora da cidade e, muitas vezes, no tão aclamado (e próximo) Rio de Janeiro. Daí extraímos duas relações de sentido que ganham força no imaginário coletivo de Juiz de Fora: primeiro, a de que Juiz de Fora é um lugar de passagem e que os frutos do sucesso de uma vida, plantados na cidade, só poderiam ser colhidos fora daqui. Segundo, a de que o indício do sucesso de um juizforano são o reconhecimento e a valorização obtidos além das fronteiras da cidade. Os “heróis” juizforanos precisam prosperar aos olhos do ‘estrangeiro’ e, portanto, vir de fora da cidade – como o juiz Bustamante, o fundador Halfeld ou os bem sucedidos imigrantes.

3 POR UMA VISÃO COMPREENSIVA DA TELEVISÃO BRASILEIRA

A centralidade dos veículos de comunicação na dinâmica da vida social contemporânea é perceptível, há muitas décadas, e já foi apontada por diferentes gerações de pensadores das ciências humanas, das mais diversas linhas teóricas e paradigmáticas. Isso configura a emergência da noção de sociedade midiaticizada, na qual os veículos de comunicação exercem papel preponderante na produção, apresentação e representação de significados da cotidianidade, ou seja na *mediação* dos sentidos.

Chama-se *mediação* a uma modalidade de intervenção que, em referência a duas partes, estabelece entre elas uma relação de proximidade e de entendimento. Por um contato interativo, *mediação* se faz, igualmente, via apta a permitir acordos (de sensibilidade), afinidades eletivas e conciliações, favorecendo ainda a obtenção de consensos – uma forma de arbitragem, com a qual se assinala a passagem de um termo inicial (*emissão*) a um termo final (*recepção*). No âmbito da comunicação, media quer dizer encaminhar frações, de um saber social e peças de valor cultural a um *público* expectante, recorrendo-se a uma instância institucional. Uma *mediação* dá a entender o conjunto de atos, ações e atividades que têm lugar entre um evento e a versão noticiosa que dele fornece a *mídia*, mediante uma interpretação (seleção, formatação e edição) sobrevinda em conformidade com percepções, expectativas e experiência prévia de todos os envolvidos em tal processo. Reconhecendo e respeitando características técnicas e sociológicas de distintos *meios de comunicação* [...] a mediação se inclui entre as finalidades básicas da mídia; daí constituir-se “mídiação” ativa, atual, atuante. (TRINTA, 2008, p.35).

Dada a primazia da mídia experimentada desde o século XX, a percepção da realidade a nossa volta torna-se regida pela sensação de que tudo o que há, para existir de fato, precisa ganhar representação midiática. Do contrário, não legitima-se, pois não é visto, ouvido, lido. Não é recebido.

Os jornais foram os veículos pioneiros a encarnar esse papel, mas, ao longo do século XX, os meios eletrônicos de comunicação alçaram a importância da “mídiação” a níveis estratosféricos, a partir do desenvolvimento do rádio, mas, sobretudo, com a consagração da televisão.

A difusão da televisão nas três décadas após a Segunda Guerra Mundial (em épocas diferentes e com intensidade variável, dependendo do país) criou uma nova Galáxia de comunicação, permitindo-me usar a terminologia de McLuhan. Não que os outros meios de comunicação desaparecessem, mas foram reestruturados e reorganizados em um sistema cujo coração compunha-se de válvulas eletrônicas e cuja fachada atraente era uma tela de televisão. (CASTELLS, 1999, p. 355).

Posto isso, façamos considerações acerca do papel de destaque da televisão em relação aos demais veículos e sua preponderância como campo de significação no curso da dinâmica social.

3.1 SOBRE A CENTRALIDADE DA TV NA VIDA SOCIAL BRASILEIRA

Canal de comunicação, meio de veiculação de mensagens e, hoje, elemento onipresente de nossa ambiência, a televisão configura um regime de visualidade que se realiza a distância, mas que promove aproximações e dá acesso à informação instantânea acerca de fatos do mundo, propiciando contato e familiaridade com toda espécie de fenômenos e acontecimentos. Em sua casa, o telespectador encontra a imagem da TV – em profusão e em frenética sucessão – domesticada, bastando, para tanto, pressionar um botão ou uma tecla para que o aparelho se ilumine e o *show* tenha começo.

Trazida ao Brasil pela iniciativa idealista e um tanto visionária de Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello – proprietário dos Diários Associados, conglomerado brasileiro de mídia ainda hoje existente e ativo – no início da década de 50, a televisão rapidamente se ambientou aos usos e costumes que definem o Brasil como nação. Uma vez instaladas suas torres de transmissão em São Paulo e no Rio de Janeiro, a televisão brasilei-

ra deu seus primeiros passos e pôde exibir seus programas inaugurais graças ao espírito pioneiro de um punhado de técnicos e de artistas vindos do rádio. Além dos profissionais, a televisão importaria do rádio, nos seus primeiros dias (anos) a *linguagem*, os gêneros e formatos de programas.

A televisão incorporou e integrou a estética popular do circo, as tradições do teatro de variedades brasileiro, bem como temas e autores da dramaturgia universal, além de noticiários, programas humorísticos, esportivos e dramáticos de comprovado sucesso radiofônico. Tratava-se de uma revolucionária forma de comunicação que viria, em pouco tempo, pela força de suas imagens, a cair nas graças do brasileiro habitante dos grandes centros urbanos. Aos poucos, a televisão iria tornar-se um repositório dos anseios e expectativas da classe média brasileira, então escolhida como seu *público* preferencial.

Destacando o protagonismo da TV na construção dos sentidos do mundo (tido como) real Pierre Bourdieu (1997, p.16), em seu livro **Sobre a televisão**, introduziu a máxima: “Ser é ser percebido na televisão”. Todos vemos televisão, mas é ela que a todos contempla e a tudo legitima. Segundo Aluizio Ramos Trinta (2007b), em sua condição de meio de comunicação horizontal coletivo, a televisão conhece mais seu telespectador costumeiro do que ele a ela, embora sempre se rejubile ante seu modo de ser e aparecer. Com o que sobre ele aprendeu – mediante pesquisas (quantitativas e qualitativas) e contatos (diretos e indiretos) – ela sabe que, diária e onipresente, não pode desagradá-lo ou mostrar-se aborrecida, impertinente e inoportuna, dele exigindo grande esforço intelectual.

Assim, por exemplo, a TV raramente se propõe como um espaço para a exposição de raciocínios abstratos ou a formulação de juízos críticos; antes, como se tomasse por empréstimo os títulos de duas de suas primeiras telenovelas, ela é uma “Moça que veio de longe”; mas, logo que aqui aportou, lançou-se com êxito à sedução dos telespectadores, como que lhes dissesse: “Sua vida me pertence”. E assim tem sido. Donde sua assimilação metafórica a uma “babá” atenciosa ou a uma “lareira eletrônica”, pela acolhida e o aconchego que uma e outra oferecem. (TRINTA, 2007b).

O modelo de desenvolvimento da televisão brasileira balizou-se na administração publicitária americana, transpondo do rádio e ampliando a prática de patrocínios comerciais que tanto sucesso alcançaram⁵. Veículo de funcionamento custoso, a televisão comercial brasileira não poderia sobreviver sem insumos publicitários, sem anunciantes locais ou nacionais. Sérgio Mattos (2002) analisa o desenvolvimento da televisão brasileira, distinguindo seis fases que levam em conta o contexto sócio-econômico-político e cultural e, também, o modelo de financiamento e administração das emissoras.

A primeira fase, chamada *elitista*, compreende os anos de 1950 a 1964. Refere-se ao período no qual o televisor era tido como um bem de luxo, que só poderia fazer parte da vida cotidiana de famílias abastadas – quadro que muda gradativamente, com o incremento da produção de televisores no País. As empresas de comunicação reproduziam na TV a estrutura administrativa, o quadro funcional e a programação das rádios. Toda produção era feita e veiculada ao vivo, com precariedade técnica e muita improvisação. As emissoras eram inauguradas aos poucos, apenas nas capitais, nos anos 50, e, no início dos anos 60, em cidades médias do interior. Em 1957 eram 10 emissoras no total; em 1960, 20; em 1964, 34 estações de TV e 1 milhão 663 mil televisores em uso no Brasil (MATTOS, 2002, p. 83).

O período compreendido entre os anos 1964 a 1975 encerra acontecimentos, ações e decisões que estabelecem as bases para a construção do modelo brasileiro de sistema televisivo. Também nos é caro, neste trabalho, porque corresponde a quase todo o período de existência e atuação da TV Industrial, nosso objeto de pesquisa. Vivia-se, de acordo com a classificação de Mattos, a *fase populista*, caracterizada pela noção de que a televisão representava um modelo de modernidade para o imaginário social. Isso impulsio-

⁵ Tal como ocorria com programas de rádio, como o “Radioeatro Colgate-Palmolive”, nas ondas da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, também a televisão levou ao ar a “Grande Resenha Facit”, o “Circo BomBri!” e o “Repórter Esso”.

nou a busca pela instalação de emissoras em cidades do interior e a aquisição de televisores por famílias de classes trabalhadoras, com renda mais baixa que o público característico dos anos 50. Ao mesmo tempo, a programação era sustentada, sobretudo, pelos programas de auditório, com caráter popularesco. Segundo Mattos (2002, p. 90) “as decisões políticas e a censura ideológica adotadas pelos governantes pós-1964 contribuíram para o baixo nível da produção local de programas de televisão [...] chegando às raias do grotesco.”. A coincidência dessa fase com o início do regime militar não se deve ao acaso. Pelo contrário, são as diretrizes do governo do período de exceção que determinam as características dessa fase e os pilares do desenvolvimento da televisão brasileira.

O golpe de 1964 afetou diretamente os meios de comunicação de massa porque o sistema político e a situação socioeconômica do País foram totalmente modificados pela definição e adoção de um modelo econômico para o desenvolvimento nacional. O crescimento foi centrado na rápida industrialização, com tecnologia e capital externos, e baseado no tripé formado pelas empresas estatais, empresas privadas nacionais e corporações multinacionais. Os veículos de comunicação de massa, principalmente a televisão, passaram a exercer o papel de difusores não apenas da ideologia do regime como também da produção de bens duráveis e não duráveis. (MATTOS, 2002, p.89).

A busca pela modernidade, simbolizada pela televisão, fomentou os investimentos em infraestrutura do sistema de telecomunicações, com instalação de estações terrestres de satélites, ampliação do sistema telefônico e implantação de linhas de micro-ondas, a primeira tecnologia utilizada para transmissão de programação unificada em diferentes cidades.

Paralelamente, as empresas de comunicação iniciam seus próprios processos de modernização, adotando padrões de administração norte-americanos e intensiva profissionalização.

Esta segunda fase da televisão brasileira tem como característica mais importante a absorção dos padrões de administração, de produção de programação pela tele-

visão nacional. As empresas de televisão do eixo Rio–São Paulo reforçaram seu papel de intermediárias entre a indústria cultural multinacional e o mercado brasileiro e, por outro lado, amealharam, através das redes, um mercado cativo para os seus produtos. Com uma estrutura administrativa e financeira mais sólida, adaptada à etapa da expansão do capitalismo brasileiro com uma concentração de capital, sem os percalços que o pioneirismo colocou no caminho da Rede Tupi, e com uma industrialização firmemente assentada no Brasil, voltada para o consumo, a Rede Globo começou a ganhar audiência. Em relação à programação, baseou-se no sucesso de novelas radiofônicas para implantar igual linha de programação na televisão, a telenovela, junto com programas de auditório. Só que, a partir deste momento, todas as ações perdiam a espontaneidade para se inserirem nos planos de marketing. (CAPARELLI, 1982, p.32 *apud* MATTOS, 2002, p.94).

Também nesta segunda fase iniciou-se a centralização das produções no Rio de Janeiro e em São Paulo, de onde partiam as transmissões para as demais cidades, gradativamente esvaziando o modelo de emissoras locais. A televisão brasileira adotava, então, o perfil de veículo de audiência nacional e, com isso, capacitava-se a atrair, como anunciantes, grandes empresas de projeção e atuação no mercado nacional.

A fase seguinte é a do *desenvolvimento tecnológico* e corresponde ao período entre 1975 e 1985. Nessa época o destaque foi o desenvolvimento e a implementação das redes de TV nacionais, a consagração do modelo de administração publicitária americana e da hegemonia da Rede Globo, da produção de telenovelas e do padrão Globo de qualidade. A sofisticação técnica, com a televisão já colorida, teve as produções da Rede Globo como referência e tornou-se uma premissa para o modo de fazer televisão no Brasil.

Mattos destaca, ainda, três fases: a *fase da transição e da expansão internacional* (1985-1990), na qual se intensificaram as exportações de programas – que haviam se iniciado na fase anterior; a *fase da globalização e da TV paga* (1990 e 2000), na qual destacaram-se o início da discussão e a implementação dos sistemas de TV por assinatura via cabo e via satélite e a percepção do mercado global de televisão para importação e exportação não só de programas prontos para exibição, mas, também, de formatos para a produção de programas; e, desde o ano 2000, a *fase da convergência e da qualidade digital*, cu-

jas principais características são o esforço para promover a convergência tecnológica e de processos da TV com a internet e a tentativa de estabelecer canais expressivos de interatividade com o telespectador.

Com o prestígio que angariou e o crédito que passou a merecer, desde os anos 60, tanto por parte de seus patrocinadores quanto junto a seus telespectadores habituais, a televisão logo se ofereceu como “espelho” da vida social brasileira, nos termos descritos por Dominique Wolton (2006):

A televisão, como sempre dizemos, é o “espelho” da sociedade. Se ela é seu espelho, isso significa que a sociedade se vê – no sentido mais forte do pronome reflexivo – através da televisão, que esta lhe oferece uma representação de si mesma. E ao fazer a sociedade refletir-se, a televisão cria não apenas uma imagem e uma representação, mas oferece um laço a todos aqueles que a assistem simultaneamente. Ela é, além disso, um dos únicos exemplos em que essa sociedade se reflete, permitindo que cada um tenha acesso a essa representação. (WOLTON, 2006, p. 124).

Em fidelidade às noções de construção social da realidade e de mediação, note-se que ao espelhar ou refletir a sociedade a televisão sempre o faz segundo uma representação. Isso implica na construção de imagens especulares que não devem ser tomadas como idênticas à realidade, mas sim como construções discursivas a partir de elementos tomados como reais. Por isso evocamos aqui a figura da Casa dos Espelhos e seus espelhos retorcidos que oferecem ao visitante as mais diversas imagens de si mesmo, todas elas geradas a partir da presença do seu corpo em local iluminado e diante do campo de reflexão de cada espelho.

A televisão brasileira, ao “espelhar” a vida social nas principais metrópoles do País, constituiu a representação (e proclamou-se representante) da “cultura familiar da classe média”; nas palavras de Trinta (2007b), “estabeleceu e consolidou o repertório cultural médio de milhões de brasileiros, em processos de identificação e de projeção suscitados pelo repertório fixo, que então proporcionou, de certa autoimagem sociocultural brasi-

leira.”. Em seu ciclo evolutivo, de sua inauguração, no século passado, aos nossos dias, a televisão, tal como fizera o rádio, pôde contemplar a diversidade regional do Brasil, com seus tipos, sua história e a expressão de seu folclore, contribuindo imensamente para nossa descoberta como nação mestiça e multicultural, provida de identidades autóctones.

Douglas Kellner (2001, p.304) salienta que a televisão acaba por desempenhar papel fundamental na (re)estruturação de identidade(s), na conformação de pensamentos e comportamentos, assumindo algumas funções tradicionalmente atribuídas ao mito e ao ritual, a saber, integrar indivíduos numa ordem social, celebrando valores dominantes, oferecendo modelos de pensamento e de comportamento.

Desde sua fundação, as grandes redes de televisão – de início, limitadas a emissoras locais – têm sede em áreas urbanas, não raro em locais geograficamente propícios à instalação de seus transmissores e que, concomitantemente, encerram prestígio histórico e valor simbólico, servindo ainda como atrações turísticas⁶.

Em sua constituição, como veículo, a televisão impõe uma simplificação de suas mensagens. Um dos motivos: os preciosos segundos do “tempo-TV” – preciosos pelo custo e pela necessidade de oferecer um ritmo frenético, segundo o qual cada imagem exibida deve durar poucos segundos, e não permitir sensação de enfado ou tédio. Sendo assim, se as mensagens televisivas nada têm a ver com uma argumentação racional, tudo terão a ver com uma adesão afetivo-emocional. Bastante convencionais, estas mensagens terminam por despertar emoções, mobilizar paixões e conquistar corações. Kellner vê nisso certo paradoxo:

⁶ A TV Tupi do Rio de Janeiro cogitou instalar as torres de transmissão de seu sinal no alto do Cristo do Corcovado. A Cúria metropolitana não o permitiu. A TV Globo foi, durante um bom tempo, conhecida como a “emissora do Jardim Botânico”. Hoje, as torres de televisão cariocas se encontram no alto do morro do Sumaré, onde se localiza a residência particular do cardeal Arcebispo do Rio de Janeiro. Na cidade de São Paulo, a Rede Bandeirantes fez-se “emissora paulista” quando, por razões técnicas e estratégicas, inaugurou uma potente torre de transmissão em um prédio da Avenida Paulista.

O fluxo, a velocidade e a intensidade das imagens podem esmagar-nos – ou deixar-nos indiferentes – de tal modo que a função significativa da televisão pode ser descentrada e simplesmente ruir. No entanto [...] as pessoas assistem com regularidade a certos programas e eventos; há fãs de várias séries e estrelas com um grau incrível de informação e conhecimento sobre seu objeto de sua fascinação; as pessoas realmente modelam comportamentos, estilos e atitudes pelas imagens da televisão; os anúncios por ela veiculados de fato desempenham certo papel na manipulação da demanda do consumidor; (KELLNER, 2001, p.303).

A baixa taxa informacional das mensagens televisivas traduz-se por escassa originalidade, mas é compensada (pelo menos esforça-se para) por um denso e intenso reforço de certo senso comum, de verossimilhança arduamente buscada e, enfim, de pronta transparência da verdade. Para Trinta (2007b) é como se a TV, estimulando certo “prazer de ver” (*televisualidade* própria ao canal e *televisibilidade* socioculturalmente induzida), produzisse e ofertasse protótipos identitários para todos os gêneros, incentivando-os a um consumo ostensivo em todas as ocasiões e lugares.

Televisualidade e *televisibilidade*, junto à *televisividade* referem-se, segundo Trinta (2008, p40-41), a três distintos níveis da forma própria de ser e aparecer da televisão, os quais tomamos como três dimensões de significação da mensagem televisiva. *Televisual* (*televisualidade*) diz respeito ao *dispositivo tecnológico*, à dimensão técnica, à composição e distribuição das mensagens em sinais analógicos ou digitais de áudio e vídeo, capazes de sensibilizar o ser humano pelos sentidos da audição e da visão. *Televisivo* (*televisividade*) é o plano dos conceitos, da *disposição discursiva*, da competência semântica, dos códigos pelos quais se compõe uma mensagem legível pelo receptor. Por fim, o plano *Televisível* ou *Televisional* (*televisibilidade*) que refere-se à ação e à produção de efeitos, corresponde à *disponibilidade comunicativa*; é o plano da interpretação das mensagens, que suscita elaborações de significados e estimula as afetividades, as formações identitárias.

3.2 PROCESSO E PROCEDIMENTOS DE MEDIAÇÃO

Ao fim dos anos 60, emergiu e recrudescceu certa tendência à relativização de verdades até então tidas por absolutas. Diversas áreas do conhecimento desenvolveram conceitos e abordagens nas quais o *sujeito* passou a ocupar o centro do processo. No campo da Comunicação, a crença na existência de múltiplos fatores convergindo para o desenvolvimento cognitivo, em âmbito social, contrapôs-se à visão estritamente comportamentalista, ensejando o surgimento de teorias da *recepção* e da *mediação*, revestindo-se de grande importância para o entendimento da Comunicação. Uma e outras deslocavam o foco de atenção do processo e dos procedimentos da emissão para os da recepção, considerando-se os contextos de ocorrência desta última. O *sujeito* (receptor) passou a ocupar o centro do processo comunicativo, ocupando-se da reelaboração de mensagens a ele destinadas com base e referência em seu acervo cultural próprio, único por definição.

Jesús Martín-Barbero foi um dos primeiros a delinear e demarcar o campo das mediações sociais e culturais, observadas nos processos comunicativos, lançando luz difusa sobre elementos que acompanham a experiência do recebimento de mensagens. No que tange, portanto, a estas mediações, Martín-Barbero pôs em evidência o processo de produção de toda espécie de mensagens, tendo-as, porém, na conta de umas tantas possibilidades de compreensão e participação no contexto comunicacional no qual se inscrevessem. Este novo modo de ver fez aflorar agentes e procedimentos de mediação.

Em seu livro **Dos meios às mediações**, Jesús Martín-Barbero (2001) retoma e repropõe o conceito gramsciano de *hegemonia*, dele se servindo para proceder (e promover) a um deslocamento do que se tem por uma perspectiva tradicional, no que respeita ao estudo dos meios de comunicação. Do *midiático* (como o *televisual*) – aí implicados o *mi-*

dialógico (ao qual chamamos de *televisivo*) e o *midial* (correspondente ao *televisível*) – passa-se à consideração do que "vai mediado", bem como de sua repercussão no cotidiano dos que se expõem à ação eficiente e eficaz da mídia, dela resultando algum benefício ou dela tirando algum proveito. Passa-se, evolutivamente, da visão ao *olhar*, tomando-o como construção psicossocial.

Mediações compõem lugares situados entre a produção e a recepção de sentidos intentados, instaurando-se, pela ação do contexto, intensa negociação. Pensar o processo da Comunicação sob a perspectiva do processo e de procedimentos de mediação significa considerar que entre produção e recepção a cultura do cotidiano tem espaço significativo e fundamental.

Martín-Barbero (2001, p. 304) sugere três lugares de mediação que interferem e alteram a maneira como os receptores recebem os conteúdos midiáticos. São eles: a *cotidianidade familiar*, a *temporalidade social* e a *competência cultural*.

A cotidianidade é o espaço em que as pessoas interagem e se mostram como verdadeiramente são, moldadas, por exemplo, por suas relações sociais; também nela dá-se a interação dos indivíduos com as instituições – a televisão, em nosso caso. A cotidianidade familiar é uma das mais importantes mediações para a recepção dos meios de comunicação, pois a família assinala um lugar de conflitos e tensões que, ao reproduzir na esfera doméstica relações de poder da sociedade, leva seus membros a manifestarem, com maior ou menor grau de liberdade, seus anseios e inquietações.

A temporalidade social contrapõe o tempo do cotidiano ao tempo produtivo. O *time-is-money-time* cede o passo ao *time-is-leisure time*. O primeiro é o tempo valorizado pelo capital, que se mede e quantifica; o segundo é o tempo repetitivo, de que tanto fruimos. Para Martín-Barbero (2001, p. 307-308), a televisão é organizada pelo tempo frag-

mentado (ainda que se apresente contínuo) da repetição, incorporando-se a este título ao cotidiano dos receptores.

Por último, a competência cultural resulta, entre outros fatores, de especificidades étnicas e genéricas. Tal mediação diz respeito a vivências, em plano cultural, que cada indivíduo adquire e incorpora, fazendo – não apenas pela aquisição de algum grau de instrução formal, senão também por meio de experiências que são as de seu cotidiano. Neste rol, inclui-se a experiência do telespectador que, no Brasil, chega a sessenta anos.

Em resumo, da *tecnicidade* (características do meio de comunicação) evolui-se para a *sociabilidade* (interações sociais permeadas por constantes negociações de sentidos), passando-se por *ritualizações pontuais* (rotinas laborais, sociais e de outra espécie às quais distingue a repetição, e que se ligam estreitamente a todas as formas de produção cultural). Nos termos em que aqui as propomos, temos a comunicação mediadora *da* TV – em sua condição de dispositivo técnico-tecnológico: o *como* televisual. Devemos então chegar à comunicação mediada *pela* TV – que proporciona efeitos sociais, culturais etc. *para o quem* televisível, passando pela comunicação *na* TV, em que importam as representações propriamente ditas, isto é, o universo semântico (mítico e ideológico) abrangido: o *o quê* televisivo.

3.3 TELEVISÃO E FORMAÇÃO DE IDENTIDADES

Observamos que, no Brasil, a televisão faz sentir e exercita sua influência na vida cotidiana, assim como mantém, reforça ou altera padrões de comportamento, em plano social, e inspira moda e modismos, em âmbito cultural. A televisão se afirma como po-

tente e competente difusora de imagens – seja no domínio imediato da realidade factual, seja na esfera (claramente mediada) da ficção – cujas potencialidades estão em direta proporção às formas de *representação* escolhidas. O mundo (entre-)visto pela “janela” (ou espelho) da TV está repleto de estórias que mesclam realidade e ficção. Na verdade, com frequência são enredos ficcionais carregados de referências pinçadas do mundo real (realidade de teleficção) nas telenovelas e seriados, por exemplo; ou, do contrário, deparamo-nos com histórias romanceadas, fatos narrados com contornos de ficção, dotados de enredo e personagens (teleficção da realidade). Isso, sem falar nos *reality shows*, gênero televisivo e formato de programa em franca disseminação, que transitam entre as duas modalidades. Para Muniz Sodré (2000) a noção de realidade operada nas representações televisivas é um tanto peculiar. Espaço e tempo são simulados, conformando-se no que chama *telerrealidade*.

Telerrealidade significa produção de um espaço/tempo social absolutamente novo. O espaço implica o conceito de um modo de constituição das coisas enquanto podem ser vistas, tocadas, apreendidas. O remanejamento das coordenadas históricas de tempo e espaço só pode evocar a magia, a bruxaria tecnológica do ocidente. [...] a técnica televisiva é realmente mágica por multiplicar infinitamente o poder de ubiquidade do espectador, agora confrontado com uma (tele)realidade simultânea, instantânea e global. (SODRÉ, 2000, p.35).

Este universo peculiar presente na tela é concebido, colhendo, na vida social cotidiana, elementos que se caracterizam como traços verossímeis de realidade, para, ao representá-los, estabelecer relações de sentido compatíveis às experiências de significação vividas pelo telespectador, em seu dia a dia real. Quanto mais verossímeis, maior potencial guardam de articularem-se como pontos de reconhecimento e identificação. Maria Thereza Fraga Rocco (1991, p.241) salienta que “[...] a televisão é o veículo produtor dos mais analógicos simulacros do real. Tais simulacros são tão próximos da realidade sensível que, por

vezes, costumamos a perceber se a realidade objetiva é aquela, do lado de fora, ou a que se vê do lado de dentro do vidro do vídeo.”.

Para instaurar o ponto de tangenciamento entre a vida social cotidiana e a “telerrealidade”, a forma da TV é atributo imprescindível. Essa forma é o ludismo, que evidencia a cumplicidade e as regras especiais que se diferem das leis, da lógica do mundo real, do instituído. Trata-se de um jogo, ritualístico, da ordem do prazer sem finalidade estipulada. Junto à forma, a estrutura de linguagem da TV também trabalha para individualizar o contato e aproximar definitivamente o telespectador.

[...] a tevê se dirige ao público através do vídeo, simulando um “contato” direto e pessoal com essa “função indivíduo” que se supõe ser o telespectador. Por isso, é essencial à expressão televisiva a função linguística de contato (função “fática”, na terminologia implantada pelo linguista Roman Jakobson), que visa a manter ou sustentar a comunicação entre falante e ouvinte (SODRÉ, 1999, p.56-57).

A partir daí, a relação caminha para a identificação do telespectador com o ambiente e os personagens retratados na telerrealidade. O espaço-tempo da TV é um simulacro do da vida real, e, por isso, é o gancho que permite a projeção. Desse universo televisivo extraem-se materiais para organizar e interpretar as experiências vividas. "Entre a TV e o indivíduo se interpõem o imaginário pessoal que é único e indevassável, o sonho, o devaneio e as representações que esse indivíduo constrói a partir do que vê e do que imagina." (ROCCO, 1991, p.254). O telespectador identifica-se, então, com o semelhante a si no espelho televisivo e também com ideias e modelos, com o eu ideal, com o ideal do eu ou ainda com o *superego*.

Se definirmos *metafísica* como um poder universal de montagem de novos dispositivos de significação, a televisão – que é ao mesmo tempo “telefissão” das formas tradicionais de representação e “telefusão” dos indivíduos numa nova forma de relação social – implicará uma nova metafísica. Ela não é, portanto, um prisma (um ponto de vista ilusório), mas *espelho*, isto é, o lugar onde a identidade original do sujeito dá lugar à imagem, ao simulacro. Assim como o indivíduo

identifica-se com sua imagem especular (mito de Narciso), é também suscetível de se identificar (horizontalmente) com o semelhante a si no “espelho” televisivo. Mais ainda: identifica-se (verticalmente) com ideais e modelos (SODRÉ, 2000, p.50-51).

Os fundamentos de uma *identidade* estão localizados em afinidades existentes e manifestas entre um ou mais indivíduos e um dado *sistema de representações* – um feixe de *elementos simbólicos* provido de procedimentos de *encenação* a serem atualizados e postos em prática. Os indivíduos reconhecem elementos e representações como pertinentes à sua *índole*, dotando-o então de valor e a cultivando. Assim fazem, por exemplo, com usos linguísticos (a televisão propõe sua própria *norma* da língua nacional brasileira) e narrativas (estórias, “causos” dramatizados, telepeças; mas, também, “*talk shows*” e entrevistas); *mitos* e *rituais* (sagrados e profanos), permeados pela “cultura *pop*”; enfim, um número apreciável de modos comportamentais, individuais e coletivos, além de manifestações culturais e artísticas. A estas últimas, a televisão, à sua inteira discricção, imprime forma e provê conteúdo, recorrendo a uma “estética do espetáculo”.

A televisão, enquanto meio de comunicação, compõe relevante contexto, em cujo interior *indivíduos* e *grupos* elaboram, propõem, celebram, negociam e defendem suas *identidades*, tomando por base seu próprio auto-conceito, sua auto-compreensão. A situação social e a inserção cultural, em que uns e outros se encontrem ou evidenciem, vão permitir que formem uma ideia geral sobre quem são. Além disso, o tempo contemporâneo (mas, de certa forma, também o moderno) se deixa assinalar também por uma inédita “movimentação das identidades”, levando a que atores sociais, individual ou coletivamente, assumam identidades variadas, instáveis, multipolares.

Nesse contexto os processos de identificação podem ser definidos como “mecanismos psicológicos e psicossociais por meios dos quais um indivíduo molda sua condu-

ta, no intuito de se parecer (e se deixar confundir) a outro ou a outros, que lhe sirvam como modelos e junto aos quais espera vir a ser aceito.” (TRINTA, 2007, p.153).

Palco profícuo em apresentação e representação de modelos, a televisão se esmera, formalmente, em estabelecer um *contato* com a audiência, por meio de *sinal televisual*, sempre perfectível; firmar um *contrato* com seus telespectadores, à medida que transaciona significações e valores, em um “*mundo televisivo*”; e promover uma *partilha* com seu público. A aptidão que a TV revela em criar e cultivar procedimentos de *enunciação* a qualifica como portadora de uma *linguagem audiovisual* e, mais ainda, como detentora de uma forma de *escrita*. Desprovida de um *discurso* próprio, a televisão recolhe, reúne e reutiliza discursos distintos, aos quais tangencia, intersecta e implica, daí resultando um estado de virtual *polifonia* discursiva e de diluição cultural. Há, portanto, não uma só, mas várias *televisões*, que são proporcionadas por procedimentos de *audimetria* (verificações regulares de receptividade por parte de telespectadores presumíveis), *segmentação* (do público telespectador) e orientação (artística e comercial) de suas programações.

A cada pacto firmado, entre emissoras de TV e público receptor, podem corresponder novos comportamentos espetatoriais bem caracterizados, isto é, modos de implicação identitária mediadas por programas por eles regularmente assistidos. Pela magia, o fascínio e o encantamento que motiva, a televisão traz à imaginação *arquétipos*, projetados como *protótipos* e, vendo-os aceitos e adotados, os transforma em *estereótipos*, para mais bem os ratificar. Verdadeiros “carimbos culturais”, os *estereótipos*, por não exigirem maior esforço reflexivo, facultam pronta identificação e imediata visibilidade social e cultural.

As *televisões* de que falávamos – a TV em sua unidade e em sua multiplicidade – servem a propósitos de composição identitária, mercê de seu vigor tecnológico, sua valia como suporte de *significações* (polifonia discursiva que traduz um “mínimo denominador comum social” semântico) e instrumento socialmente efetivo

de repartição de saberes, experiências e habilidades que, em última análise, são as de todo telespectador que as identificar e a elas vier a se ajustar. (TRINTA, 2007, p.156).

A construção de *identidades* está intimamente relacionada a *sistemas de representação*, como a televisão. Os indivíduos se fazem *sujeitos* em referência a *significados sociais e sentidos* (culturais) representados por tais sistemas, levando a que o estudo das *significações* produzidas e postas em circulação dê consistência ao feixe de relações de mútua pertença, tal como a televisão pretende estabelecer com relação ao (seu) público. O conceito de *laço social*, de D. Wolton (1996), serve a todo estudo feito acerca dos poderes desta *representação*:

Em que a televisão constitui um laço social? No fato de que o espectador, ao assistir à televisão, agrega-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível. É uma espécie de *common knowledge*, um duplo laço e uma antecipação cruzada. ‘Assisto a um programa e sei que outra pessoa o assiste também, e também sabe que eu estou assistindo a ele’. Trata-se, portanto, de uma espécie de laço especular e silencioso. (WOLTON, 2006, p.124).

Pelo exposto, é processo lógico associar a noção de *laço social* à *identificação*. Senão, vejamos. No universo televisivo, no Brasil ou em outros países, o processo de identificação se faz atuante à medida que personagens (de ficção) ou personalidades (de notáveis locais a celebridades do mundo dos esportes ou do *show business*) passam a exercer considerável ascendência sobre um determinado público. Nesse sentido, “identificar-se a/com” um ente televisível quer dizer reconhecer nele traços de similaridade, pontos de igualdade ou ter por ele simpatia; também se refere a, por empatia, incorporar e exibir características e traços distintivos de alguém (pessoa, personalidade ou personagem), pela adoção voluntária de seu sistema de valores.

Sobre a identificação por meio da televisão, Aluizio Ramos Trinta (2008) afirma:

Manifesta-se um processo de identificação quando se torna a própria identidade co-extensiva à de alguma outra pessoa, personalidade ou personagem; quando há apropriação (compenetração de ideias, crenças, atitudes e sentimentos) da identidade aparente de uma pessoa, personalidade ou personagem; enfim, quando transparece uma fusão intencional da própria identidade à de uma pessoa, personalidade ou personagem. (TRINTA, 2008, p.36).

A identificação em relação à televisão pode encerrar não só indivíduos, mas também instituições. Referimo-nos nesse caso à possibilidade de encontrar na construção identitária do todo que compõe um programa de TV ou, até mesmo, um canal de televisão, os elementos desencadeadores da simpatia ou da empatia (ou mesmo da antipatia). Afinal, se considerarmos os caracteres distintivos de um programa ou de um canal estaremos diante da construção de uma identidade, não de um indivíduo, mas talvez individualizada, enquanto singular. Não fosse assim, que sentido teriam, ou, como se comporiam os canais e as produções direcionadas aos chamados *públicos segmentados*?

Em cidades ou localidades menos populosas, a um tempo convenientemente próximas e suficientemente distantes de grandes centros urbanos, não constitui fato raro o de que todo pioneirismo conheça dificuldades quase insuperáveis. Em se tratando da implantação e do funcionamento de um canal de televisão, as dificuldades materiais, técnicas, financeiras e institucionais, somadas a barreiras de ordem político-ideológica ou, mais ainda, a falta de fé e de confiança em empreendimentos de líderes locais progressistas, não serão jamais facilmente transpostas. Foi o que sucedeu à TV Industrial de Juiz de Fora.

4 A TV INDUSTRIAL DE JUIZ DE FORA

O ano de 1964, além de toda a significação que tem para a história brasileira moderna, encerra importantes acontecimentos presentes na memória de Juiz de Fora. De início, em 31 de março daquele ano, a cidade iria se inserir nas articulações que deflagram o golpe militar. Foi da sede da 4ª Região Militar, do Comando Regional do Leste, sediado em Juiz de Fora, que partiram, em direção ao Rio de Janeiro, as tropas lideradas pelo General Olímpio Mourão Filho a fim de depor o presidente João Goulart. Curiosamente, mesmo com a conotação negativa que as memórias do regime militar deixaram no imaginário nacional, a relação da cidade com o evento está presente na memória da cidade. O fato de colocar Juiz de Fora em envolvimento direto com os destinos do País é cultuado como a memória de um tempo em que a cidade tinha relevância no cenário nacional.

O outro grande acontecimento que destacamos em 1964 (e que tem ligação histórica direta com o golpe militar) é a expansão do rol de veículos que compunha o sistema de mídia local, agregando ao conjunto formado por impressos e rádios um novo agente: a TV Industrial – canal 10, primeira efetiva emissora de televisão da cidade⁷. Era um canal com programação predominantemente local que teria, então, a potencial capacidade de promover a representação de Juiz de Fora no espectro daquele que já despontava como o principal meio de comunicação, no Brasil e em todo o mundo. Durante dezesseis anos, de

⁷Antes da TV Industrial, Juiz de Fora já tinha contato com produções locais em televisão, através do funcionamento experimental da TV Mariano Procópio, como resgataram os trabalhos de Lívia Fernandes de Oliveira (2007, 2008 e 2010) e Flávio Lins Rodrigues (2006, 2008 e 2010). A emissora funcionou em caráter experimental entre 1959 e 1965, como afiliada e retransmissora da TV Tupi. A novidade representada pela Industrial ampara-se nos seguintes aspectos: primeiro, ter entrado em funcionamento em caráter oficial, mediante concessão. Segundo, apresentar um volume de programação – média próxima de 6 horas nos primeiros anos, aumentando com o decorrer do tempo, com registro de várias ocasiões de dias mais longos de transmissão, como no carnaval – e percentual de programação local bastante considerável, chegando a oitenta por cento da programação gerada em seus próprios estúdios. Terceiro, ao entrar em operação, ter permanecido no ar por 16 anos, sem, no entanto, configurar-se um mero experimento.

1964 a 1979, a Industrial manteve-se como único canal de televisão local na cidade, qualificando-se, portanto, como um novo espaço de mediação das identidades juizforanas.

Pautada primordialmente pelos assuntos locais ou por aqueles julgados de interesse do público local, a TV Industrial foi definida por seus diretores como “vitrine da sociedade e da cultura juizforanas”, segundo o que chamavam de “uma filosofia de atendimento às reivindicações da cidade” (MENDES, 1982). Por isso sua trajetória, seus programas, e as memórias dos sujeitos envolvidos na constituição desse veículo configuram-se como relevantes objetos de investigação sobre a produção de sentidos e a representação de identidades no escopo da mídia juizforana. Reforça-se ainda mais sua relevância como espaço midiático de significação o fato de ter desempenhado solitariamente, nos anos em que esteve no ar, o papel de mídia televisiva local. A TV Industrial forma nosso objeto de pesquisa.

Para a investigação, caracterização e construção narrativa da trajetória desse objeto, adotamos como metodologia principal a história oral. Segundo Gwyn Prins (1992) a história oral é a história escrita com a evidência acumulada de uma pessoa viva. Valoriza, portanto, a experiência, a memória e os pontos de vista de fontes orais, isto é, dos entrevistados. Tem por objetivo principal detalhar e humanizar os relatos. Assim, uma vez que nossa hipótese e nosso tema de pesquisa estão diretamente ligados aos conceitos, às concepções e à memória de fontes que vivenciaram a trajetória da TV Industrial, a história oral constitui o método adequado.

Além disso, de acordo com Tereza Maria Frota Haguette (1990), a história oral, baseada em depoimento oral gravado, obtido através da interação entre o pesquisador e o entrevistado, ator social ou testemunha de acontecimentos, preenche lacunas existentes nos documentos escritos e é importante ferramenta para projetos de reconstrução histórica.

Isso reforça a adequação da metodologia à proposta da pesquisa, visto que as fontes documentais e produções bibliográficas sobre a TV Industrial são escassas.

Nosso espectro de fontes foi definido, em um primeiro momento, pela categoria dos ex-apresentadores⁸. Os ex-apresentadores encarnavam as faces reconhecidas pelo público, eram os signos vivos que interligavam o mundo fantástico da tela da televisão ao mundo real das ruas do centro da cidade, onde telespectador e apresentador podiam se encontrar. Ao aparecer na tela da TV e ceder a ela sua imagem, cada apresentador passa ainda pela construção de identidades diretamente associadas a valores e sentidos expressos pela emissora. Por esse motivo, o telespectador também tinha na fisionomia e na personalidade dos apresentadores importantes elos de identificação com a TV.

No entanto, o principal esforço na delimitação do rol de entrevistados constituiu em detectar sujeitos ativos na construção da TV Industrial, como emissora; e de sua programação, como representação possível da cidade em uma época. Buscamos assim, além de apresentadores, comunicadores que haviam diretamente colaborado para a concepção e o desenvolvimento dos formatos, o que os tornava importantes agentes na produção de sentidos da representação e da identificação com a cidade, tal como propostos pelo conteúdo veiculado. Reservamo-nos, ainda, a prerrogativa de colher alguns depoimentos bem distintos e distantes dessa categorização, na expectativa de complementar alguns dados históricos.

Assim, trabalhamos com um total de onze entrevistas inéditas, das quais sete têm como entrevistados apresentadores efetivos; duas trazem os depoimentos de importan-

⁸ Muitos apresentadores exerceram, concomitantemente, outras funções – redatores, produtores, diretores e até contato comercial.

tes jornalistas e redatoras; uma apresenta a visão de um funcionário; e uma última revela a atuação de um aliado político⁹.

A técnica empregada foi a da entrevista em profundidade, aliando momentos diretivos e não diretivos. Uma vez que trabalhamos com memória, tentamos dar espaço para que os entrevistados elaborassem um discurso completo sobre o que julgavam importante ser lembrado sobre a TV Industrial. Esse momento corresponde à abordagem não diretiva. No entanto, como havia algumas questões pontuais que nos interessavam, elaboramos, também, perguntas específicas para cada entrevistado, na expectativa de conseguirmos respostas mais objetivas.

As entrevistas têm duração média de sessenta minutos, tempo que julgamos longo o suficiente para captarmos a exposição de um pensamento completo sobre a trajetória da emissora. Terá sido algo curto para revelar detalhes e curiosidades de fatos específicos, mas adequado à carga emocional que vem à tona nas falas dos entrevistados, boa parte deles senhores e senhoras de bastante idade, alguns, até, com saúde um pouco frágil.

Também utilizamos como fontes orais as versões editadas dos depoimentos gravados por Christina Musse e Cristiano Rodrigues apresentados no documentário **Cidades Possíveis** (2009).

A partir desses depoimentos, além de valiosas informações historiográficas, dispomos de um material com valor qualitativo para o embasamento das reflexões sobre os critérios, a lógica e os conceitos articulados na criação de programas, bem como a definição de conteúdo veiculado e a construção da identidade da emissora. Do material levantado junto às fontes orais podemos verificar os traços de juizdeforaneidade evocados pela TV Industrial e as representações da(s) identidade(s) juizforana(s) propostas pela emissora.

⁹ As entrevistas foram tomadas como fonte, também, para a realização do documentário **Do Zero ao Infinito: a TV Industrial de Juiz de Fora**, que contou com nossa produção e corresponde a um dos anexos a essa Dissertação.

Apesar da já citada escassez de fontes, buscamos, também, coletar dados através de pesquisa documental, para amparar o viés historiográfico do trabalho. Entre essas fontes, destacamos as pesquisas de Livia Fernandes de Oliveira (2007, 2008 e 2010) e de Flávio Lins Rodrigues (2006, 2008 e 2010) que, entre artigos, monografias e dissertações resgataram a história da TV Mariano Procópio, nos anos que antecederam à fundação da TV Industrial; o trabalho de Luciano Neiva Cabral (Trabalho de Conclusão de Curso - Graduação em Comunicação, 1985), única publicação (excetuando artigos isolados) completa sobre a TV Industrial; manuscritos e textos avulsos fornecidos pela família Mendes, proprietária da TV Industrial; arquivos pessoais dos ex-funcionários e comunicadores da emissora; a revista **O Lince**, nas edições publicadas entre 1963 e 1976; publicações no **Diário Oficial da União**, tratando de licenças e outorgas de concessões.

Para começarmos a contar a história da TV Industrial e refletir sobre os processos identitários que desencadeia, há que se considerar duas trajetórias de antecedentes históricos à fundação da emissora: primeiro, a história da Rádio Industrial e o contexto dos anos dourados do rádio em Juiz de Fora; segundo, a trajetória empresarial da família Mendes, proprietária da TV Industrial e o caminho que trilhou para a conquista da concessão. É o que faremos na próxima seção.

4.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

A história da Rádio Industrial remonta ao ano de 1949. Foi em 19 de fevereiro daquele ano que o empresário fluminense Alceu Nunes da Fonseca inaugurou sua emissora

de rádio em Juiz de Fora, claramente inspirada no modelo da Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Fonseca era, nessa época, um ativo empresário no ramo da radiodifusão.

Natural de Maricá, no Rio de Janeiro, Alceu Nunes da Fonseca trabalhava na década de 30 como representante de produtos farmacêuticos, tendo tomado contato com o rádio por meio do trabalho de divulgação da sua cartela de produtos. No início da década de 40 passou a atuar no ramo publicitário, negociando anúncios e cotas de patrocínio para emissoras de rádio do interior do País. Em pouco tempo iria tornar-se, ele mesmo, proprietário de várias emissoras como a Rádio Sul Fluminense, em Barra Mansa – RJ; a Rádio Cachoeiro de Itapemirim e a Radio Capixaba, no Espírito Santo; a Rádio Ubaense e a Rádio Barbacena, em Minas Gerais, formando uma rede batizada de “Radinterior”, com sede na cidade do Rio de Janeiro.

Foi o pioneiro nesse encontro do rádio do interior com o mundo publicitário, do Rio de Janeiro e de São Paulo. Inúmeras vezes tomou a iniciativa de requerer a instalação de emissoras para cidades do interior. Foi, um verdadeiro “plantador de antenas” por este Brasil afora. (VARANDAS, 2004).

O radialista Walter Monachesi, em depoimento, afirma que Fonseca teve sob sua direção, entre propriedade e representação, mais de 130 estações de rádio, incluindo, além das emissoras interioranas, a Rádio Guanabara, no Rio de Janeiro (MONACHESI, 2010). A implantação da Rádio Industrial significaria um importante passo para Fonseca. Em Juiz de Fora, o empresário aportou à estrutura funcional da sua Rádio: uma orquestra, um *cast* de radioteatro, cantores, equipes completas de redatores e de transmissão esportiva. A Industrial foi uma das emissoras mais completas, em termos de investimento, equipe e variedade de programação, sob a direção do empresário (VARANDAS, 2004) e inaugu-

raria na cidade o modelo que usualmente se chamava de rádio *broadcast* ou *broadcasting*¹⁰.

Então, dentro dessa mentalidade, dentro desse padrão de comportamento foi formado um grande *cast* de radioteatro e um grande *cast* de cantores. Foi contratada a que era, na ocasião, a melhor orquestra da região: a orquestra do Mário Vieira... E foi formado, aliás, foi reforçado um conjunto lá de Benfica – eles eram funcionários da então Feea, Fábrica de Estojos e Espoletas de Artilharia – do Valdemar Ribeiro Filho. Ele tinha o “conjuntozinho” dele que tocava internamente lá... Eles eram todos funcionários de lá e faziam as festinhas... E era um conjunto muito harmonioso. Então, ele foi convidado a ser, a constituir, a formar o regional da Rádio Industrial. Então, nós tínhamos uma orquestra, que tocava nos programas de auditório, e um regional, que também tocava nos programas de auditório e nos programas de estúdio, acompanhando os cantores, fazendo fundos musicais. [...] O Fonseca sempre incentivou muito. Nós tínhamos programas de auditório quase que diários, com uma fluência de público imensa [...] Foi a primeira estação de rádio do interior do Brasil e uma das raríssimas da América Latina a ter uma caminhonete equipada com frequência modulada para transmissões externas, que não dependiam da rede telefônica [...] A Rádio Industrial foi, efetivamente, um marco divisor de águas na radiodifusão de Juiz de Fora. (MONACHESI, 2010).

Outro aspecto destacado na atuação da Rádio era o fato de, frequentemente, trazer, para atuar em Juiz de Fora, artistas e profissionais destacados do rádio carioca, o que podemos relacionar ao fortalecimento da identidade “carioca do brejo”. Esse esforço significava uma maneira de proporcionar a artistas e profissionais locais uma escola de rádio, com referência à primeira linha nacional da radiodifusão. Ao mesmo tempo, agregava peso à busca de audiência, uma vez que oferecia ao ouvinte juizforano e ao público do auditório o contato com medalhões já conhecidos e cultuados como ídolos nacionais.

Pelo fato de ele [Fonseca] ser proprietário e representante de cento e tantas estações de rádio, ele tinha uma influência muito grande no ambiente radiofônico brasileiro da ocasião. Isso o levou a ter uma ligação muito grande com a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que era a estação padrão da América Latina. Com isso ele conseguia a vinda permanente dos grandes nomes do rádio brasileiro naquela ocasião. Não só para atuar, como para nos ensinar. (MONACHESI, 2010).

¹⁰ Federico (1982, p.56) afirma que a expressão rádio *broadcasting* era usada para se referir ao “rádio dinâmico, eclético, dirigido para uma larga audiência, com os mais variados gêneros e participantes, tais como: regionais [conjuntos musicais], orquestras, compositores, maestros, arranjadores, atores, locutores especializados, humoristas, redatores, programadores, contrarregas, sonoplastas, conjuntos vocais etc. [...]” e encerra em si, também, a noção do rádio como meio de comunicação e veículo publicitário.

Para a cidade, a atuação da Rádio Industrial efetivaria uma reconfiguração da mídia da cidade, uma vez que inaugurava a concorrência entre emissoras, tirando da Rádio Sociedade Juiz de Fora¹¹ (PRB-3) o posto de exclusividade e impulsionando-a a investir no mesmo modelo de rádio para manter audiência e arrecadação. O depoimento do radialista Geraldo Magela Tavares destaca o impacto da Industrial para o rádio da cidade: “o Alceu fez [...] uma revolução no rádio em Juiz de Fora, porque a rádio que tinha em Juiz de Fora era a PRB-3, uma rádio incipiente, uma rádio sem recursos. Era um toca-discos...” (TAVARES, 2009).

Monachesi, ao comparar as duas emissoras, distingue o papel de cada uma para a história da mídia juizforana:

Da mesma forma que a PRB-3 tinha sido a segunda emissora do estado de Minas Gerais e, se eu não estou enganado, a terceira do Brasil, e marcou época, sem dúvida nenhuma, a Rádio Industrial, em 1948, assumiu aquele papel de pioneirismo que, até então tinha pertencido à PRB-3. E desenvolveu demais. (MONACHESI, 2010).

Assim, será nos anos 50 que Juiz de Fora irá experimentar sua “Era de Ouro do Rádio”¹², época em que as grandes capitais, sobretudo Rio de Janeiro e São Paulo, já experimentavam a curva descendente da estrutura do rádio, em função do crescimento da televisão, que levava para seus domínios artistas, diretores, técnicos e anunciantes. Entretanto,

¹¹ A Rádio Sociedade de Juiz de Fora foi inaugurada em 1º de janeiro de 1926, por José Cardoso Sobrinho, sob o prefixo PRA-J. Segundo O Lince (1976, p. 6), em 1929, Cardoso Sobrinho vendeu a emissora a um grupo de radioamadores, mas permaneceu como seu presidente de honra. Em 1930, adquiriu o prefixo PRB-3, tomado como nome, e assim consagrado. Em 1937, o controle acionário passou para o Governo do Estado de Minas Gerais. A concessão definitiva para o funcionamento da rádio foi obtida em 1944. Em 1º de janeiro de 1947, o grupo dos Diários Associados, de Francisco de Assis Chateaubriand e Bandeira de Melo, assumiu o controle da PRB-3.

¹² Na década de 50, além da Rádio Industrial e da Rádio Sociedade PRB-3, a Rádio Tiradentes, de São João Nepomuceno, montou um estúdio em Juiz de Fora e, por alguns anos, concorreu em audiência com as demais. Ainda seria inaugurada uma quarta rádio, a Difusora, de propriedade de Sérgio Mendes, e sobre a qual teceremos algumas considerações mais à frente. Completa o panorama da “Era de Ouro” do rádio juizforano o fato de as emissoras cariocas poderem ser captadas com facilidade em Juiz de Fora, pelas características de transmissão em ondas curtas e ondas médias, naquela época.

mesmo com esse desalinhamento temporal, o que impactava o imaginário da comunidade era a sensação de progresso e de proximidade aos grandes centros do País. A construção identitária que daí se pode inferir é a da cidade pioneira, que, mesmo situada no interior, se comporta como grande centro, porque tinha uma rádio assemelhada à Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Esse “espírito” marcado no imaginário do juizforano terminaria por criar a “necessidade” de que a cidade viesse a dispor, o mais rápido possível, de um canal de televisão. A Rádio Industrial foi o veículo que possibilitou a concretização desse desejo.

Em 1952 ou 1953¹³, Fonseca repassou a propriedade da estação ao empresário Alonso Ascensão de Oliveira, destacado investidor do ramo imobiliário, proprietário de uma empresa de loteamentos populares, responsável pela criação de vários bairros de Juiz de Fora. Ele ficaria à frente da Rádio Industrial cerca de três anos, ao que tudo indica dando continuidade ao modelo implementado por Alceu Nunes da Fonseca. Nos depoimentos que colhemos, merecem menção observações ao fato de que Alonso “não era do ramo”, como comenta Geraldo Magela Tavares:

O Alonso não era homem de rádio; ele era um empresário da área de construção civil. E ele acabou vendendo [a Rádio Industrial]. Quis vender para os funcionários, mas os funcionários não tiveram coragem de assumir. E ele fazia uma situação até muito boa... E acabou o Sérgio Mendes comprando. (TAVARES, 2009).

Sérgio Ramos Vieira Mendes era bacharel em ciências contábeis e ciências jurídicas. Desde 1926, atuava no setor público como servidor concursado do Banco de Crédito Real de Minas Gerais, passando também pelo banco Comércio e Indústria, e pelo Hipotecário e Agrícola do estado. Como empresário, esteve à frente de uma fábrica de estojos para joias e do primeiro supermercado da cidade, o Kanguru.

¹³ Segundo Bara e Pequeno (1993, p.19) a data é 1952. Em **O Lince** (1976, p.8) o ano é 1953.

Junto dos filhos, Geraldo Falci Mendes e Gudesteu Falci Mendes, ingressou no ramo da comunicação em 1954, adquirindo nos últimos dias do governo Getúlio Vargas (23 de agosto), concessão para exploração de uma rádio no município de Matias Barbosa. No entanto, a utilização do serviço de radiodifusão autorizada pela concessão só se efetivou em 1955, quando entrou em operação a Rádio Difusora Minas Gerais, após a família Mendes conseguir a transferência da concessão para Juiz de Fora. Questionado sobre como sua família entrou para o ramo da comunicação, Geraldo – o único remanescente dos três, atualmente com 78 anos – responde:

[...] essa foi uma vontade manifestada pelo meu pai. Ele sabia que nós dois gostávamos muito de música, compúnhamos, fizemos excursões pela Europa, cantamos – cantávamos direitinho... não éramos ruins não... Então, papai achou que aquilo seria o momento dele ter os filhos, que estavam na faixa de dezoito, dezoito anos, entrando no campo da informação. (MENDES, 2009).

Fundada em 3 de setembro de 1955, a Rádio Difusora foi um importante marco para desenvolvimento deste veículo na cidade. Em meio às grandes estruturas, elenco e programação do modelo *broadcasting* adotado pela Rádio Industrial e pela PRB-3, a Difusora foi criada com a finalidade de ser uma emissora essencialmente musical. Mendes, em depoimento, atesta essa característica:

A Rádio Difusora, que tinha a coordenação musical do meu irmão [Gudesteu Mendes], foi a primeira emissora do Brasil a tocar sem intervalo comercial. Era aquela música mesmo, música maravilhosa e, em cima dela, criou-se no Rio de Janeiro, a pedido da diretoria da TV Tupi, a Rádio Tamoio, que foi a cópia da Rádio Difusora de Juiz de Fora, pelo sucesso que ela alcançou naquela época. Uma maravilhosa emissora, muito bem cuidada, muito bem orientada. Era música, esportes e informações, mais nada. (MENDES, 2009).

Reportagem da revista **O Lince**, de 1976, faz uma crítica à programação da Difusora, apontando que “o índice de música estrangeira era terrível, chegando quase a 70%” (O LINCE, 1976, p.8). Na verdade, mais que a marcação de uma filosofia ou a afir-

mação de um modelo, a experiência com a Difusora acabou servindo para os Mendes como uma introdução aos negócios em mídia.

Bom, dali, gostamos do jogo e apareceu a oportunidade [de comprar a Rádio Industrial]. O Alceu Nunes da Fonseca, que era o dono da Rádio Industrial de Juiz de Fora, foi nosso representante [da Radio Difusora]. Ele vendeu pro Alonso Ascensão de Oliveira, e o Alonso falou assim: “Sérgio [Mendes], por que você não fica com essa rádio, eu não sou do ramo, meu ramo é mais açougue, essas coisas”, imobiliário também. Era um homem muito voluntarioso, grande profissional... Papai falou: “ah, depende de você, se você quiser vender a gente vê de que modo nós podemos comprar.”. E fez uma negociação muito boa. Mas eu falei: “papai, mas nós já temos uma rádio, o senhor quer mais uma?”. E ele disse: “não, meu filho. É porque ela tem a concessão da televisão, eu tenho certeza disso. Nós vamos buscar a televisão.” (MENDES, 2009).

Assim, em 1956, os Mendes tornaram-se proprietários, também, da Rádio Industrial e formaram a cadeia Dial (Difusora e Industrial) de rádio. As duas emissoras se integraram, fisicamente, em uma nova sede localizada na Praça João Pessoa, bem no centro da cidade de Juiz de Fora. Mas a principal novidade foi a mudança do modelo de organização da Rádio Industrial, como conta Mendes, em reportagem de **O Lince**:

Quando adquirimos a Industrial, ela tinha um *cast* enorme: orquestra, departamento de radioteatro, cantores para os programas de auditório etc. Modificamos tudo, colocando 70% de música brasileira e o restante dividido em reportagem, esporte e pequenas notícias. Da antiga programação mantivemos até hoje [1976] o “Noticiarista T-9”, que é o mais antigo noticiário brasileiro em rádio que teve continuidade. (MENDES *apud* O LINCE, 1976, p.8).

O que podemos inferir daí é que a Rádio Industrial, que foi a propulsora do desenvolvimento do rádio da cidade para o modelo *broadcasting*, era, naquele momento, o fiel da balança¹⁴ para a adoção do modelo de rádio pós-anos dourados. A partir de então, as estações passavam a contar com estrutura e equipe muito mais enxutas, apoiando a programação na execução de discos musicais, prestação de serviços, esporte e notícias curtas. Naquela época – final dos anos 50 – esse novo modelo já era tido como tendência nas rá-

¹⁴ Fiel da balança porque a precursora é, sem dúvida, a Rádio Difusora.

dios dos grandes centros urbanos do País, em função da migração do modelo *broadcasting* para as emissoras de televisão.

Evidentemente, houve grande lamentação entre os radialistas da época, como exprime Geraldo Magela Tavares:

O Sérgio Mendes, quando comprou [a Rádio Industrial], foi desativando uma série de coisas. Foi ruim pra nós, pra Juiz de Fora. Até não gostaria de falar isso, mas tenho que falar... Prejudicou porque ele acabou com o *cast* de radioteatro, acabou com a orquestra... (TAVARES, 2009).

Esse sentimento em relação ao “grande rádio”, que ficou no tempo, pode explicar bastante da obsessão que se desenrolou, então, para a constituição de uma emissora juizforana de televisão. Somos adeptos da tese de que, uma vez que a cidade experimentou o “gosto” de perceber-se prestigiada pela programação de rádio e representada nessa que fora a grande mídia de massa de uma época, revigorou-se o traço identitário de pioneirismo, bem como o de desenvolvimentismo. Assim, para o imaginário da comunidade juizforana, seria inconcebível ficar alijado do mais novo veículo de então, sinônimo de progresso e vanguarda: a televisão.

Entre meados as décadas de 50 e 60 diferentes grupos empresariais se empenharam em intensa disputa nos bastidores do Poder Executivo Nacional, para viabilizar a conquista da concessão de exploração de um canal de televisão em Juiz de Fora. Trataremos disso a seguir.

Paralelamente à grande movimentação popular em torno das emissoras de rádio, Juiz de Fora já experimentava outra forma de representação midiática: a representação audiovisual através dos cinejornais produzidos pela Carriço Film. Entre 1933 e 1956, João Gonçalves Carriço registrou e exibiu imagens da cidade, em eventos e retratos do cotidiano:

Manifestações populares como carnaval, festas, jogos de futebol e procissões eram alvos constantes de suas lentes. Sem dúvida, o povo nas ruas era um dos principais *personagens* em ação nos seus cinejornais. Contudo, vale ressaltar que a Carriço Film também trabalhou em prol do registro daqueles que detinham o poder na época: políticos, Igreja Católica e Exército. (MEDEIROS, 2008, p.73).

Os cinejornais eram exibidos no Cine-Theatro Popular, sala cujo proprietário era o próprio Carriço, antes das sessões dos filmes em cartaz. O Cine Popular, fazendo jus à própria denominação, tinha como público principal a numerosa classe operária de Juiz de Fora. Para isso, privilegiava uma política de baixos preços para os ingressos. Segundo Me-deiros:

[...] é somente depois da inauguração do Cine Popular que uma ampla faixa da população mais carente de Juiz de Fora passa a frequentar, rotineiramente, uma sala de projeção. [...] A ideia de Carriço era proporcionar diversão barata e, assim, democrática para a maioria da população. (MEDEIROS, 2008, p.54)

Ao longo de vinte e três anos, Carriço produziu um ou dois cinejornais por mês, cada um deles contando com uma média de cinco reportagens e duração de quinze minutos, totalizando cerca de mil edições. Evidentemente, isso representou a formação de uma geração bastante afeita a assistir a representações audiovisuais da cidade e, juntamente às experiências do rádio popular, fomentou a “necessidade” de um canal de televisão local.

4.2 JUIZ DE FORA CONHECE A TELEVISÃO

A trajetória da televisão em Juiz de Fora tem início com a evocação do cultural traço identitário do pioneirismo. Em 28 de setembro de 1948, o técnico em eletrônica, Olavo Bastos Freire fez funcionar os equipamentos por ele montados para uma das primei-

ras experiências de transmissão pública televisiva, em circuito aberto, da América Latina¹⁵. A demonstração se deu com equipamentos instalados em dois pontos do centro da cidade: os transmissores, no primeiro andar do Edifício Clube Juiz de Fora, na Avenida Rio Branco; os receptores, na Casa do Rádio, na Avenida Getúlio Vargas, onde convidados assistiram a cenas captadas por uma câmera instalada no Parque Halfeld. Publicações da historiografia da TV no Brasil também relatam o trabalho de Bastos Freire na transmissão de eventos como o Congresso Eucarístico Internacional e o jogo de futebol entre Tupi e Bangu, em comemoração ao centenário de Juiz de Fora, em 1950¹⁶.

Entretanto, as primeiras experiências juizforanas de consumo da televisão só se iniciam mais tarde, no fim dos anos cinquenta, com a instalação de antenas para retransmissão das emissoras cariocas TV Rio e TV Tupi. As imagens daqueles artistas e personalidades, até então conhecidas como estrelas do rádio nacional, chegam aos lares juizforanos, exibindo o sotaque e a identidade da então capital federal. Segundo Rodrigues (2010, p. 81), o sinal de TV chega a Juiz de Fora, efetivamente, ao grande público, em 1958, improvisadamente, com a TV Tupi; estava-se em meio à agitação ante a possibilidade de se assistir às imagens da Copa do Mundo da Suécia – apenas trechos dos jogos eram exibidos, e, assim mesmo, muitos dias depois da realização das partidas. Desde 1955, já seria possível captar algo da TV Rio. As transmissões oficiais e regulares de TV Tupi e TV Rio, em Juiz de Fora, começariam em 1960 (RODRIGUES, 2010, pp.98-99).

Segundo Rodrigues (2010, pp.99-101), nesse mesmo ano a TV Continental, também do Rio de Janeiro, passou a ser captada na cidade, mas de forma irregular. No en-

¹⁵ Federico (1982, p.81) destaca que, desde os anos 30, já teriam ocorrido várias demonstrações da tecnologia de televisão no Brasil: “Em 1939, os alemães demonstraram seu sistema numa exposição e nos anos 40 houve, no MASP, uma demonstração pública muito concorrida. No Rio de Janeiro, a Rádio Nacional teria, em 1946, efetivado transmissões experimentais com o programa ‘Rua 42’.”. A memória coletiva da cidade, no entanto, alimenta e cultua a experiência de Freire como sendo a pioneira – polêmica à qual não vamos aqui nos dedicar a solucionar.

¹⁶ Para detalhes sobre os experimentos de Olavo Bastos Freire ver Rodrigues (2010, p. 90-96).

tanto, foi através da emissora que pela primeira vez Juiz de Fora se viu representada por um canal de televisão: em 10 de janeiro de 1960 foi exibido o programa “Depois das Montanhas”, apresentado por Décio Cataldi, colunista social do Diário Mercantil, e pelo jornalista e radialista juizforano José Carlos de Lery Guimarães. A produção e a transmissão eram feitas desde o Rio de Janeiro, sem distinção de exibição exclusiva para Juiz de Fora. O convite a Cataldi partira de uma bem sucedida participação dele em um programa na emissora, no final de 1959. Tanto na participação quanto no programa o sentido estava expresso nas páginas do Diário Mercantil: “Como nos jornais cariocas, nos quais trabalho, minha preocupação é mostrar como é boa, mesmo, a nossa Juiz de Fora.” (DIÁRIO MERCANTIL, 1959 *apud* RODRIGUES, 2010, p.100). Apesar de anunciado como uma atração semanal, Flávio Lins Rodrigues, em sua pesquisa, não localizou registros de outras edições do programa.

4.3 TV MARIANO PROCÓPIO X TV INDUSTRIAL: DISPUTA POR UMA CONCESSÃO

Presentes em Juiz de Fora à frente de dois jornais – Diário Mercantil e Diário da Tarde – e de uma rádio – PRB-3 – os Diários Associados figuravam, naturalmente, como grupo apto a explorar um canal de televisão na cidade. As concessões, à época, eram outorgadas a emissoras de rádio, o que, portanto, qualificava como postulantes as rádios PRB-3, Industrial e, no final dos anos 1950, Difusora. Os Diários Associados saíram na

frente, protocolando o pedido de exploração da radiodifusão em televisão no dia 22 de dezembro de 1956¹⁷.

De acordo com Oliveira (2010, p.71), o grupo tinha, até então, apenas três emissoras: as TVs Tupi, de São Paulo e Rio de Janeiro, e a TV Itacolomi, de Belo Horizonte. O pedido de concessão para Juiz de Fora fazia parte de um grande esforço para montar uma rede em todo o País. Em 1960, novo passo foi dado com a instalação, na cidade, de um transmissor “capaz de receber com qualidade o sinal da TV Tupi vindo do Rio de Janeiro ou Belo Horizonte e irradiar sinais de TV, valendo-se da torre retransmissora.” (RODRIGUES, 2010, p.103). O nome do canal também já estava escolhido: TV Mariano Procópio, em homenagem a Mariano Procópio Ferreira Lage, engenheiro com importante participação no desenvolvimento da região, pela construção da Estrada União Indústria e fundação da Colônia D. Pedro II, que recebeu imigrantes alemães em Juiz de Fora, no século XIX.

Os jornais Diário Mercantil e Diário da Tarde foram importantes veículos de divulgação do novo empreendimento. Era pelas páginas dos jornais que o grupo dos Associados dava ciência ao público do andamento do processo para a viabilização do projeto. Uma das maneiras adotadas foi a venda de ações para pessoas físicas da cidade, a fim de financiar os investimentos para colocar a emissora em operação.

O início da programação local da TV Mariano Procópio se deu em 1961, sem que houvesse resposta ao pedido de concessão. Ao longo desse ano foram feitas transmissões esporádicas, em caráter experimental. Finalmente, em 10 de outubro de 1961, a emissora foi inaugurada “oficialmente”, com a transmissão do Programa “Boa Vizinhança”, com suporte técnico da TV Itacolomi, de Belo Horizonte (OLIVEIRA, 2010, p.74).

¹⁷ Todas as informações referentes ao pedido de concessão dos Diários Associados para implantação da TV Mariano Procópio têm como fontes os trabalhos de Lívia Fernandes de Oliveira (2010) e Flávio Lins Rodrigues (2010). As duas pesquisas escrutinam, minuciosamente, tudo o que foi publicado sobre o processo nas páginas dos jornais Diário Mercantil e Diário da Tarde.

O “Boa Vizinhança” entrou no ar às 9h50 do dia 10 de outubro de 1961, com o programa de Ismair Zaghetto, jornalista do Diário Mercantil e do Diário da Tarde, sobre Sindicato dos Empregados e seus problemas. Ao longo do dia, diversas autoridades transmitiram suas mensagens pela televisão, como o prefeito Olavo Costa, o general da 4ª Região Militar e o Bispo da Diocese. A programação terminou, às 21h com a cobertura do grande baile e show no Clube de Juiz de Fora, preparado para celebrar a inauguração da TV. (OLIVEIRA, 2010, p. 75).

Segundo Livia Fernandes de Oliveira, a programação local exibida nos meses subsequentes manteve o caráter intermitente, ocupando alguns minutos da grade da TV Tupi do Rio de Janeiro e, às vezes, da TV Itacolomi, retransmitidas através da TV Mariano Procópio. De acordo com as pesquisas de Livia Fernandes de Oliveira (2010) e Flávio Lins Rodrigues (2010), a produção mais regular foi o Telefoto Jornal, um programa com duração de cinco minutos, que apresentava *slides* fotográficos, com narração em *off*, que se autodefinia pelo *slogan*: “uma síntese fotográfica dos acontecimentos da cidade” (DIÁRIO MERCANTIL, 1961, p.5 *apud* RODRIGUES, 2010, p. 116). A exibição se dava às 20h15, logo após o Repórter Esso, veiculado a partir do Rio de Janeiro.

Enquanto isso, corria, já em Brasília, o processo que definiria a concessão do canal juizforano de televisão. Como mencionamos anteriormente, Sérgio Ramos Vieira Mendes e seus filhos Gudesteu e Geraldo, ao adquirirem a Rádio Industrial em 1956, já cogitavam pleitear a licença para explorar uma emissora de TV. O caminho natural era usufruir das ligações políticas dos Mendes. Seu argumento era o de que se devia deixar nas mãos de juizforanos a construção da televisão juizforana.

A partir da carreira trilhada nos diferentes bancos estaduais pelos quais passou, Sérgio Ramos Vieira Mendes construiu sua rede de relacionamentos e definiu seu alinhamento político: foi assessor do Presidente de Minas Gerais, Antônio Carlos Ribeiro de Andrada; militou e foi membro do diretório municipal do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB); foi membro do Conselho Nacional de Desportos nos anos 50 e 60; e “amigo incon-

dicional de seu maior ídolo – Getúlio Vargas –, que por diversas vezes o convidou a disputar uma cadeira à Câmara Federal.” (CONTAVA, 198?, p.3).

Se a concessão para a primeira rádio foi viabilizada por Getúlio Vargas, em 1954, o caminho para a TV passaria por outro trabalhista, João Goulart, vice-presidente da República, de 1955 a 1961, e presidente, de 1961 a 1964.

O jornalista Wilson Cid, que trabalhou na Rádio Industrial até 1963 e, em seguida passou para o grupo dos Associados, afirma que a disputa entre os Diários Associados e a Rádio Industrial manifestava um enfrentamento nacional:

Havia uma luta de prestígio político. Era um grupo dos Diários Associados e formava-se um outro grupo, que não era comandado pelo de Juiz de Fora, mas o grupo do Sérgio Mendes, da Rádio Industrial, da Rádio Difusora, agregava outros interesses políticos nacionais, não só de Minas, mas nacionais, pra fazer frente aos Diários Associados. (CID, 2009).

Em junho de 1962, no entanto, os Diários Associados conquistaram uma importante vitória: um despacho do então presidente do Conselho de Ministros, Tancredo Neves, favorável à implantação da TV Mariano Procópio (OLIVEIRA, 2010, p.75).

Os Mendes se movimentaram para rever a decisão, como conta Geraldo Falci Mendes:

Antes da revolução, Tancredo Neves concedeu a TV em Juiz de Fora, o canal 10, para a TV Mariano Procópio, atendendo aos Diários Associados, por causa do Chateaubriand. Eu fiquei danado da vida. Conversei com o Tancredo, falei com ele: “mas porque o senhor está fazendo isso? O senhor está jogando isso na mão dos pernambucanos! Tem que ficar é dentro da cidade de Juiz de Fora.”. E ele disse: “Ah, mas eu não sei... Vocês não me pediram nada...” Já tínhamos pedido várias vezes!... Mas é daquele jeito... A política tem dessas coisas... (MENDES, 2009).

A reação dos Mendes se deu com o assédio direto ao presidente João Goulart, facilitada pela saída de Tancredo Neves do Conselho de Ministros e, pouco depois, pelo

fim do regime parlamentarista. O então Ministro das Relações Exteriores, Francisco Clementino de San Tiago Dantas, e o deputado estadual, líder sindical juizforano e presidente da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Indústria (CNTI), Clodesmidt Riani, foram os articuladores que atuaram em favor da Rádio Industrial.

Cid conta que presenciou algumas conversas entre Mendes e o ministro San Tiago Dantas: “Eu mesmo fui com o Sérgio Mendes duas vezes ao Rio, na casa do Santiago na rua Dona Mariana, em Botafogo, e na casa dele em Petrópolis, pra conversar com ele sobre esse projeto da TV Industrial.” (CID, 2009).

Mendes confirma o crédito dado aos dois articuladores:

Aí, o João Goulart assumiu a presidência da República. E o João Goulart era grande amigo nosso e amigo do San Tiago Dantas, que era meu professor de Direito, no Rio de Janeiro. Eu falei com o professor San Tiago Dantas, e ele disse: “deixa que nós vamos resolver esse assunto”. O San Tiago Dantas e o Clodesmidt Riani, que é outra grande figura de Juiz de Fora, eles foram ao Jango e falaram: “nós temos que dar essa televisão pra Juiz de Fora, para o grupo do Sérgio Mendes”. E foi concedida a concessão para nós: TV Industrial, canal 10. (MENDES, 2009).

Riani tinha muita ascendência sobre Jango, na época. Ele mesmo brinca que sempre ouvia dizer que ele mandava no presidente. Ao contar o processo de negociação da concessão, Riani dá a entender que foi bastante simples:

Naquela ocasião, de fato, tinha um interesse do Sérgio Mendes e tinha interesse também dos Diários Associados. Eles estavam nessa luta. Mas eu não estava acompanhando isso, porque eu não estava nesse setor. Nessa época, até, eu tinha assinado lá pra colaborar com os Diários Associados [através das ações vendidas na cidade para o financiamento da TV Mariano Procópio]. Depois, então, eu fui procurado pelo Sérgio Mendes, dizendo que estava lá o processo, e que ele tinha pedido já a várias pessoas e não conseguia. Eu estava meio por fora disso, porque não tinha ouvido muito falar disso. Aí falei pra ele: “Ah, Sérgio, isso aí é um problema sério, porque só o presidente é que pode resolver”. E ele disse: “Eu sei que é só o presidente, mas é que está lá na Casa Civil, você podia arrumar isso pra gente...” Aí, acabou que eu fiquei com aquela responsabilidade, e essas coisas são assim, se você pode ou não, você tem que pegar um avião e ir lá resolver – fiz isso pra várias coisas de Juiz de Fora, pra ver coisas da Universidade e outras coisas mais... Aí, eu fui. Fui lá, expliquei pro Dr. Jango, direitinho, e ele fa-

lou: “Você vai lá, fale com o Chefe da Casa Civil e diga que eu autorizei.” Eu esqueci o nome do Chefe da Casa Civil daquela época... [Hermes Lima]. Ele era muito legal, foi até depois ministro do Supremo Tribunal Federal. Depois foi cassado também, mas era uma pessoa muito legal. E ele falou: “Não Riani, não tem problema, não. Vamos ver então como é que faz”. Aí, ele examinou e me telefonou, dizendo que não tinha problema nenhum e que o presidente iria assinar – eu não sei como... e assinaram. Eu fiquei muito satisfeito e comuniquei pra cá [Juiz de Fora]. (RIANI, 2010).

A outorga da concessão foi publicada no Diário Oficial de 22 de janeiro de 1963, dois dias antes de Jango reassumir o poder no retorno ao regime presidencialista. Assinava a concessão o então Presidente do Conselho de Ministros, Hermes Lima.

O passo seguinte dos Mendes foi a venda do Supermercado Kanguru, cerca de um ano após sua abertura, para reunir recursos e investir na emissora, viabilizando, assim, a construção da sede e a aquisição de equipamentos.

Segundo Rodrigues (2010, p. 109) os Diários Associados ficaram inconformados com a perda da concessão e, por alguns anos, lutaram judicialmente pelo que consideravam um direito seu. Seu intento era reverter a seu favor o ato do Governo Federal. As páginas do Diário Mercantil e do Diário da Tarde passaram a dar voz à campanha do grupo e à contestação da decisão:

Se fomos os primeiros a requerer, fomos também os escolhidos, pois no despacho de 22/06/1962, o Exmo. Sr. Presidente do Conselho de Ministros, entre seis empresas solicitantes, escolheu a Rádio Sociedade de Juiz de Fora, levando em conta, naturalmente, os bons serviços que a emissora Associada vem prestando ao público, há tanto tempo, eis que teve concessão em 1º de outubro de 1937. Ressalta-se ainda que, antes do despacho do Sr. Presidente dos Conselhos de Ministros, a Comissão Técnica de rádio, que era órgão coordenador do assunto, manifestando-se, opinou favoravelmente ao pedido da Rádio Sociedade, que era o mais antigo. Depois disso, então, integrando-se ao esquema político da época, é que o Sr. Presidente do Conselho dos Ministros, através do despacho de 29/08/1962 atendeu o recurso da Rádio Industrial, outorgando-lhe a concessão do Canal – que era e, possivelmente, é nosso. (DIÁRIO DA TARDE, 6 de abril de 1964, p.5 *apud* RODRIGUES, 2010, p.109).

Lívia Fernandes de Oliveira menciona outro texto, publicado dez dias depois, que apresenta a mesma argumentação:

[...] Como temos assinalado, continuamos confiantes no espírito de Justiça do Governo, aguardando os resultados dos recursos que impetramos em meio do ano passado. Esperamos com paciência, pois perseverante tem sido nossa ação. Prova disso é que fizemos o nosso pedido para exploração do serviço de televisão em Juiz de Fora, em 22 de dezembro de 1956. Lá se vão oito anos desde o início de nossa luta para dotar a “Manchester” de uma emissora de televisão. [...] (DIÁRIO MERCANTIL, 16 de abril de 1964, p. 6, *apud* OLIVEIRA, p.76).

Essas duas citações de textos, publicados em abril de 1964, representam um momento crucial na decisão sobre o canal: com a deposição de Jango, em 31 de março de 1964, os Diários Associados recrudesceram sua campanha contra os Mendes, apontando as ligações da família com o presidente deposto. Geraldo Mendes, em depoimento, destaca a disputa:

Aí veio a Revolução, logo em cima, a Revolução... E a campanha dos Diários Associados era a seguinte: “eles não podem ficar com a televisão, porque eles eram janguistas, ligados à turma do...”. E eles eram entreguistas, os Diários Associados! E nós éramos janguistas! Éramos mais progressistas na época. Aí foi briga pra lá, briga pra cá... (MENDES, 2009).

Geraldo Magela Tavares, na condição de radialista do grupo da Industrial e amigo dos Mendes, acompanhava toda a movimentação e confirma a apreensão em relação ao que se seguiria ao golpe:

E como ele era muito influente – o Dr. Sérgio Vieira Mendes era amigo do Café Filho, amigo do Getúlio Vargas, amigo dos políticos daquela época – ele acabou conseguindo um canal. E ao conseguir esse canal, pouco depois que ele conseguiu o canal veio a Revolução de 64 – aliás aquilo não foi Revolução, aquela quartelada de 64... Ele já tinha o canal e ficou com medo de perdê-lo pela proximidade que tinha com os políticos que foram banidos, o João Goulart e aquela turma toda. Então, ele correu pra inaugurar a TV Industrial. Já tinha iniciado a construção do prédio [...] e correu pra terminar... (TAVARES, 2009).

Geraldo Falci Mendes (2009) confirma a rápida conclusão da obra. Segundo ele, naquele mês de abril de 1964, o trabalho já havia sido iniciado. A construção durou apenas seis meses, e incluiu, além da edificação da sede e instalação de equipamentos, a

abertura da estrada que daria acesso ao Morro do Imperador¹⁸, naquela época, bastante distante de áreas urbanizadas na cidade. Era, no entanto, imprescindível que a sede fosse construída no Morro, uma vez que lá seria instalada a antena transmissora¹⁹. Os sinais gerados nos estúdios e no auditório da TV Industrial estariam, assim, conectados por meio de poucos metros de cabos ao transmissor, evitando a necessidade de investimento em um *link* de micro-ondas²⁰. Para a exploração do local foi feito um contrato de comodato com a Prefeitura de Juiz de Fora, segundo o qual enquanto existisse, a emissora ficaria sediada no Morro do Imperador. Em contrapartida, ela deveria arcar com as obras de infraestrutura necessárias.

O depoimento de Wilson Cid, no entanto, demonstra que, já em 1963, Sérgio Mendes planejava inaugurar a emissora em meados do ano seguinte:

No dia 31 de maio de 1963, no aniversário da cidade, eu embarquei no avião do Presidente [João Goulart] no Rio – porque nós conseguimos fazer uma entrevista com o João Goulart dentro do avião, pelo rádio do avião – e o Sérgio Mendes,

¹⁸ O Morro do Imperador é um maciço de rochas que corresponde a uma ponta da serra que se ergue à margem direita do vale do rio Paraibuna, na altura da região central de Juiz de Fora. É um dos pontos mais altos da cidade (1492m) e ganhou essa denominação após uma visita e uma escalada realizada por D. Pedro II, em 1861, ciceroneado por Mariano Procópio Ferreira Lage (OLIVEIRA, 1966, p.203). Popularmente é mais conhecido como Morro do Cristo, em função da presença de um monumento a Cristo Redentor (uma capela com uma imagem do Cristo no topo) inaugurado em 1906. Hoje em dia é um dos principais pontos turísticos de Juiz de Fora, em função do mirante que oferece vista panorâmica da cidade. Até a construção do prédio da TV Industrial, no entanto, só havia o monumento ao Cristo Redentor. O acesso ao Morro dava-se, apenas, por uma trilha que começava no sopé da montanha. Com a construção da TV Industrial foi aberta a estrada que contorna a montanha pelo lado oposto ao centro, possibilitando o acesso de veículos ao local. Apesar de isolado, o Morro do Imperador registrava ao longo da primeira metade do século XX diversos eventos religiosos em torno do monumento ao Redentor e, nos anos 1940, a realização de concursos de samba (PEREIRA, 2006). Em 1970, foi construído um mirante, onde funcionaram estabelecimentos comerciais como restaurantes e casas noturnas.

¹⁹ Curiosamente, a antena da TV Mariano Procópio estava instalada no Morro do Arado, do lado oposto da cidade, no alto da serra que fica à margem esquerda do rio Paraibuna, cujo vale referencia o desenvolvimento urbano da cidade de Juiz de Fora.

²⁰ O termo *link* de micro-ondas refere-se ao conjunto de equipamentos que tem uma antena transmissora, de potência limitada, e é utilizado para enviar o sinal de áudio e vídeo de um ponto determinado para a antena transmissora principal, que tem maior potência, de onde é retransmitido até os televisores. Geralmente os equipamentos são instalados em uma van ou caminhão, o que possibilita levá-lo a diversos locais diferentes e, desses locais, fazer transmissões ao vivo. No caso da TV Industrial, a tecnologia poderia ter sido usada, por exemplo, se houvesse o desejo de fazer a sede da TV junto à Rádio Industrial, que ficava no centro da cidade.

então, me determinou o seguinte: que no momento em que o avião tocasse o aeroporto aqui da Serrinha, que, em nome dele, eu convidasse o Presidente João Goulart a, no dia 31 de maio do ano seguinte, 1964, estar aqui pra inaugurar a TV Industrial. Eu fiz isso. Só que o destino do João Goulart foi outro, né? Ele não chegaria ao destino, nem dele, nem da televisão... Ele não chegaria a ser presidente em maio do ano seguinte. Ele já teria sido derrubado pelo golpe. (CID, 2009).

Diante da derrota na disputa pela concessão do canal 10, os Diários Associados buscaram uma manobra para se manter em Juiz de Fora. Mudaram o sinal da TV Tupi do Rio de Janeiro para o canal 8, e buscaram, segundo Livia Fernandes de Oliveira (2010, p.99-100), viabilizar a TV Mariano Procópio como retransmissora da TV Tupi. Entre 1964 e 1965, insistiram em exibir programação local entremeadada na grade da Tupi. Isso fez com que o Contel (Conselho Nacional de Telecomunicações) lacrasse os transmissores da TV Mariano Procópio e da TV Industrial por cerca de um mês, entre julho e agosto de 1965, já que a cidade só tinha autorização para uma emissora-geradora de programação.

Com a retirada dos lacres, a TV Mariano Procópio parte para uma nova estratégia: veicular conteúdo local, juizforano, a partir do Rio de Janeiro. Já em 1966, o nome da TV Mariano Procópio desaparece das páginas dos Diários Mercantil e da Tarde. As menções à programação local são anunciadas nos jornais como parte da programação da TV Tupi. Data desta época a produção de um noticiário, chamado “Filmando Juiz de Fora”, exibido não mais somente em Juiz de Fora, mas para todo o Rio de Janeiro. A produção é veiculada entre 1966 e 1967. De 1967 a 1968, o “Filmando Juiz de Fora” seria exibido a partir da TV Alterosa de Belo Horizonte (RODRIGUES, 2010, p.126-130).

Flávio Lins Rodrigues e Livia Fernandes de Oliveira concluem que a produção da TV Mariano Procópio se encerrou em 1968: "A TV Mariano Procópio não foi fechada, não encerrou suas atividades, não faliu, mas desapareceu, assim como entrou no ar. [...] não é possível precisar a data do último programa" (RODRIGUES, 2010, p.131).

Enquanto isso, a TV Industrial constituía-se a emissora local de televisão de Juiz de Fora de fato.

4.4 “DO ZERO AO INFINITO”: A TRAJETÓRIA DA TV INDUSTRIAL

O marco zero da trajetória da TV Industrial se estabelece no dia 29 de julho de 1964. Naquela noite, ao vivo, direto da sede construída no Morro do Imperador, a emissora fez sua primeira transmissão, como descreve a revista O Lince:

Com a presença de autoridades e grande massa popular, realizou-se no dia 29 de julho a inauguração da TV Industrial de Juiz de Fora, da Organização Sérgio Mendes.[...] O ato inaugural contou com a celebração pela primeira vez da missa em português, pelo Rev.º Arcebispo D. Geraldo M. M. Penido, tendo a seguir as autoridades presentes usado da palavra para externarem a satisfação do acontecimento, após falar pela TV Industrial o Dr. Maurício de Campos Bastos. Todos foram unânimes em ressaltar o trabalho e a dedicação do Dr. Sérgio Mendes e de seus filhos Geraldo e Gudesteu Mendes, que dotaram JF de uma estação de televisão geradora de programas, cobrindo assim uma lacuna de há muito reclamada, principalmente porque foi JF a pioneira na América do Sul em transmissão de televisão e por coincidência a cargo da Rádio Industrial, uma das emissoras da Organização Sérgio Mendes, graças ao técnico Olavo Bastos Freire, hoje não mais residindo em JF. (O LINCE, 1964, p.20).

Na memória de Geraldo Magela Tavares estão presentes as palavras proferidas como texto de abertura das transmissões:

A primeira imagem que surgiu no ar em Juiz de Fora, na região onde a TV abrangia, foi minha e do Walter Monachesi. Nós inauguramos a TV Industrial. A primeira imagem “boa noite, senhoras e senhores. Juiz de Fora e região passa a ter uma emissora geradora de TV. Com muito orgulho nós vamos gerar as nossas imagens daqui. E você é nosso importante... você, telespectador.” (TAVARES, 2009).

Walter Monachesi, que havia participado da inauguração da Rádio Industrial em 1949, também atuou na primeira noite da TV. Ao contrário da revista *O Lince*, que destaca a solenidade e as autoridades, as memórias de Monachesi enfatizam a festa, o *show* da cantora Dóris Monteiro²¹:

[...] eu tive o privilégio de também colocar no ar a TV Industrial e participar daquela fase de aprendizado, daquela fase experimental que a TV também teve, como teve a Rádio Industrial, e era natural que houvesse, e tive o prazer, a honra, de ser o apresentador da noite de inauguração da TV Industrial. Um show com Dóris Monteiro, que era acompanhada pelo então conjunto Copacabana, e esse conjunto era do Miltoninho que hoje é baterista do Sexteto do Jô. Então a Dóris Monteiro foi quem fez o show de inauguração da TV Industrial. (MONACHESI, 2010).

Solenidade, festa, show e transmissão inauguraram um destacado capítulo da história da mídia juizforana, o qual, segundo a lógica do enquadramento de memória de Pollak, escolheu evocar, novamente, a identidade pioneira. A TV Industrial foi uma das primeiras emissoras geradoras a operar em cidade do interior do Brasil; mas, apesar de se autointitular “A pioneira”, não foi a primeira. Basta considerarmos as emissões de programação local da TV Mariano Procópio, como mencionamos anteriormente, em referência aos trabalhos de Livia Fernandes de Oliveira e Flávio Lins Rodrigues. Além disso, há publicações²² que apontam a TV Modelo, de Bauru, como a “primeira emissora do interior da América Latina” (KNEIPP, 2005, p. 71.).

²¹ Dóris Monteiro começou a cantar publicamente no final dos anos 1940, na Rádio Nacional. Profissionalizou-se em 1951, como cantora da Rádio Tupi do Rio de Janeiro, onde permaneceu por 8 anos. Nessa época, também foi a principal estrela e deu seu nome a um programa da TV Tupi do Rio de Janeiro. Era tida como “queridinha” de “Assis Chateaubriand”. Ao longo da carreira contabilizou dezenas de discos, notabilizando-se como uma das grandes cantoras do rádio brasileiro (INSTITUTO, 2010).

²² Ver: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. **A primeira emissora de TV do interior da América Latina**. Revista Facom, São Paulo, v. 14, p. 69-76, 1.sem.2005.; ABC, Márcio. **Um modelo de televisão – como nasceu a TV Modelo, primeira emissora do interior da América Latina**. Bauru – SP, Edusc e Imprensa Oficial SP, 2001.

No entanto, como trabalhamos com categorias de memória, o mais importante para essa pesquisa é salientarmos que, para a população juizforana, a identidade pioneira da TV Industrial continua cultuada. Ela aparece no imaginário da cidade, nos depoimentos de comunicadores, de ex-funcionários e do público mais envolvido com a emissora; e, com frequência, até mesmo na mídia local. Não é raro depararmos com a TV Industrial listada entre os pioneirismos da cidade junto à Usina Hidrelétrica de Marmelos (“primeira da América Latina”) e aos experimentos de transmissão de TV de Olavo Bastos Freire, por exemplo²³.

O pioneirismo é um traço identitário bastante valorizado no imaginário da cidade. Por isso, era tão importante deslegitimar as experiências da TV Mariano Procópio, imputando-lhe a condição de “mera” afiliada e estação experimental, em oposição à condição da TV Industrial de emissora 100% local, legitimamente autorizada a operar, mediante concessão. Ao longo dos anos, o que se percebeu foi que a TV Mariano Procópio caiu no esquecimento, fazendo parecer que a história da televisão em Juiz de Fora começou com a TV Industrial, em 1964.

Um importante elemento nesse processo é, sem dúvida, a manifestação física da TV Industrial, através do seu prédio e da torre da antena, que se consagram como lugar de memória para a comunidade juizforana e, mesmo, marco da paisagem turística. A sede da TV Industrial foi projetada pelo engenheiro Armando Favato, com a singularidade de integrar em uma só construção as dependências de estúdio, auditório, redação e escritórios à torre de transmissão. O prédio tem linhas modernistas que “desenrolam-se” em forma helicoidal, do solo até a ponta da torre, representando a inspiração expressa na frase “do

²³ Oliveira (2010, p.94-95) apresenta uma série de matérias publicadas pelo Diário Mercantil, em 1961, que destacam o pioneirismo da cidade. Elas versam a primeira emissora de rádio de Minas Gerais, a primeira escola agrícola do Brasil, a primeira usina hidrelétrica da América do Sul, a primeira escola técnica de laticínios da América do Sul, os primeiros bondes de Minas Gerais, a primeira estátua do Cristo Redentor nas montanhas da América do Sul, o primeiro voo de avião em Minas Gerais, o primeiro Centro Espírita de Minas Gerais, a primeira Associação de Imprensa de Minas, primeira fábrica de relógio cuco.

zero ao infinito”. A ilustração número 1 apresenta maquete da construção, com a torre em primeiro plano:

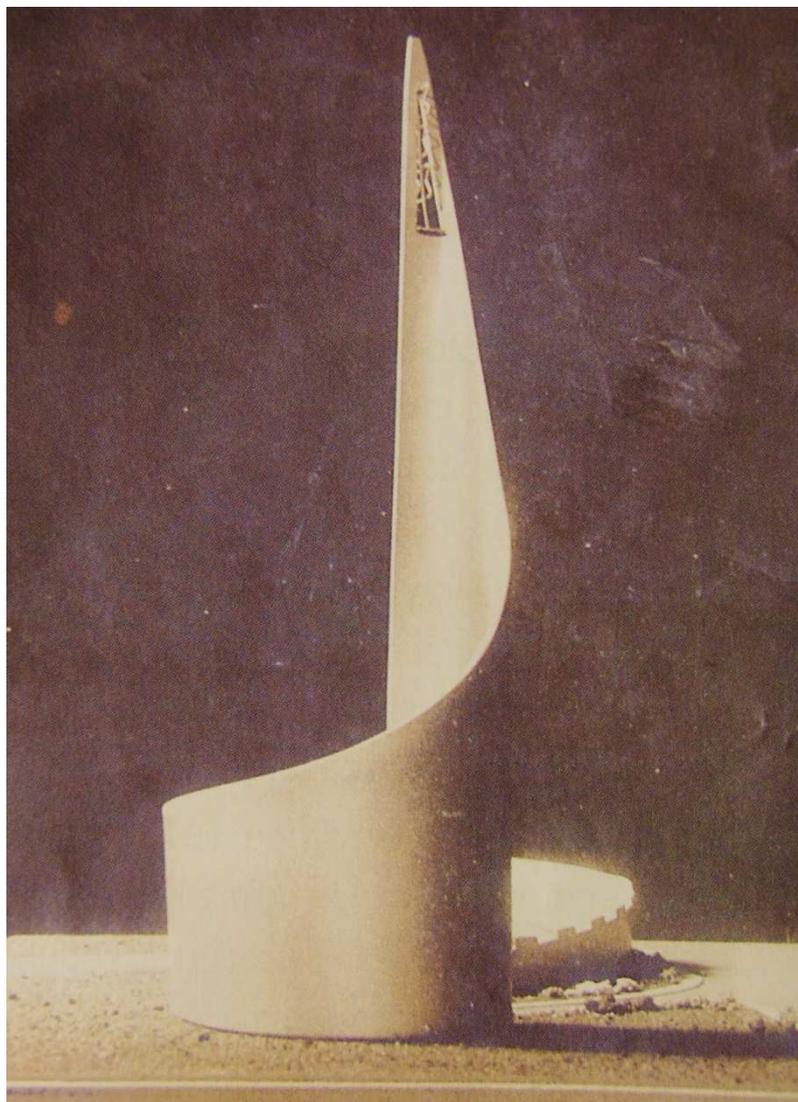


ILUSTRAÇÃO 1 – maquete da torre da TV Industrial
Fonte: Vanderlei Tomaz. Arquivo particular. *Apud* PEREIRA, 2006, p.65.

Na foto que se segue, ilustração número 2, apresentamos a vista frontal do prédio já construído. No centro, o marco zero da curva helicoidal, junto ao solo. À esquerda a torre, na versão final, em estrutura metálica vazada, que teve de ser adotada para diminuir a resistência a ventos fortes:

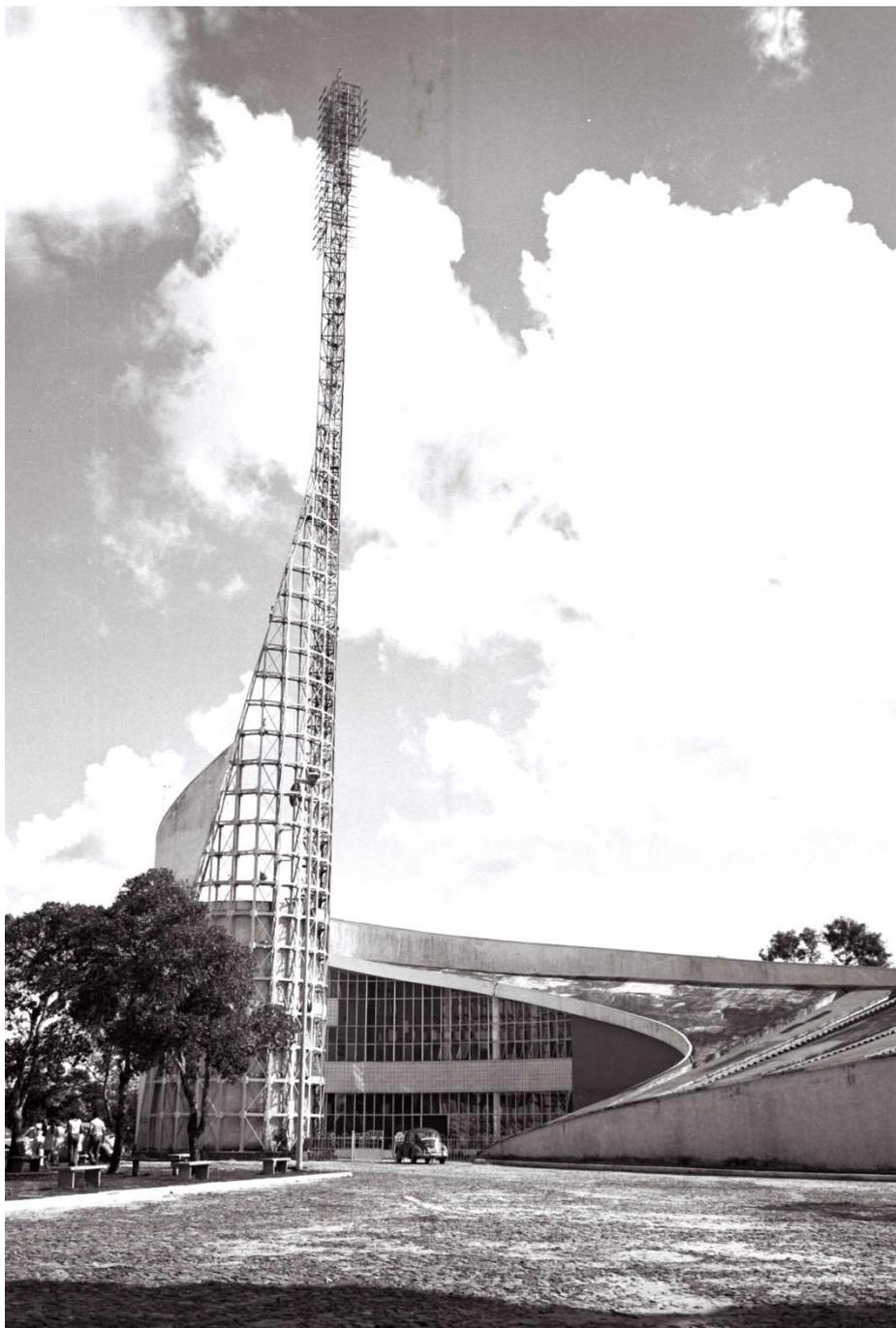


ILUSTRAÇÃO 2 – sede da TV Industrial na década de 1970
Fonte: Jorge Couri. Arquivo particular.

Na ilustração número 3, destacamos a proporção do prédio da TV Industrial em relação ao monumento ao Cristo Redentor e sua integração à paisagem turística do Morro do Imperador. Note-se como a volumetria do prédio da emissora é muito mais expressiva e a altura da torre é cerca de duas vezes maior que a do monumento ao Cristo.



ILUSTRAÇÃO 3 – vista aérea do Morro do Imperador no final da década de 1970
Fonte: Vanderlei Tomaz. Arquivo particular. *Apud* PEREIRA, 2006, p.67.

Já a ilustração número 4 exibe a marca que a torre da TV Industrial deixa no espaço urbano de Juiz de Fora, incorporando, assim, a emissora ao dia a dia da cidade. Trata-se da capa da revista *O Lince* de maio de 1975, em comemoração aos cento e vinte e cinco anos da cidade. A arte apresenta uma visão estilizada do centro da cidade, com os

prédios da área central no plano inferior, coroados pela visão do Morro do Imperador, no qual se destacam o monumento ao Cristo Redentor e a torre da TV Industrial.

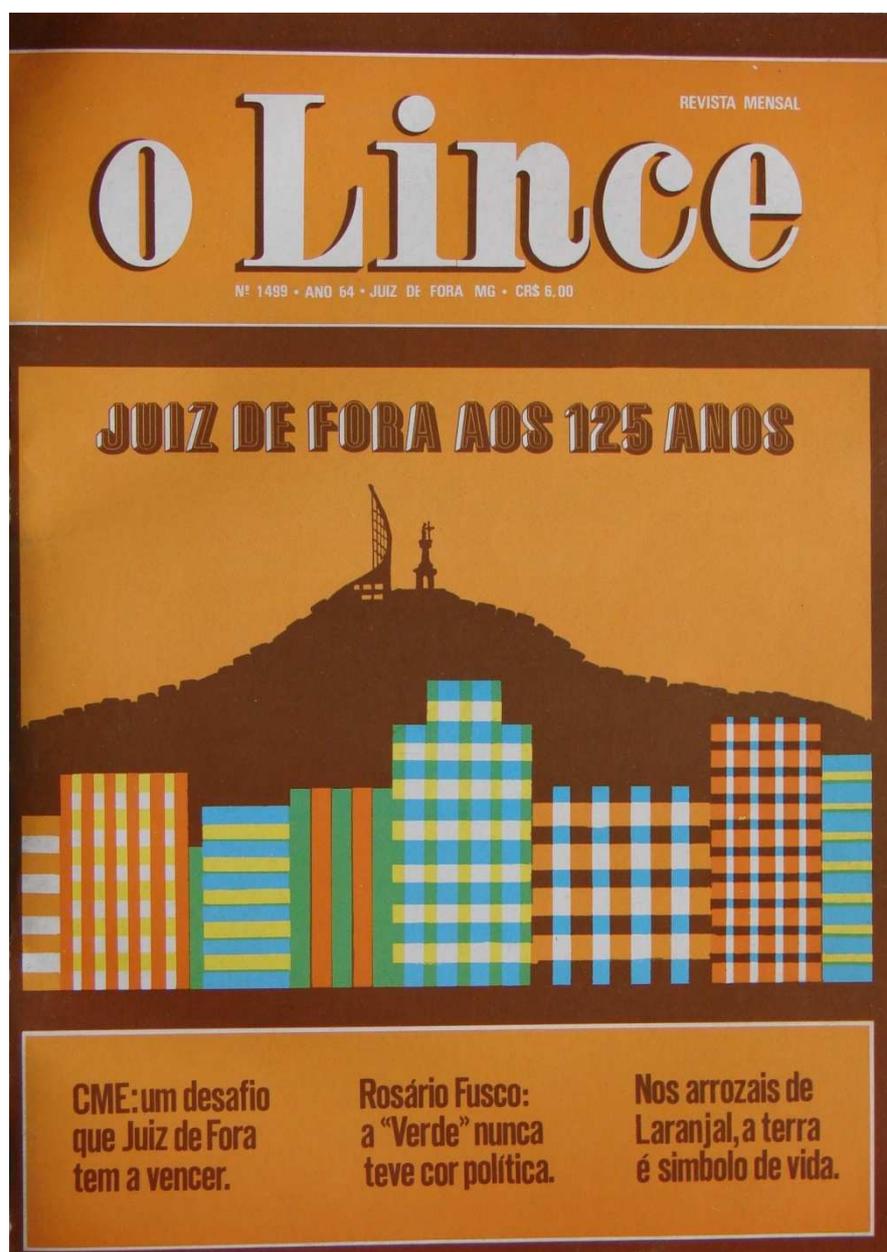


ILUSTRAÇÃO 4 – capa da revista O Lince
Fonte: O LINCE, mai.1975, p.1

Acreditamos que a combinação entre a imponência da construção e a localização distante, mas quase onipresente na paisagem urbana da cidade, alimentava uma relação de admiração em relação à TV. Para o cidadão juizforano, vê-la no alto do Morro do Impe-

rador era como contemplá-la sobre um imponente pedestal. Isso alimentava uma certa mística: ir-se até a TV Industrial e, lá do alto, participar da representação da cidade através da televisão.

Para os comunicadores da emissora, especialmente os que trabalhavam nos programas jornalísticos diários, o momento de subir para a TV Industrial aparece nas memórias como um traço do esforço épico que faziam para levar a programação ao ar.

Quantas vezes eu me recordei das subidas pro Morro do Cristo, que o carro não conseguia subir... tivemos, algumas vezes, que subir à pé, porque atolou no barro... chegar lá em cima, lavar o pé e sentar pra fazer o programa descalço, às vezes não dava nem tempo de lavar o pé cheio de barro, porque não era calçado [o caminho]. São dificuldades que te trazem lembranças, e boas... (TAVARES, 2009b).

No caso da equipe de jornalismo, boa parte dos comunicadores cumpria jornada também na Rádio Industrial ou na Rádio Difusora. Era no centro da cidade, na sede das rádios, que a maioria dos *scripts* dos programas da TV era redigida. No fim da tarde, passava-se ao momento de fazer o traslado do centro da cidade para o alto do Morro do Cristo.

Era meio doido, né? A gente ia com a Kombi. Essa Kombi estacionava na [rua] São João, [...] ali atrás da Rádio Industrial, e tínhamos todos que estar no mesmo horário. Não podíamos atrasar. E, ali, a gente subia... Ia eu, os apresentadores, pra chegar lá [no prédio da TV], onde só tinha o estúdio, não tinha uma redação formada... E nessa subida acontecia muita coisa... Já teve um pequeno acidente, mas todo mundo conseguiu chegar a tempo, ninguém se machucou a ponto de fazer com que o jornal não fosse ao ar... (GAIO, 2009).

Essas lembranças da jornalista Regina Gaio referem-se à TV Industrial da década de 1970. Nos anos 60, porém, a dinâmica era a mesma, como relembra Natálio Luz:

Era tão bom quando chegava, assim, as 5 horas, quando a caminhonete chegava pra buscar a gente com o *script* pra fazer o noticiário, nesses 4 anos, o noticiário das 7h. Íamos eu, o Ivan Costa, Magela, e mais alguém na caminhonete pra botar

o programa no ar, o programa de jornalismo, o noticiário das 7, do Banco de Crédito Real. Era tão bom, era gostoso nós ficávamos esperando aquela hora. E eu trabalhava na rádio, também, trabalhava na Rádio Difusora. E saía da Rádio Difusora às 6 horas, entrava às 3h e saía às 6h. E o último programa que eu fazia era a Hora do Angelus, com o Padre Pimenta, nós rezávamos a Ave Maria etc., depois disso nós íamos pegar a caminhonete, subíamos o Morro do Cristo e nós íamos alegres! Vez por outra eu pedia o motorista, que era o Sebastião da Mata, pra parar: “Sebastião, para um pouquinho aí”. Aí enchia de ar o pulmão e dava um berro como o de Tarzan: “ôooooooooopa, tamo chegando!!!”. Era uma brincadeira de garoto, querendo exteriorizar o contentamento por fazer televisão, por estar fazendo mais uma [edição], por estar se comunicando, com satisfação, né?! Manifestação da satisfação, do contentamento, pela oportunidade de fazer uma coisa que você gosta. Nós fazíamos o melhor possível. (LUZ, 2009).

A TV Industrial, como todo o sistema de televisão no Brasil, ergueu-se baseada na estrutura do rádio. Valeu-se do nome e de profissionais da Rádio Industrial e produzia uma programação sustentada por programas de auditório – com destaque para as atrações musicais –, programas esportivos e noticiários, todos transmitidos ao vivo. Isso fica expresso no *jingle* institucional que promovia a Industrial como emissora de TV e estação de rádio:

Enquanto você se diverte eu trabalho,
é o lema da sua Industrial.
Música, esporte e informação,
é a primeira em rádio e televisão
(MENDES, 2009).

Quem trabalha, na letra da canção, é a mascote da emissora: o Zé Marmita. Idealizado por Geraldo Mendes, o personagem foi criado pelo desenhista Alain Renault e, de acordo com Rodrigues (2006, p.35), seguia a tendência da época, segundo a qual cada emissora tinha uma mascote – o pequeno índio da TV Tupi, o tigre da TV Record e o casal de crianças, Paulinho e Ritinha, da TV Excelsior, por exemplo. Reproduzimos a seguir duas versões do Zé Marmita:

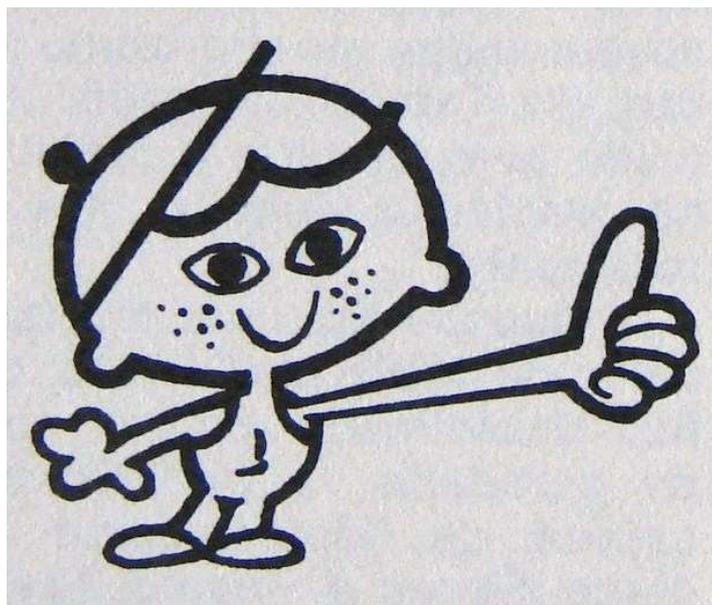


ILUSTRAÇÃO 5 – Zé Marmita em anúncio da TV Industrial
Fonte: O LINCE, dez.1975, p.8.



ILUSTRAÇÃO 6 – Zé Marmita desenhado à mão em cartaz
Fonte: Marilda Ladeira. Arquivo Particular.

O personagem representa um operário, em clara menção ao nome Industrial e à grande massa de trabalhadores do setor fabril presente na cidade. Esse era um dos elementos utilizados para a afirmação da identidade do canal em relação à cidade: a TV Industrial, da cidade industrial, da “Manchester Mineira”. Saliente-se, no entanto, que não foram os proprietários os responsáveis pela escolha do nome da emissora, uma vez que adquiriram a

Rádio Industrial já denominada, reconhecida e bem sucedida com esse nome. O que os Mendes fizeram no comando da rádio e do canal de televisão foi promover ações para afirmar e reforçar a identidade industrial.

Assim, ao ostentar o nome Industrial, a emissora afirma com veemência seu *status* de mídia local, evocando esse cultuado traço identitário, caro à própria cidade. O operário-mascote torna-se um elemento de identificação do público com a TV, uma vez que, nos anos 60, apesar do declínio da atividade industrial de Juiz de Fora, o imaginário da cidade ainda era povoado pelas referências ao universo das fábricas. A própria presença de operários (ou ex-operários) nas famílias juizforanas era ainda bastante marcante. Por isso, para dezenas de milhares de juizforanos, ver o Zé Marmita na tela da TV Industrial significava se ver representado na televisão.

A menção à identidade industrial também reforçava o posicionamento político da família Mendes, ligada, havia anos, ao trabalhismo. Associava à emissora, ainda, os ideais de progressismo e desenvolvimentismo, pilares importantes do discurso político do grupo ligado aos Mendes. Tais ideais se manifestavam representados, por exemplo, pelos traços modernistas da sede da emissora e pelo sentimento de que um canal de televisão significava uma cidade desenvolvida.

Ao mesmo tempo, com a preocupação de valorizar a identidade industrial, a emissora alimentava as memórias da cidade das décadas de pujança econômica, fortalecendo o mito da “Manchester Mineira”. A cidade representada na tela da TV Industrial está impregnada do sentido atribuído à localidade, através da memória coletiva, dos tempos de prosperidade econômica e dinâmica industrial. Colabora, portanto, para reforçar a construção da identidade industrial.

4.4.1 “Nasceu aqui... é gente de casa”: a juizdeforaneidade na tela da TV Industrial

Um dos principais esforços para afirmar a identidade da TV Industrial e marcar sua diferença em relação aos canais cariocas que podiam ser sintonizadas em Juiz de Fora, até então, era colocar na tela da TV uma programação de caráter mais local, tratando de assuntos específicos da vida social juizforana ou de presumido interesse da população local. Era uma tentativa de levar à tela da televisão o “sotaque” juizforano e promover a inclusão e a existência da cidade no espectro dessa mídia, então emergente.

[...] o objetivo era esse: sempre Juiz de Fora em primeiro lugar. Zona da Mata em primeiro lugar. O grande objetivo era projetar Juiz de Fora e a Zona da Mata. Fazer com que os políticos respeitassem Juiz de Fora e a Zona da Mata. Aqueles políticos que estavam no poder. Esse era o grande objetivo. Mostrar sempre as coisas boas da cidade. Aliás essa era uma das exigências do Dr Sérgio Mendes e depois do Geraldo e do Gudesteu. Juiz de Fora sempre em primeiro lugar. (TAVARES, 2009a).

Foram várias as estratégias utilizadas para dar ao canal o “sotaque juizforano”, utilizando-se de elementos que construíam uma identidade juizforana, com esforço por representar a cidade na tela da TV. Chamamos de estratégias, mas, o que aparece nos depoimentos dos comunicadores e outras personalidades envolvidas com a trajetória da emissora são critérios de programação definidos pelo que já era feito no rádio da cidade, muitas vezes resultado de intuição e experimentação.

A representação da cidade na tela da TV começava pela veiculação de programas cujas pautas, assuntos e fontes eram construídas junto às instituições da vida cotidiana da cidade: “O que aconteceu com a TV Industrial é que ela transmitia coisas da cidade, e as pessoas queriam ver coisas da cidade.” (TAVARES, 2009c).

Era aquela história, você falava da sua tribo, você falava aqui da sua cidade, das coisas que as pessoas queriam ouvir, queriam se informar, e isso sempre tem um

apelo muito grande. Os programas que a TV Industrial na época tinha eram programas regionais, então tinham vários programas trazendo personalidades da cidade como convidados, entrevistados, fazíamos programas de auditório... (MENDES, C., 2009).

Também é clara a referência à cidade na apresentação do canal como veículo local, expressa, por exemplo, no *slogan* “nasceu aqui... é gente de casa” e nos discursos que proclamavam o canal como uma emissora da cidade. Tratava-se, assim, da afirmação da diferença em relação aos outros canais de televisão que tinham uma programação constituída no Rio de Janeiro, direcionada ao público carioca, pautada por conteúdos que não consideravam a vida cotidiana de Juiz de Fora. Abaixo, reproduzimos um anúncio publicado na revista O Lince que qualifica o conteúdo veiculado pela TV Industrial como “a imagem da cidade”:

PROGRAMAS AO VIVO QUE SÃO UMA FESTA DE AUDIÊNCIA:
Futebol total · Toque de bola · Camisa 10
HF-Show no 10 · Papomirim
Imagem- jornal da mulher
Integração é desenvolvimento

FIQUE LIGADO NA IMAGEM DE SUA CIDADE

PREVENDO

ZYV-80-CANAL 10
TV Industrial de Juiz de Fora

NASCEU AQUI. É GENTE DE CASA
 ORGANIZAÇÃO SÉRGIO MENDES
 PRAÇA JOÃO PESSOA, 9 - J. FORA - MG

5809-1000
 FONES: 314 3337
 3417
 TELE X: 322-146

**FIQUE LIGADO
 NA IMAGEM DE
 SUA CIDADE**

ILUSTRAÇÃO 7 – Anúncio da programação da TV Industrial
 Fonte: O LINCE, dez.1975, p.8.

A programação variada, em seus programas de auditório, entrevistas e demais atrações significava espaço para expressão das opiniões, conhecimentos ou talentos artísticos da população local, como exalta o texto publicado em O Lince: “O canal 10 veio trazer para a nossa cidade a imagem viva de seus artistas e mostrar o que de melhor temos nas artes.” (O LINCE, 1964, p.20).

Em nossa pesquisa, nós nos deparamos com um grande desafio: recompor a grade de programação da TV Industrial, em alguma época específica, pelo menos, e/ou identificar claramente os programas, as datas de sua estreia e as de seu encerramento. Como sabíamos desde o início, trabalhar com memória nos deixa sujeitos a muitas imprecisões no que tange a datas e a outras informações objetivas. Esse foi um dos motivos que nos levou a também buscar fontes documentais. No entanto, não encontramos nenhuma publicação, nos moldes do que existe hoje em dia, nas seções ou cadernos de televisão dos jornais impressos, da grade completa dos canais de TV. Em arquivos particulares encontramos alguns *scripts*, mas nada que se assemelhasse a uma grade de programação. O que levantamos foram fragmentos de programação e relatos mais enfáticos sobre um ou outro programa.

Abaixo apresentamos um quadro representativo do levantamento que fizemos de todos os programas mencionados há pouco, levando em consideração as fontes consultadas:

QUADRO I – Programas da TV Industrial mencionados

PROGRAMA	APRESENTADOR	GÊNERO / DESCRIÇÃO
Em nome da Lei	Carlos Netto	Não há registro
Juiz de Fora em 3-D	Itamar Franco	Não há registro
Música Imortal	Luiz Araújo	Não há registro
Mesa de bar	Luiz Araújo	Não há registro
Geraldo Mendes Convida	Geraldo Mendes	Entrevista / variedades
Entrevistas	Maurício de Campos Bastos	Entrevista

Diálogo	Não há registro	Não há registro
Panorama Social	Rafael Jorge	Entrevista
Resenha Esportiva	Geraldo Magela Tavares	Esporte
Camisa 10	Vários	Esporte
Futebol total***	Não há registro	Esporte
Toque de bola	Não há registro	Esporte
Papo Mirim	Não há registro	Esporte
Cartão Vermelho****	Geraldo Magela Tavares e outros	Esporte
Tele-boxe Ultra-lar	Não há registro	Esporte/luta (boxe)
Luta livre / Telecatch*	Não há registro	Esporte/luta (luta livre)
Integração é desenvolvimento	Não há registro	Não há registro
Teledez	Cristina Mendes / Dolores Mendes / Francisco Batista / Efigênio Gomes	Jornalismo
A Hora é a Notícia	Natálio Luz / Ivan Costa	Jornalismo
TV Jornal	Natálio Luz / Ivan Costa / Geraldo Magela Tavares / Fernando Paranhos	Jornalismo
Imagem	Cristina Mendes / Francisco Batista	Jornalismo
Imagem – jornal da mulher**	Não há registro	Não há registro
programa sobre cinema*	Dolores Mendes	Cultura / cinema (programa sobre Cinema)
Programa Cláudio Temponi – Canal 10	Cláudio Temponi	Auditório
HF-Show no 10	Hélio Fazolato	Auditório
Programa Adair Mendes*	Adair Mendes	Auditório
Programa Teixeira Neto*	Teixeira Neto	Auditório
Programa Anuar de Sales*	Anuar de Sales / Jair Macedo	Auditório
Programa Ronaldo Sales*	Ronaldo Sales (de fora)	Auditório
Jason Faz o Show	Jason (RJ)	Auditório
O casamento na TV	Raul Longras(RJ)	Auditório
Programa Dárcio Campos*	Dárcio Campos(RJ)	Auditório
Programa Carlos Imperial*	Carlos Imperial (RJ)	Auditório
Programa César de Alencar*	César de Alencar (RJ)	Auditório / musical
Programa Jair de Taumaturgo*	Jair de Taumaturgo (RJ)	Auditório / musical
Transmissão futebol***	Vários (Geraldo Martins, Ivan Costa, Luís Araújo foram mencionados)	Esporte / Transmissão
Transmissão do carnaval	vários	Transmissão / eventual
Festival de música popular	Não há registro	Transmissão / eventual / musical
“O Sermão da Montanha”	José Carlos de Lery Guimarães	Transmissão / política - Comício do candidato a prefeito, Itamar Franco
Casamento de Itamar Franco	Geraldo Magela Tavares	Transmissão / política
Visita do Governador Aureliano Chaves	Não há registro	Transmissão / política
A Universidade no ar	Não há registro	educativo
Sistema	Não há registro	educativo
Ponto de vista	Não há registro	feminino
Filmes*	-	-

* não temos registro do nome exato do programa.

** não sabemos se é o mesmo Imagem mencionado acima.

*** suspeitamos que Futebol Total foi o nome dado às transmissões de partidas, nem sempre, porém, assim utilizado.

**** programa produzido em São Paulo pela REI, Rede de Emissoras Independentes, da qual a TV Industrial era associada, e exibido em diversas emissoras.

Na linha do tempo da TV Industrial, a primeira menção à programação que temos registrada é um trecho da matéria de O Lince, de agosto de 1964, que trata da inauguração do canal. Parte do texto enumera as produções e seus apresentadores:

Dos programas montados, às vezes de improviso, temos gostado de “Em nome da Lei”, com Carlos Netto; “Juiz de Fora em 3-D”, com o engenheiro Itamar Franco; “Música Imortal” e “Mesa de bar”, com Luiz Araújo; “Entrevistas”, com Maurício de Campos Bastos e outros; “Resenha Esportiva”, com Geraldo Magela Tavares, sem falar nas exibições de conjuntos musicais e artistas locais. (O LINCE, 1964, p.20).

É importante notar como a matéria valoriza e coloca em evidência os nomes dos comunicadores à frente de cada um dos programas. Isso pode ser interpretado como a valorização da juizdeforaneidade (não necessariamente por força de origem local) dos comunicadores/apresentadores, seja por atividades pregressas de envolvimento com entidades locais, seja por sua atuação na mídia local, sobretudo no rádio. Constituíam importantes fatores de identificação com a cidade e, por conseguinte, com o público.

Eram profissionais no rádio e se misturavam com pessoas especializadas em determinados setores, por exemplo, gente que sabia falar de sociedade, de política, gente que sabia falar de esporte, né? Várias pessoas da cidade que tinham essas qualidades e atuavam também no rádio... (LUZ, 2009)

A importância das “faces” dos programas também impactava a vida particular dos comunicadores. Se já gozavam de algum reconhecimento por sua atuação no rádio, a exposição de seus rostos na TV iria amplificar sobremaneira a acolhida dos espectadores.

Quando nós começamos a aparecer na TV, nós tínhamos dificuldade de descer a rua Halfeld [principal rua do centro de Juiz de Fora]. As pessoas paravam quando você estava descendo a rua Halfeld. Naquela época a Rádio Industrial transmitia ali na Praça João Pessoa [no Calçadão da rua Halfeld]. Quando a gente

descia pra ir pra lá²⁴ [vindo da sede da TV que ficava no alto do Morro do Cristo] éramos parados minuto a minuto. (TAVARES, 2009c).

A atuação na TV Industrial proporcionou aos apresentadores/comunicadores a experiência do estrelato: “na verdade, nós participantes do “Camisa 10”, embora não nos achássemos assim, a gente era considerado aí por fora como verdadeiros artistas... Onde a gente ia, tinha gente pedindo autógrafo, tinha gente pedindo opinião sobre lances...” (SAMPAIO, 2009). Circulando no espaço urbano ou no meio social da cidade, os apresentadores eram identificados como as faces reconhecíveis da emissora. Carregavam em si a própria identidade construída pela emissora, e seu contato com o público tornava-se a melhor maneira disponível de medir a repercussão da TV na cidade:

Todo mundo falava, você era reconhecido como participante da TV... não só nós do “Camisa 10”, mas o Teixeira Neto, outros programas que tinham, de auditório, e tudo mais. Os locutores, a Cristina, a Dolores, que faziam o jornal, eram reconhecidas na cidade em todo lugar... Era um reconhecimento muito grande da TV. (SAMPAIO, 2009).

4.4.2 O auditório

O auditório da TV Industrial era um espaço fundamental para promover o encontro entre comunicadores e telespectadores. Nesse sentido, a participação do público na plateia dos programas de auditório consistia elemento primordial na construção do laço emissora-telespectador; como destaca Geraldo Magela Tavares: “Todo mundo queria se ver na TV.” (TAVARES, 2009c).

²⁴ Muitos funcionários mantinham atuação na TV e na Rádio Industrial, paralelamente. Em termos organizacionais, inclusive, a TV era colocada como um departamento da rádio. Legalmente, também, a detentora da concessão do canal de televisão era a Rádio Industrial.

Essa era também a manifestação do fascínio exercido pela TV junto ao público. Natálio Luz, por sua vez, ressalta o desejo de aparecer como motivação para o público e, até mesmo, para os anunciantes:

Era uma grande euforia, todos queriam aparecer na televisão. Nos comerciais, então, era caso de polícia, porque quem anunciava queria que o filho aparecesse, que a mãe aparecesse, que a avó aparecesse. Era um negócio, assim, que é muito interessante. (LUZ, 2009b).

O radialista também destaca a disposição do público para ocupar os lugares no auditório e participar, de alguma forma, do ‘mundo da televisão’ encarnado, na cidade, pela TV Industrial:

[...] nos programas de domingo, nos programas de auditório, nos debates que tinham no domingo, as pessoas iam lá em cima no Morro do Cristo pra ver. Mas ia muita gente pra participar, ou, se não ia participar, ia ver como é que era feito. Então a gente era muito solicitado. (TAVARES, 2009c).

A preponderância do auditório na programação evidencia a transposição para a TV dos conteúdos já tradicionais e consagrados no sistema de rádio local, sobretudo pela própria Rádio Industrial e pela sua concorrente, a rádio PRB3. Como já mencionamos, durante os anos 50 – mesmo antes de a família Mendes assumir o controle da Rádio Industrial – as duas emissoras travaram intensa disputa por audiência, por anunciantes e por representarem em Juiz de Fora modelos de rádios compatíveis com a Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

No caso da televisão, o investimento na programação de auditório demandava grande esforço, inclusive logístico, dada a localização da TV Industrial, afastada do centro da cidade:

No dia da programação, no dia do programa de auditório, os ônibus eram contratados pela TV para levar aquela multidão até lá em cima no Cristo. Era até bonito ver aquele pessoal subir o Cristo para ver um programa de auditório, os programas da TV. [...] Faziam fila para pegar ônibus. E as passagens eram gratuitas. As empresas de ônibus forneciam [o transporte] gratuitamente, a troco de uma publicidade, uma permuta com a emissora, para levar o pessoal até lá em cima. E havia um pessoal que gostava, sabe como é? Gostava demais. E tudo era novidade... “fulano apareceu na televisão”; “sicrano apareceu na televisão”; “você se viu na televisão hoje?”; “eu vi e tal”... “Sabe quem está fazendo comercial?” “O fulano de tal, dono da loja tal”... (LUZ, 2009).

Ao que tudo indica, no entanto, não foi sempre que o sistema de transporte gratuito foi oferecido. O radialista Jair Macedo foi apresentador de programa de auditório no final da década de 70, e reclamou da falta de ônibus especiais: “Eu só lamento que, na época, nós não tínhamos uma linha de ônibus especial para o Morro do Cristo. Você para ir ao Morro do Cristo tinha duas opções: ou carro ou a pé.” (MACEDO, 2009).

Apresentações musicais, concursos de calouros (cantores e cantoras), dança, gincanas e esquetes humorísticos compunham os principais quadros dos programas de auditório, variando-se a ênfase de acordo com o programa, em geral, relacionado ao nome e à personalidade de um apresentador. O apresentador de programas de auditório era tido como um animador de plateia: além de se comunicar com o telespectador, era imprescindível que dominasse o espaço do estúdio e interagisse com o público presente no local. Assumia, assim, a identidade de anfitrião da emissora para os convidados que se deslocavam até o alto do Morro do Imperador.

Não temos o número exato da capacidade de lotação do auditório; há depoimentos que mencionam ter havido centenas de lugares. O que também podemos depreender das entrevistas é que havia certa versatilidade no uso do auditório, com a movimentação dos assentos destinados à plateia, variando de acordo com o programa. Os entrevistados destacam, com vigor, a grande lotação nos programas de auditório e até mesmo alguns casos curiosos:

O lugar do espectador, onde ele se acomodava para ver os programas, era uma espécie de teatro de arena, com umas arquibancadas feitas de madeira, e aquilo ficava superlotado. Às vezes aconteciam uns casos interessantes. Por exemplo, em uma ocasião, dentro de um programa de auditório, uma cobra se enlaçou dentro daqueles pedestais que seguravam a arquibancada de madeira. Tiveram que tirar a cobra. Em outra ocasião, eu estava esperando a minha hora de entrar no ar, fora da televisão, porque estava fazendo muito calor, e os *spots* são muito quentes. Eu estava fora e com uma lua muito bonita, naquele espaço que hoje tem o nome de Gudesteu Mendes, e vi um monte de coisas enroladas. Pensei: o que é aquilo? Um gato? Era uma outra cobra enrolada. Volta e meia nos estávamos nos deparando com cobras [...] (LUZ, 2009).

Os programas de auditório da TV Industrial ocupavam, em geral, os horários do fim de semana da emissora. Assim, tornavam-se relevantes opções de lazer para os juizforanos, na mesma linha do lazer popular oferecido décadas antes nas sessões de cinema do Cine Popular e dos programas de auditório das rádios Industrial e PRB-3. Reforçava-se, assim, o caráter popular da programação, que compunha a identidade do canal em harmonia com o imaginário da identidade industrial e sua identificação com as classes populares da cidade.

Outro aspecto-chave da dinâmica do canal se manifesta através do auditório: a realização de programas com apresentadores famosos e reconhecidos do rádio e da televisão cariocas: são os casos de César de Alencar, Raul Longras, Jair de Taumaturgo e Carlos Imperial.

Posteriormente, quando a TV Industrial fez um convênio com a TV Rio é que começaram a aparecer os animadores do Rio, o Cesar de Alencar, um animador do programa “Hoje é Dia de Rock”, que era um programa conceituadíssimo pela juventude. A Jovem Guarda também. No tempo da Jovem Guarda alguns apareceram, a Wanderleia, o Erasmo Carlos, então tinham atrações boas. (LUZ, 2009).

Paradoxalmente, podemos avaliar essa importação de atrações como um esforço da TV Industrial para se assemelhar às demais emissoras de TV captadas na cidade. Se, por um lado, ser local, falar da cidade, mostrar a cidade eram trunfos exclusivos e de apelo específico junto à comunidade juizforana, afirmar-se como uma emissora de primeira linha

ou tão boa quanto as cariocas era importante para assegurar uma identidade pioneira, progressista e desenvolvimentista. A maneira mais fácil de fazê-lo era tentar reproduzir formatos e fórmulas já conhecidas das TVs Tupi e Rio. A outra era efetivamente reproduzir, em terra juizforana, os modelos consagrados no Rio de Janeiro, tal como as rádios já haviam feito na década de 1950. Usando a fama e a notoriedade dos grandes nomes do Rio de Janeiro, a TV Industrial exercia forte atração junto ao público de auditório, registrando assim bons índices de audiência.

Nos depoimentos colhidos para este trabalho, bem como nas demais fontes consultadas, é evidente a representação do orgulho de um grande feito expresso na enumeração dos grandes nomes que passaram pelo auditório da TV Industrial:

E fazíamos o Jair de Taumaturgo, o César de Alencar, tínhamos programas ao vivo de auditório aqui, era uma cidade que tinha [...] (MENDES, 2009);

Nesse tempo, vieram grandes animadores do Rio, como o César de Alencar, o Martinho da Vila, grandes nomes da música popular brasileira, Tim Maia... (LUZ, 2009);

[...] aí vinham alguns apresentadores que foram famosos, como César de Alencar que trabalhou aqui, trabalhou na Rádio Nacional, veio fazer alguns programas. (TAVARES, 2009a).

Fica evidente que, assim como acontecera no auge do rádio na cidade, os modelos a serem seguidos eram os das emissoras cariocas. E mais: a pejorativa identidade de “carioca do brejo” não poderia traduzir melhor o esforço para manter intercâmbio com as emissoras do Rio de Janeiro e valer-se da exaltada proximidade geográfica com a já ex-capital federal para povoar a tela de elementos típicos do universo carioca, como os cantores, os apresentadores e os animadores de auditório.

4.4.3 O jornalismo local

As produções jornalísticas da TV Industrial, por sua vez, balizavam-se predominantemente nos conteúdos locais. Presente desde os primeiros dias, até os últimos segundos de programação, o jornalismo da emissora representava um dos pilares da programação que havia sido transposto da lógica organizacional da Rádio Industrial. O depoimento do radialista e apresentador de telejornal da TV Industrial Ivan Costa destaca o caráter local do conteúdo jornalístico e a relação de identificação, esboço de uma interatividade estabelecida entre emissora e população:

O noticiário dava destaque aos homens públicos, dava destaque ao comércio, à indústria, enfim, ela [TV Industrial] vivia Juiz de Fora, como eu disse. E ela se identificou com a cidade. Tanto se identificou que a população de Juiz de Fora sabia que a TV Industrial apresentava o seu telejornal, a sua parte esportiva, os seus programas de auditório. Então ela teve uma interação muito grande com a população de Juiz de Fora. (COSTA, 2009).

Para Regina Gaio, editora de um dos telejornais, o jornalismo foi o setor que mais primou pelo localismo, uma vez que as demais produções, especialmente nos anos setenta, levavam em consideração a audiência regional das cidades circunvizinhas: “Eu acho até que em outros programas a TV Industrial conseguiu regionalizar-se. Mas o jornalismo era centrado no que ocorria em Juiz de Fora.” (GAIO, 2009).

Os entrevistados são unânimes em destacar as limitações técnicas da época como um fator bastante adverso para a concretização do trabalho, principalmente ao compararem os processos da época com os atuais. Natálio Luz, apresentador de telejornal nos anos sessenta, apresenta um quadro geral dessas questões:

Esse jornal era... comparado com o que acontece hoje, era uma brincadeira, né? Digo brincadeira no sentido de elaboração, de proposição jornalística e de elaboração técnica. Naquele tempo não tinha *videotape*, os programas não eram gra-

vados, eram feitos todos ao vivo, e feitos com *slides*. As ilustrações eram feitas com *slides*, e a locução era feita ao vivo. A produção também não era tão, vamos dizer, apurada como é hoje. Não havia uma equipe grande... havia uma equipe de gente muito competente[...] (LUZ, 2009).

Ivan Costa, que dividia a bancada com Natálio Luz, explica as estratégias de ilustração disponíveis:

Naquela oportunidade não havia todas essas facilidades que hoje a televisão experimenta. Para a base de telecine, [preparavam-se] filmes que eram rodados antes, gravados antes, depois revelados em negativos e reproduzidos com o positivo da aparelhagem, *slides* e fotografias. Colocavam-se as fotografias nos murais e uma das câmeras focalizava aquela fotografia que correspondia à notícia que era dada. Então era televisão. E uma televisão perfeita. Sem os recursos que hoje a gente tem, mas que na época fazia-se com a maior facilidade. (COSTA, 2009).

As memórias também revelam que toda a preparação para os noticiários era realizada no centro da cidade, nas dependências da Rádio Industrial. Terminado todo o processo de apuração, redação e edição de texto, a equipe subia para o Morro do Imperador, para a sede da TV Industrial, onde organizava o material, as ilustrações e apresentava, às 19 horas, o telejornal. O resultado era tido como a efetiva representação dos acontecimentos do dia em Juiz de Fora, como afirma Costa: “A gente fazia uma análise diária daquilo que acontecia na cidade.” (COSTA, 2009).

Sobre as fontes de informação e processos de apuração, Regina Gaio salienta que, como não havia reportagem, os jornalistas se baseavam em agências de notícias e assessoria de imprensa. Ao mesmo tempo, aproveitavam tudo o que fosse publicado pelas demais mídias:

Você tinha como subsídio os jornais, você tinha como subsídio as entrevistas realizadas na rádio, e dali você pinçava e produzia. E se havia alguma ilustração que viesse a se correlacionar com aquela notícia, você aproveitava a fotografia, [...] um *slide*, que se levava para o telecine [...] Eu produzia de duas até as seis horas. Seis horas: terno, gravata, eu subia pra televisão para apresentar. (COSTA, 2009).

Os relatos apontam quatro diferentes nomes de telejornais. Eram eles “Teledez”, “TV Jornal”, “Imagem” e “A hora é a notícia”. Com relação aos dois últimos, destacamos a participação da jornalista Marilda Ladeira, que, à época, havia criado a primeira agência de publicidade de Juiz de Fora, a Prevendo. Foi por meio da Prevendo que a jornalista estabeleceu um tipo de parceria – arrendamento ou compra de horário, não se sabe ao certo – segundo o qual ela ficava responsável pela produção do programa. Assim, passou a organizar o jornal em dezesseis quadros distintos – segundo editorias –, cada um patrocinado por uma marca ou estabelecimento comercial. Tratava-se, portanto, de um jornal de variedades ou uma revista eletrônica, e não propriamente de um noticiário televisual.

Era 1 hora e 15 de jornal. Às 18 horas começava. Eram 16 quadros e tinham 16 patrocinadores, diários. Abria com uma espécie de opinião, um editorial, que era lido por mim, outra hora era lido por Natálio, que teve sempre uma voz magnífica, belíssima. E nós fazíamos esse editorial e depois vinham os locutores falando, cada um, dentro de quatro ou cinco módulos do jornal, que falava sobre sociedade, sobre arquitetura, sobre construção [...] O [Banco de] Crédito Real falava sobre economia, sobre dinheiro, vamos dizer assim. O Café Sobradinho falava sobre mercado, é... vamos dizer... naquele tempo acho que não tinha grandes supermercados, né? Mas falava também de quitandas... A Ótica Real, por exemplo, falava sobre saúde. [...] A Modas Jenny falava sobre moda e sociedade, e quem era um dos locutores era o próprio Osmar, filho da madame Jenny, dona da loja, que era o alto padrão da moda em Juiz de Fora. (LADEIRA, 2009b).

Com essa setorização e o envolvimento de diversas pessoas e estabelecimentos comerciais, o programa possibilitava uma ampla apresentação de diversos setores da sociedade juizforana, colaborando, assim, para a representação na TV de um recorte bem significativo do cotidiano da cidade.

Em referência ao telejornal “Imagem”, destacamos a reflexão das jornalistas Regina Gaio e Cristina Mendes sobre a efetiva significação da produção:

Na verdade era um jornal que tinha o nome de “Imagem”, mas que não tinha imagem... Por quê? Não havia recursos para edição [...] Era um rádio na TV! (GAIO, 2009).

Muito engraçado que ele chamava “Imagem”, e de imagem, praticamente, não tinha nada... porque a gente não tinha esses recursos... Unidade de externa pra fazer reportagens na rua... então a gente usava recursos, assim, ridículos pra televisão, porque eram slides, muitas vezes; você gravava áudio, igual ao rádio, e punha a pessoa falando, a foto com aquele som, porque a gente não tinha muito recurso pra fazer reportagem. Quer dizer, era um jornal que chamava imagem, mas praticamente era uma rádio. (MENDES, C. 2009).

O que nos chama atenção nisso é menos a incoerência do nome do telejornal, ou a adequação do que significa fazer televisão, efetivamente, e mais refletir sobre a construção telejornalística do cotidiano da cidade. O que apreendemos é que a representação da vida juizforana, através dos relatos jornalísticos, factuais ou comportamentais, se dava, sobretudo, pela linguagem verbal. Eram os textos jornalísticos que articulavam a imagem que se construía da cidade e a representação da cidade na televisão. Havia, portanto, uma carência da visualização de imagens em movimento – vídeos ou filmes – que apresentassem a cidade na tela da TV.

Ainda assim, os comunicadores externam contentamento com o que faziam e presumem terem alcançado audiência com a produção, mesmo nesses moldes:

Então as pessoas gostavam de ver, ainda que não tivesse imagem, com frequência, era a cidade dela vista. Então ele tinha, a partir até do que a TV oferecia como no esporte, por exemplo, eu lembro muito de mesas de debate de esporte, e lembro muito na época de amigos e meu próprio irmão gostarem de ver a mesa de debate de esporte. Era o “Camisa 10”. Então, isso tudo também, talvez o mesmo telespectador que visse isso também visse o jornal. (GAIO, 2009).

4.4.4 As transmissões esportivas e o programa “Camisa 10”

Todo o material coletado por esta pesquisa deixa claro que o esporte, sobretudo o futebol, era o carro-chefe da TV Industrial. Pelos depoimentos dos comunicadores ou pelas fonte documentais, fica evidente que a TV Industrial viveu seus melhores dias e se

sustentou bem no período em que se dedicou a transmissões de partidas dos clubes cariocas, bem como a programas de debate esportivo.

O interesse dos Mendes por esportes era anterior à empreitada no ramo da comunicação. Como mencionamos, Sérgio Ramos Vieira Mendes havia sido membro do Conselho Nacional de Desportos, nos anos 50, durante o governo de Getúlio Vargas, tendo retornado ao órgão nos anos 60, na presidência de João Goulart. Também foi presidente da Liga de Desportos de Juiz de Fora e, segundo Geraldo Magela Tavares (2009a), “o maior presidente que a Liga de Futebol teve”. O motivo dessa distinção seria o empenho para a promoção de grandes eventos esportivos na cidade, como destaca Carlos Sampaio:

Juiz de Fora não reconhece o prestígio que ele [Sérgio Mendes] tinha. Trouxe aqui, duas vezes, a Seleção Brasileira de futebol no aniversário da cidade. Trouxe a Juiz de Fora o [Harlem] Globe Trotters, aquele famoso basquete americano [...] Trouxe o Southampton, time da Inglaterra, da primeira divisão inglesa pra jogar aqui. Então o aniversário da cidade sempre era na prática esportiva. Dr. Sérgio Mendes fazia grandes empreendimentos. (SAMPAIO, 2009).

Dado o envolvimento com o mundo dos esportes, foi natural que a cobertura esportiva ganhasse destaque na programação da Rádio Industrial, por meio do noticiário esportivo, dos debates e das transmissões. Assim, com a fundação da TV, era previsível que o grupo dedicasse espaço ao esporte na programação da televisão. Logo no primeiro registro que encontramos sobre os programas da TV Industrial (O LINCE, ago. 1964) notamos a menção ao programa “Resenha Esportiva”, comandado por Geraldo Magela Tavares.

No entanto, o grande salto na programação esportiva se deu com o início das transmissões das partidas de futebol dos clubes do Rio de Janeiro, ao vivo, no Estádio Mário Filho, o Maracanã. Não encontramos registro do início das transmissões, e os depoi-

mentos orais são contraditórios quanto a datas. Parece-nos que os jogos começaram a ser exibidos no final dos anos 60, em 1968 ou 1969.

A TV Industrial transmitiu talvez por mais de uns dez anos o futebol carioca. Ela nunca deixou de ir ao ar, um dia sequer, um jogo sequer, um tempo de jogo, por culpa do nosso equipamento, por culpa do equipamento da TV Industrial. Porque era muito simples: vinha a imagem da TVE, via Embratel. Era imagem certa, garantida, a cores, e jogava-se no ar. (SAMPAIO, 2009).

As imagens eram geradas pela Embratel, e o áudio, em muitas ocasiões, era exclusivo, com narração e comentários da equipe da TV Industrial, posicionada em uma das cabines do Maracanã.

Fui muitas vezes ao Rio de Janeiro pra comentar. E incrível, eu fazia reportagem lá dentro do campo, saía correndo pra comentar, o jogo começava eu tava... Fazia muito isso, a TV Industrial. E vários narradores: Geraldo Martins, Ivan Costa, Luís Araújo [...] E ela [TV Industrial] ganhou projeção com as transmissões. (TAVARES, 2009a).

Segundo Musse (1985, p.9 apud CAMILO; BRUM, 2009, p.2), a TV Industrial foi homenageada pelo Governo do Estado do Rio de Janeiro, responsável pela administração do Maracanã, por ter sido a emissora mais presente ao estádio naquele ano, cobrindo 174 partidas.

As transmissões contemplavam jogos às quartas, às quintas, aos sábados e aos domingos. Mendes afirma que havia um esforço deliberado no sentido de transmitir o maior número possível de partidas: “Tinha futebol, nós estávamos transmitindo... transmitíamos tudo... se tivesse um jogo Bangu contra Rosita Sofia nós íamos transmitir, não interessava, ia ter futebol, nós estávamos lá... fazíamos...” (MENDES, 2009).

A partir da veiculação dos jogos, Mendes e os demais colaboradores da emissora desenvolveram a ideia de criar um programa de debates – as mesas-redondas de fute-

bol ainda eram incipientes na televisão²⁵. Surgiu, assim, o “Camisa 10”, a mesa-redonda futebolística da TV Industrial, que reunia torcedores juizforanos dos grandes clubes cariocas para debater, nas noites de domingo, as partidas transmitidas pela TV Industrial. Os torcedores eram comunicadores já conhecidos na mídia juizforana ou pessoas próximas dos colaboradores da TV que se tornariam, então, comunicadores.

Aí foi o ápice, né... “Camisa 10”. “Camisa 10”... o Geraldo foi dizer, esse programa, o “Camisa 10” não vai ter compromisso de falar a verdade... O compromisso aqui é de cada um dos clubes ser defendido. “Ah, foi pênalti, não foi pênalti”... Carlos Sampaio defende o Fluminense. Carlos Sampaio representava o Fluminense. Sebastião Helvécio hoje, membro do Tribunal de Contas, se projetou como conhecido em Juiz de Fora, através do “Camisa 10” defendendo o Fluminense. Eu participava. O Geraldo Mendes comandava, depois eu passei a comandar. Eu participava defendendo o Botafogo [...] E esse programa tinha uma audiência muito grande, era um programa fantástico. Mas como é que ele era um programa fantástico se ele não tinha compromisso com a verdade? Tinha um compromisso sim. Cada um dos torcedores iria defender seu time, defendia sua paixão, defendia seu amor. E esse programa tinha muita audiência. (TAVARES, 2009a).

Para Carlos Sampaio, o espírito amador do programa era evidente e fomentava a paixão dos participantes:

O importante é o seguinte: nós não éramos profissionais. A gente era amador mesmo, participava por prazer, por fazer parte de um programa de grande audiência e tudo mais. A gente ia no nosso carro, pagando a nossa gasolina... Íamos lá pra cima após o jogo. O jogo estava acabando, a gente subia, pra falar logo em seguida do jogo, no programa “Camisa 10”. [...] Era incrível, o “Camisa 10” entrava no ar e não tinha hora pra acabar. Enquanto tivesse discussão, estava lá no ar, mostrando tudo. Então não tinha horário. Entrava depois do jogo e acabava quando a gente cansava. (SAMPAIO, 2009).

A figura do debatedor-torcedor cumpria a tarefa de representar, na televisão, as cores de Vasco da Gama, Botafogo, Flamengo, Fluminense e América, oferecendo a cada telespectador seu porta-voz na bancada, aquele com quem se identificar para continuar

²⁵ A primeira mesa-redonda, “Grande Resenha Facit”, foi criada no final de 1963, na TV Rio, pelo narrador e comentarista Luiz Mendes, com a participação de Nelson Rodrigues, João Saldanha, Armando Nogueira, José Maria Scassa e Vitorino Vieira. (RIBEIRO, 2007, p.190-191).

torcendo pelo seu time, mesmo após o fim da partida. O sucesso do programa e a criação de laços entre telespectadores e a emissora se manifestavam no dia a dia, na repercussão dos debates acalorados, percebida pelos comunicadores no contato direto com telespectadores. Carlos Sampaio relata um caso bastante emblemático dessa relação:

Pra você ter uma ideia de como o “Camisa 10” insuflava os torcedores, uma vez eu fui com a minha mulher numa costureira dela, costureira que ela arrumou, e quando a dona da casa abriu a porta, ela disse: “Nossa senhora! É o senhor que está aqui? Acho bom o senhor não entrar não, porque o meu marido, quando vê o senhor na televisão – ele é flamenguista – ele só falta bater na televisão, quebrar a televisão. Eu acho que se ele vir o senhor aqui, ele vai brigar” (SAMPAIO, 2009).

Podemos depreender daí que a TV Industrial representava, na sua programação, esse traço peculiar do torcedor juizforano: a paixão pelos times cariocas, mais um traço da juizdeforaneidade “carioquizada”, experimentado já havia algumas décadas. Por isso, os comunicadores se mostram tão enfáticos ao lembrar que não havia representantes dos clubes de Belo Horizonte.

Apesar de não ser considerado um programa de auditório, o “Camisa 10” oferecia, segundo Tavares, a possibilidade de participação do público:

Quem quisesse ir a porta estava aberta. E às vezes nós estávamos fazendo o programa, o cidadão que não era convidado estava lá, e ficava dando palpite. Aí botavam a câmera nele, botava ele no ar ali também, um negócio muito espontâneo, por isso é que foi sucesso. Foi fantástico! (TAVARES, 2009a).

Para dar a dimensão do sucesso alcançado pelo programa, Sampaio (2009) e Mendes (2009) são categóricos ao afirmar que houve época em que o “Camisa 10”, exibido nas noites de domingo, tinha mais audiência, em Juiz de Fora, que os programas “Os Trapalhões”, da TV Tupi, e “Fantástico”, da TV Globo.

Mesmo com o reconhecimento do sucesso e dos altos índices de audiência alcançados do futebol (ainda que não houvesse pesquisas para comprová-los) e, apesar das transmissões se evidenciarem como carro-chefe da emissora, obter aportes financeiros necessários para arcar com os custos das transmissões era uma árdua tarefa.

O povo de Juiz de Fora gosta das coisas nossas. Pode estar fazendo errado, mas prestigia. O comércio não prestigia não, mas o povo prestigia. Porque Juiz de Fora tem esse problema. Você lutava muito, muito, muito... Eu tinha que botar jogo no ar, mas não tinha cobertura de patrocínio, aí tinha que arrumar no mesmo dia, “não, vai pagar só a Embratel”, aí pagava a Embratel e tal, mas a gente fazia, lutava com muito sacrifício. (MENDES, 2009).

Carlos Sampaio, além de debatedor, era responsável pela captação de anunciantes para as transmissões. Ele conta que a prática corrente de vender espaços publicitários e receber o pagamento após trinta ou sessenta dias era inviável, pois era necessário pagar à Embratel com antecedência. Por isso, os anunciantes do futebol precisavam quitar o pagamento à vista. Sampaio recolhia o dinheiro, depositava na conta da Embratel e viajava ao Rio de Janeiro para apresentar o recibo de pagamento e obter a autorização para a transmissão. Aproveitando a jornada, ele se dirigia à sede da TVE para gravar, durante a madrugada de sexta para sábado, os comerciais que seriam exibidos²⁶. De posse do material, Sampaio voltava a Juiz de Fora com o material pronto para ser exibido durante as transmissões dos jogos de sábado.

Outra dificuldade a ser contornada dizia respeito à resistência da Federação Carioca de Futebol em permitir as transmissões da TV Industrial, uma vez que o sinal da emissora podia ser sintonizado em várias cidades da baixada fluminense, o que, segundo a entidade, estaria tirando público do estádio. Segundo Sampaio (2009), para vencer resistências do então presidente da Federação, Otávio Pinto Guimarães, a equipe da Industrial

²⁶ Note-se que este relato refere-se ao período em que já havia videotape disponível para fazer a exibição dos comerciais. Provavelmente, as memórias se reportam a meados dos anos setenta.

valia-se de duas influentes autoridades: o General Bandeira, comandante da 4ª Região Militar em Juiz de Fora; e o Deputado Federal, líder do governo, José Bonifácio de Andrada, de Barbacena. Interessados em assistir às partidas via TV Industrial, General e Deputado intercediam em favor da emissora sempre que a Federação Carioca de Futebol ameaçava interromper as transmissões. A ironia dessa situação está em considerar-se o alinhamento político dos Mendes com João Goulart, no período pré-Regime Militar, e, mais tarde, com o MDB, durante a ditadura. Nesse caso, a identificação tem cunho pragmático, calcada no objetivo comum do televisionamento das partidas de futebol, desconsiderando as identidades políticas envolvidas.

A tentativa de viabilizar a qualquer custo as transmissões acabava por gerar acontecimentos pitorescos, relacionados à lida com o Regime Militar, como conta Sampai-
o:

Às vezes a gente queria ligar pra alguém da Federação e, se falasse que era o Geraldo Mendes, eles não estavam nem atendendo. Eu entendia... Hora a gente ligava e diziam: “quem quer falar?”. E respondíamos: “General Mendes!”. Aí vinha logo um correndo atender: “uai, mas falou que era General Mendes?”. “Não, entenderam errado. Falei Geraldo Mendes!”. Era o truque que a gente usava pra vir alguém atender. (SAMPAIO, 2009).

O alcance regional das transmissões era um dos argumentos da TV Industrial para sensibilizar anunciantes. Em **O Lince**, nas edições do ano de 1975, encontramos anúncios que tentam sensibilizar empresários a associar seus negócios às transmissões esportivas da TV Industrial, ressaltando o alcance da emissora:

**FUTEBOL:
ALEGRIA DO POVO**

**Na jogada, um alcance maior
para sua empresa.**

Jogue nestas cidades o peso do prestígio de sua empresa, a qualidade dos seus produtos. Enfeite estas jogadas com a excelente imagem da TV-INDUSTRIAL e marque seus tentos nas transmissões esportivas do CANAL 10, o mais eficiente veículo de divulgação ao alcance do empresário.

Raio de alcance das transmissões:

**NASCEU AQUI
É GENTE DE CASA**

ZVV-80- CANAL 10

**TV Industrial
de Juiz de Fora**

ORGANIZAÇÃO SÉRGIO MENDES
Praça João Pessoa, 9-Juiz de Fora-MG

FONES: 210 3327
3471

TELEK: 322-145

ILUSTRAÇÃO 9 – Anúncio das transmissões esportivas da TV Industrial
Fonte: O LINCE, ago./set.1975, p.49.

O alcance regional da TV Industrial também era explorado pelo “Camisa 10”, em ações promocionais que levavam os comunicadores às demais cidades onde o sinal da emissora era captado:

Nós chegamos a ter um time, o “Camisa 10”, que ia nessas cidades jogar nos aniversários da cidade. Não tinham futebol. Todos eram 10, do goleiro ao ponta esquerda. Se expulsasse um, saía todos. Era tudo 10! (risos) Foi ideia do Geraldo Mendes isso. (TAVARES, 2009a).

O bom desempenho das transmissões futebolísticas levava a reboque o “Camisa 10” e gerava novos programas. Para estabelecer vínculos com telespectadores mais jovens, Geraldo Mendes criou uma mesa-redonda infanto-juvenil, o “Papo Mirim”. O pro-

grama era exibido antes dos jogos do fim de semana, com uma hora de duração. Nele, meninos de cerca de 10 anos de idade apareciam como comentaristas do futebol, revelando suas expectativas para o desenrolar da rodada.

Outros esportes contemplados com transmissões ao vivo eram o boxe e a luta livre. Nesses casos, o auditório da TV Industrial recebia um ringue, as cadeiras eram retiradas e promoviam-se confrontos entre lutadores locais e de outras cidades:

Nós tínhamos um programa muito assistido, assistido inclusive com a presença do público lá. Era o boxe: “Tele-boxe Ultralar”. Nós trazíamos grandes lutadores. E também tinha a luta livre. Na sexta-feira nós tínhamos boxe e no sábado, luta livre. Mas lotava aquilo lá, lotava. E, pra isso, nós tínhamos que recorrer a pessoas do Rio de Janeiro. Fizemos um convênio com aquele [lutador e promotor de lutas] Ted Boy Marino. Ele trouxe pra nós muitos jogadores de boxe, de jiu-jítsu, luta livre... E tinha aqui o Marrom, lutador daqui. Tinha o Eloy, também. Tinham vários lutadores de Juiz de Fora que começaram a se mesclar [com os de fora da cidade] e faziam um espetáculo interessante. (MENDES, 2009).

A realização de lutas se somava ao conjunto dos programas de auditório na categoria de eventos de lazer, promovidos pela TV Industrial. Isso também contribuía para dar ao espaço do Morro do Imperador a conotação de espaço de lazer e de visitação turística, uma vez que, frequentemente, parte do auditório era ocupada por visitantes de outras cidades.

4.4.5 Transmissões extraordinárias: o carnaval e o “Sermão da Montanha”

O caráter de mediação e representação da sociedade juizforana na tela da televisão, exercido pela TV Industrial, evidencia-se nas transmissões de eventos. Dois deles são lembrados e descritos de forma apaixonada pelos comunicadores entrevistados: os desfiles de escolas de samba e blocos carnavalescos; e o comício do então candidato a prefeito Itamar Franco.

Levar à tela da TV o carnaval brincado pelos foliões na cidade significava uma expressão fidedigna do intuito de mostrar a cidade, sua gente e sua cultura na TV. Era a tentativa de dotar a programação da representação mais aparente do modo como a cidade vivenciava esse festejo. Ao projetar na tela o que acontecia nas ruas de Juiz de Fora, a TV Industrial ofertava ao telespectador imagens reconhecíveis e que serviam para desenclausurar a emissora, já que boa parte de sua programação estava restrita ao estúdio/auditório.

Mais uma vez, os entrevistados salientam o empenho e o esforço hercúleo para viabilizar uma ideia. A estrutura técnica do estúdio era praticamente toda removida da sede e montada na Avenida Rio Branco, no centro de Juiz de Fora, onde se concentravam os desfiles.

Então eu lembro que era uma coisa que a gente saía da rotina, chegava na avenida às 6 da tarde pra fazer as entrevistas, revezando entre nós. Era o José Carlos [de Lery Guimarães], o Geraldo Magela [Tavares] que transmitiam. E aí era uma coisa prazerosa, porque você curtia o carnaval de rua, você assistia, e você estava trabalhando, mas não estava na rotina. Era como se fosse uma folga premiada. [...] E ia tudo pra rua, a gente levava toda a parafernália pra rua e, por isso, não podia nem ter jornal. São coisas que a gente não esquece. E sabia que dava uma audiência enorme. Todo mundo que não podia estar na avenida estava querendo assistir o carnaval da cidade que era considerado um dos melhores de Minas. (MENDES, C., 2009).

Associar-se a “um dos melhores carnavais de Minas” era compartilhar a identidade de cidade progressista e desenvolvida. A referência, mais uma vez, eram os carnavais do Rio de Janeiro. Fazer um grande carnaval era sinônimo de promover grandes desfiles de escolas de samba, como era tradicional no Rio de Janeiro.

A grandiosidade da transmissão da TV Industrial se manifestava não só pelo esforço técnico-estrutural, mas também pela dedicação dos profissionais que se desdobravam em esforços durante a grande jornada. Por isso, os depoimentos ressaltam que as transmissões totalizavam dez, doze horas; que começavam à tarde e iam até a madrugada etc.

A identidade empreendedora da emissora também se manifestava no carnaval, conforme o depoimento de Gerado Mendes:

Carnaval era um sucesso! [...]. Na época do carnaval do Mello Reis [1977 e 1978], nós colocamos as poltronas do auditório na avenida... criamos com o Carlinhos Sampaio – uma grande figura – os camarotes pra vender em Juiz de Fora, pra levar público... O carnaval de Juiz de Fora era fantástico! Era o primeiro do interior brasileiro, mesmo! (MENDES, 2009).

No campo político, a disposição de empreender e o engajamento eleitoral renderam uma passagem cultuadíssima na memória de alguns comunicadores. Trata-se do último comício da campanha de Itamar Franco para prefeito de Juiz de Fora, em 1966. Realizado no Morro do Imperador e transmitido pela TV Industrial, o evento é lembrado como o “Sermão da Montanha” e apontado como decisivo para a eleição de Itamar:

O Itamar Franco deve muito à TV Industrial a ascensão dele na política. Não sei se ele reconhece isso. E principalmente ao Geraldo Mendes. Também não sei se reconhece isso. O Geraldo Mendes assumiu, ajudando, a campanha do Itamar, que disputou com Wandenkolk Moreira a competição de prefeito. E o Wandenkolk Moreira estava adiantado nas pesquisas. Bem na frente, porque ele surgiu primeiro. Itamar surgiu depois, lançado pelo [MDBII]. Então nós fizemos um grupo de trabalho e fomos ajudar o Itamar. [...]até que o Geraldo resolveu que o comício do Itamar seria transmitido ao vivo²⁷... Foi uma noite de chuva... Fomos pro Morro do Cristo. O Itamar foi apresentado por José Carlos de Lery Guimarães – que fez alguns bons programas também na TV Industrial, assim como o Heitor Augusto, irmão dele. E o comício do Itamar não podia ter muita gente, porque não cabia [na TV Industrial], porque o comício iria lotar e foi o último comício. Foi aquele comício que alavancou, que explodiu. Então foram algumas pessoas, e, como estava chovendo, todo mundo com seu guarda-chuva – porque foi lá fora [do lado de fora da sede da TV], lá no Cristo. E tinha que fazer uma claque – “Já ganhou, já ganhou, já ganhou” – dentro do estúdio. [...] O microfone, dentro do estúdio, com aquele cabo... [...] E nós fomos pra lá, um grupo, pra gritar o “já ganhou”. Lá fora tinha um grupo de guarda-chuva. Quando a câmera varria a presença do público ali, parecia que tinha uma multidão no Cristo. [...] Foi um negócio lindo, maravilhoso! E lá dentro, o Itamar falando, fez um belo discurso, empolgado, entusiasmado. Chovendo. Mas a repercussão daquele comício lá em cima foi fantástica. Quando nós chegamos aqui embaixo, onde se encontrava o grupo, num restaurante que tinha ali em frente à antiga rodoviária, na Getúlio Vargas, era uma multidão de gente ali esperando: “Que lindo, que bonito, fantástico!!” E aquilo ajudou a repercutir na eleição do Itamar Franco para prefeito de Juiz de Fora, onde ele iniciou a campanha dele para atingir a presidência da República. (TAVARES, 2009a)

²⁷ De acordo com a revista **Veja**, a opção pelo Morro do Imperador se deu diante da impossibilidade de realizar o comício na Praça da Estação, local que tradicionalmente abrigava as manifestações políticas, porque Wandenkolk Moreira havia reservado a praça. No entanto, a chuva que caiu naquela noite obrigou o cancelamento do comício de Wandenkolk (ENFIM, 1994).

Ressalte-se que, antes da campanha, Itamar Franco era apresentador de um programa da TV Industrial, no qual tratava de engenharia. Mais tarde, já como senador, Itamar participou, como convidado especial, do “Camisa 10”, defendendo as cores do Fluminense. O relacionamento próximo a Itamar era mais uma demonstração da vivência política que sempre acompanhara a trajetória dos Mendes.

Eu costumo dizer o seguinte: às vezes as pessoas não entendem, nós conseguimos fazer um prefeito de Juiz de Fora, foi o Itamar, conseguimos fazer um senador por Juiz de Fora, que foi o Itamar, conseguimos fazer um vice-presidente da República por Juiz de Fora, que foi o Itamar. Quer dizer, nessa carreira eu acompanhei ele em tudo. Nós discutíamos, nós brigávamos, lutávamos pra que Juiz de Fora tivesse presença. (MENDES, 2009).

Há o registro de mais uma transmissão especial, de cunho político, realizada pela emissora. Em 1976, a TV Industrial transmitiu a visita do Governador de Minas, Aureliano Chaves, da Arena.

Bastante aplaudido em seu trajeto pela avenida Rio Branco e passando em revista as tropas do 2ºBPM, Aureliano Chaves chegaria às 15 horas na sede da Superintendência Regional da Fazenda onde, em sala isolada, concedeu uma entrevista para todos os jornalistas presentes, e, em especial, para a TV Industrial de Juiz de Fora, que, durante 6 horas transmitiu toda a reunião do secretariado, levando ao ar excelente imagem, apoiada pela Embratel, o que possibilitou uma ótima audiência em todas as cidades da Zona da Mata, parte do Espírito Santo e Rio de Janeiro. (O LINCE, mar./abr. 1976, p.52)

Outra transmissão extraordinária chama a atenção. Em 1968, a TV Industrial transmitiu o casamento do então prefeito Itamar Franco na Igreja da Glória, no Rio de Janeiro. Não foi, no entanto, ao vivo. Geraldo Magela Tavares (2009a), ao referir-se ao evento, conclui: “Isso é que eu digo: a TV local, ou a TV que tem esse compromisso com a nossa sociedade, é muito boa”.

Acreditamos ser esse um caso exemplar para perceber-se que a concepção dos comunicadores do que era fazer TV local levava em consideração tanto a vida pública quanto a vida privada. Representar a cidade era sinônimo não só de tratar dos acontecimentos públicos que interfeririam nas vidas de muitos cidadãos, mas, também, apresentar as facetas, os pensamentos e as realizações dos juizforanos.

4.4.6 O fim da TV Industrial

O fim da TV Industrial está diretamente relacionado ao desenvolvimento histórico da televisão no Brasil. Segundo Mattos (2002, p.88-101), entre 1964 e 1975, a televisão brasileira iniciou um processo de modernização das empresas, adotando padrões de administração norte-americanos e intensiva profissionalização. Com a construção da Rede Nacional de Televisão da Embratel, viabilizou-se o modelo de rede com programação nacional. Isso levava à centralização das produções e à adoção de estratégias comerciais de interesse de anunciantes nacionais. O fluxo de desenvolvimento indicava a nacionalização como único caminho de expansão.

Nesse contexto, Juiz de Fora encontrava-se no trajeto da expansão da TV Globo. Em 1968, foi inaugurada a TV Globo Minas, em Belo Horizonte. Segundo Geraldo Mendes (2009), para integrar o sinal do Rio de Janeiro ao de Belo Horizonte, no início das transmissões em rede, a TV Globo usava um *link* que passava por Juiz de Fora. Ele afirma que tal procedimento era ilegal, por configurar a existência de uma emissora repetidora em Juiz de Fora. E isto não era permitido em cidades onde houvesse uma emissora geradora. Era o caso Juiz de Fora, com a TV Industrial.

Eu me lembro que eu conversei com o Walter Clark [...] Porque começaram a jogar sinal aqui dentro, fazendo uma coisa que era crime e até hoje é... porque

dizia-se o seguinte: onde houvesse uma emissora geradora, que era a TV Industrial, não podia haver repetidoras. Eles repetiam... Eu fui falar com ele lá. Ele virou e falou assim: “ô Geraldo, o que eu posso fazer? Nós estamos aproveitando um gancho”. Eu falei: “mas que gancho? Isso aí é contra a lei”. E ele: “Ah, mas aí você vai ter que conversar com o Doutor Roberto, eu também cumpro ordem... Mas vocês devem, vocês têm outras criatividade, vocês pode fazer outras coisas lá...”. Eu falei: “vem cá, é muito fácil fazer uma televisão como você faz. Você quer o Chacrinha, você contrata ele. Ah, mas tem outro tão bom quanto o Chacrinha: você pega, contrata o outro e põe ele na geladeira. Você não deixa os outros usarem. Assim é fácil fazer televisão. Agora, quero ver vocês fazerem televisão em Juiz de Fora.” (MENDES, 2009).

Nos anos 70, para fazer frente, nacionalmente, à já líder de audiência Rede Globo foi criada a Rede de Emissoras Independentes, REI, liderada pela TV Record. A REI também representava a última chance de sobrevivência das pequenas emissoras, como a Industrial, uma vez que possibilitava um intercâmbio, segundo o qual os programas produzidos e exibidos em cada emissora da rede eram posteriormente cedidos para exibição nas demais, como exemplifica o depoimento de Geraldo Magela Tavares: “Eu mesmo ia a São Paulo pra gravar um programa que chamava ‘Cartão Vermelho’, com o Silvio Luiz²⁸, que está no ar até hoje, e trazia o *tape* pra ser passado em Juiz de Fora.” (TAVARES, 2009b).

Paralelamente, havia a dificuldade de captação de recursos, via publicidade, algo presente ao longo de toda a trajetória da emissora. Nas entrevistas que realizamos, registramos manifestações uníssonas quanto à desconfiança do empresariado local.

Mas como toda empresa, depende praticamente de terceiros. No caso, precisava faturar, e o comércio de Juiz de Fora não entendeu. Os empresários de Juiz de Fora não entenderam o efeito que uma emissora geradora poderia ter em benefício da cidade. Era difícil... Até para patrocínio do futebol não era fácil. (TAVARES, 2009a).

Aí é que estava o problema. Tinha retorno, claro que tinha. Mas era sempre aquele negócio: “vou colaborar com a TV Industrial”[...] Quando a Globo entrou aqui, passou a transmitir futebol de vez em quando, a preço 20 ou 30 vezes mais do que a gente cobrava na TV Industrial. E o cara pagava, entendeu? Era uma maneira diferente de ver. [...] Na época não acreditavam, agora é que estão vendo. Não acreditavam na força da TV Industrial como veículo de publicidade. [...]

²⁸ Locutor esportivo, atualmente, no canal por assinatura Band Sports.

a não ser o Juracy Neves²⁹ através da imobiliária que vendia os terrenos dele lá naquele bairro, Jardim do Sol. O Jardim do Sol foi quase todo vendido baseado na propaganda da TV. Fazia uma propaganda bem feita, pra época e dava muito retorno pra ele. Dava muito retorno, a TV Industrial. (SAMPAIO, 2009).

A população dava valor, mas quem participava da vida comercial de Juiz de Fora, não dava bola não. Eles preferiam ter uma janelinha [na TV Globo] que eles pudessem botar uma publicidade, que eles chamavam de reclame. (MENDES, 2009).

Walter Monachesi acredita que as dificuldades estavam associadas ao amadorismo característico da emissora, que, em outras situações, teria sido um ponto positivo, responsável, por exemplo, pelo espírito de entrega e comprometimento de entusiastas, colaboradores, funcionários e comunicadores.

Eu confesso que a TV Industrial teve uma falha: mais como um despreparo de encarar uma televisão de maneira profissional, e ela ser feita de uma maneira amadorística. A TV Industrial não teve um departamento comercial que desse suporte financeiro às suas atividades. (MONACHESI, 2010).

Com o avanço da formação das redes de televisão, o assédio à TV Industrial – única geradora autorizada na cidade – ficou muito forte, a partir de meados da década de 70. O principal assediador era da TV Globo que, em 1975, havia adotado a programação nacional em todas as suas emissoras.

A TV Industrial resistiu até 1979. As mortes de Gudesteu Mendes, em julho de 1976, e de Sérgio Mendes, em março de 1978, segundo os relatos, minaram a resistência do remanescente, Geraldo Mendes, apoiado por sua mãe, Dolores. Mendes afirma, textualmente, que foi “obrigado” a vender a emissora.

Quando nós recebemos do vice-presidente da República, Aureliano Chaves, que nós tínhamos que negociar com a Globo, era uma determinação; senão caçava a emissora, olha a violência a que chegou isso! Juiz de Fora não sabe disso! Estou dizendo pela primeira vez! Olha a violência que atingiu! Que, senão, eles caçari-

²⁹ Juracy Neves é médico e, atualmente, empresário do setor gráfico e proprietário do Jornal Tribuna de Minas e Radio Solar, AM e FM. Na época, ainda não atuava no mercado de mídia, mas sim no ramo da construção civil, lançando grandes loteamentos que se tornaram bairros de Juiz de Fora.

am a televisão Industrial! Eu fui conversar com o Dr. Roberto Marinho. Quando chego lá estava ele com um tal de Wallach [Joseph Wallach], que era um americano que ficava perto dele. [Disse Roberto Marinho:] “Mas o que eu posso fazer?”. [Mendes:] “Eu quero que o senhor cumpra a lei. O senhor sabe que o senhor está martirizando uma população como a de Juiz de Fora. E o senhor já foi muito homenageado lá, inclusive pela nossa emissora. Quero que o senhor cumpra a lei.”. [Marinho:] “Eu não posso fazer nada. O que eu posso fazer?”. [Mendes] “O senhor fale com os seus patrões pra eles respeitarem as leis do Brasil! Seus patrões”. Ele falou: “Mas eu não tenho patrão.”. Eu falei: “Tem sim. O senhor é um capacho deles”. Bati a porta e fui embora. Aí veio a negociação. Eu fui obrigado, realmente. E no dia do acerto final, lá na Globo, alguém bateu lá e anunciou “Dr. Roberto Marinho chegando”. Ele chegou todo, todo, virou pra mim: “ô, como está o senhor?”. Eu falei: “estou bem, graças a Deus.”. E ele falou assim: “Mas o que nós podemos conversar?”. Eu falei: “não, quero só saber: o senhor trouxe o cheque? Agora acabou nossa relação”. Peguei o cheque pus na bolsa e fui embora. Foi assim que acabou a nossa briga. Foi assim. Isso Juiz de Fora não sabe. Porque eu sempre respeitei, também, a memória dele. Mas, que foi isso, foi. É muito difícil lidar com essas pessoas que só têm cifrão como interesse. Muito difícil. Eles não têm amor à causa. Têm amor ao bolso. Isso é que é ruim. Eu sou diferente, não me curvo, graças a Deus. (MENDES, 2009).

A emissora foi adquirida pela Rede Globo, tornando-se a TV Globo Juiz de Fora, de propriedade da família Marinho, em meio a uma onda de várias aquisições de emissoras do Sul de Minas e da Zona da Mata Mineira. O fechamento oficial da TV Industrial se deu no dia 29 de novembro de 1979. A TV Globo Juiz de Fora estreou em 14 de abril de 1980.

Há, no entanto, várias estórias de propostas e articulações que teriam sido feitas, paralelamente à negociação com a TV Globo, mas poucas são confirmadas. Carlos Sampaio participou de uma delas:

Juracy [Neves] se candidatou a comprar. Ele quis comprar. E acho que o Geraldo Mendes teria feito muito melhor negócio com ele do que com a TV Globo, e eu vou explicar porquê. Eu fui portador de uma proposta do Juracy de pagar 200 salários mínimos à TV Industrial, por mês, pelo arrendamento da TV Industrial. Eu fui, falei com o Geraldo, tentei. Mas houve um detalhezinho nisso aí: [...] a vaidade influenciou. Porque o Dr Sérgio Mendes tinha fundado a TV Industrial, o Geraldo Mendes tocava a TV Industrial, o Dr Sérgio tinha morrido e o Gudesteu também. O Dr Sérgio batalhou muito aqui em Juiz de Fora para ser ele o indicado pra ter a TV. Batalhou contra a Globo, batalhou contra todo mundo e conseguiu, com a força dele. Então houve um pouco de vaidade, e um pouco assim de... como é que eu vou dizer... foi pensado alguma coisa pra não vender pra gente de Juiz de Fora. (SAMPAIO, 2009).

Marilda Ladeira, por sua vez, participou, por meio de sua agência, a Prevendo, de uma negociação para que a TV Industrial adquirisse outras emissoras e começasse a montar sua própria rede:

Começou-se a discutir uma chance de se adquirir em São Paulo, a TV Capital. As Rádio e TV Capital estavam em baixa e estavam sendo postas à venda, vamos dizer assim Não sei se era um pouco de ilusão, se a gente teria estrutura, vamos dizer assim, pra manter essa TV, a Rádio e TV Capital aqui, pra manter a estrutura que poderia ser... Acho que era um pouco de sonho. A coisa foi feita na surdina, né? Vamos dizer por trás dos panos, foi fechado o negócio com a Globo... a Dona Dolores, parece que foi ela que fechou o negócio com a TV Globo, a TV Globo, então, incorporou a TV Industrial. (LADEIRA, 2009b)

A passagem de TV Industrial para TV Globo Juiz de Fora é significativa para a percepção do confronto de dois modelos identitários distintos de televisão. Saía de cena a mídia local, calcada nos valores da proximidade e representação da localidade; entrava em campo o discurso da integração nacional, modernizador e centralizado em um ponto de referência, o Rio de Janeiro.

Acreditamos que o carioquismo da Rede Globo tenha sido importante fator para que os juizforanos recebessem bem a mudança. A criação da TV Globo Juiz de Fora era mais uma oportunidade histórica de a cidade se aproximar culturalmente da ex-capital administrativa, tida na época como capital cultural do País. Além do mais, no final da década de 70, a Rede Globo já era hegemônica em todo o Brasil, o que incluía Juiz de Fora, apesar da inexistência de emissora filiada ou afiliada local.

Assim, mesmo com o senso comum firmado acerca da perda de um espaço local de mídia e das relações afetivas de profissionais envolvidos, Geraldo Mendes salientava, em 1985, que não houve contestação por parte do público teleaudiente ou da opinião pública:

Foi uma reação muito pacífica, alguns assumiam ares de certa satisfação com a participação da TV Globo na vida de Juiz de Fora. Pura ilusão: a Globo nunca foi parte de Minas ou do Brasil; é uma emissora feita exclusivamente no sentido de explorar o serviço público em todos os seus aspectos. (MENDES *apud* CABRAL, 1985, p. 29).

Houve duas mudanças substanciais. Primeiro, a drástica diminuição do tempo de exibição de programação local. Das várias horas e diversidade de formatos apresentados pela TV Industrial, passou-se a poucos minutos de conteúdo telejornalístico veiculado pela TV Globo – de acordo com Musse (2008b, p.226), em 1984, por exemplo, eram cerca de 13 minutos diários, de segunda a sexta. Segundo, deixava de atuar na cidade uma emissora cuja identidade fora construída na base de traços identitários distintivos revelados pela própria cidade, esforçando-se para se afirmar como emissora local, como TV juizforana, autoproclamada fiel representante da comunidade de Juiz de Fora.

5 CONCLUSÃO

Se considerarmos que a trajetória da TV Industrial está alinhada, historicamente, ao período em que a televisão atinge o *status* de mídia hegemônica no cotidiano social de todo o País, será fato incontestado sua relevância como mediadora dos habitantes de Juiz de Fora. Portanto, o conteúdo por ela veiculado, a relação estabelecida com seus telespectadores, os espaços físico e emotivo por ela ocupados são elementos destacados nas dinâmicas de representação da sociedade de Juiz de Fora, bem como de construção do sentido de identidade juizforana.

Assim, destacamos três dimensões de significação exercidas pela TV Industrial. Em primeiro lugar, a *televisual*, a pronta identificação da fisionomia dos apresentadores de programas da TV e da imagem do prédio da emissora na paisagem urbana de Juiz de Fora. Esta dimensão diz respeito ao reconhecimento empírico da existência da TV, através de suas manifestações físicas, sensíveis. Suscita o entendimento objetivo daquilo que é visto pelo cidadão juizforano em uma representação; remete à região de fachada, tal como demonstrou Goffman (1989).

Em segundo, a *televisiva*, mediante identificação e projeção com referência a apresentadores e artistas da TV, em função tanto de seu envolvimento com entidades locais quanto sua significativa representatividade e, ainda, a percepção da emissora como instituição presente e atuante na sociedade juizforana, promotora de lazer e entretenimento, por exemplo, no espaço delimitado por seu auditório. Os responsáveis pela TV Industrial – empresários, produtores, diretores, apresentadores e demais membros do *cast* artístico – residiam em Juiz de Fora, atuando no espaço social da cidade.

Em terceiro, a *televisível*, designativa do sentimento de empatia pelo que, intermediado por apresentadores, era dado a “ver pela televisão”. Esta dimensão alude ainda ao conteúdo veiculado, às imagens, aos textos, às falas improvisadas, à música e às atrações que compunham a programação. Nesse sentido, refere-se às escolhas que determinaram o perfil da programação e ao modo como eram tratados, editados e formatados os conteúdos. Em última análise, é a dimensão conclusiva da *mediação*.

Outro aspecto também suscita uma análise de natureza tripártide: o modo pelo qual a TV Industrial utilizava dos atributos da juizdeforaneidade. Primeiramente, na evocação de tais elementos, a fim de constituir sua identidade como emissora de TV e afirmar-se institucionalmente como veículo local. Depois, na representação da identidade da cidade, através da programação da TV que dá visibilidade aos sujeitos, aos lugares e aos assuntos juizforanos. Por fim, na adesão dos telespectadores quando de sua identificação ao canal e à representação oferecida pela programação. Nesta Dissertação privilegiamos os relatos e a visão dos comunicadores acerca da audiência obtida pela emissora, uma vez que, para medirmos a adesão e a identificação sob o ponto de vista dos telespectadores, dependeríamos de um estudo de recepção.

A afirmação da identidade juizforana da TV Industrial, nos três modos apontados acima, é consequência da maneira como a emissora se inseria no contexto social da cidade; resulta também da elaboração, do desenvolvimento e da sustentação promovidos por seus proprietários e comunicadores. O nome Industrial, herdado da Rádio de mesmo nome, não foi escolhido pela família Mendes. Os Mendes o acolheram porque *industrial* remete à memória do desenvolvimento fabril e ao codinome de “Manchester Mineira”, atribuído à cidade em função de sua pujança econômica, calcada no desempenho do setor manufatureiro no início do século XX. À luz do processo de socialização descrito por Berger e Luckmann (2007), inferimos que a identidade industrial foi interiorizada pela emissora.

ra e exteriorizada formalmente pelo nome de seu mascote, o Zé Marmita. Ser industrial significa para a TV “produzir riquezas”; trabalhar incessantemente, como em uma linha de produção; ser o espaço cotidiano do operário, o sujeito de vida simples, mas honrada, pela dedicação ao seu ofício, tal como representa o Zé Marmita. A emissora apresentava-se como popular, dirigindo-se à classe proletária e a recebendo em seus programas de auditório.

Próxima à identidade *industrial* está a identidade *pioneira*. Proprietários e comunicadores se empenham frequentemente em valorizar o que consideram grandes feitos, chegando mesmo à auto-congratulação por seu pioneirismo. Para tanto, promovem enquadramentos de memória capazes de especificar traços de pioneirismo nas mais diversas ações. É por isso que se destaca a torre helicoidal da TV como sendo a primeira desta espécie na América do Sul. Da mesma forma, consagrou-se no imaginário da cidade a ideia de que a TV Industrial foi a primeira emissora geradora a entrar em operação em uma cidade do interior do Brasil. É para afirmar o pioneirismo que memórias circulantes decretam que o “Camisa 10” foi o primeiro programa no estilo mesa-redonda contando com torcedores da televisão brasileira. Hoje, são assertivas da categoria da memória; mas, nos anos 60 e 70, constituíam argumentos viáveis para uma ratificação da identidade destacada por essa emissora de televisão.

Junto ao pioneirismo, a emissora evoca, como juizdeforaneidade, as identidades *progressista* e *moderna*, evidentes, por exemplo, nos traços da sede e nos relatos do esforço hercúleo feito para a conquista da concessão e para a viabilização do funcionamento da TV. Constitui-se uma trajetória épica, que possibilita considerá-la como mito fundador da emissora. Curiosamente, nesse caso, notamos o fortalecimento da identidade em sentido contrário, uma vez que o fato de a TV Industrial existir é explorado como fator das identidades *progressista* e *moderna* da cidade.

Para representar a juizdeforaneidade, é necessário cultivar traços de “carioquice”, de reprodução dos padrões culturais correntes no Rio de Janeiro. Isso se manifestou na TV Industrial pela presença frequente no auditório de animadores e artistas cariocas e, com muita intensidade, pela estruturação de uma cobertura esportiva que contemplava clubes cariocas. A TV Industrial incorpora, como traço identitário de Juiz de Fora, o gosto do público juizforano pelo futebol carioca, admiração e mesmo veneração a artistas do Rio de Janeiro, em correspondência do desejo de se aproximar da “capital cultural” do País, à época. A emissora exterioriza esses elementos em sua programação, representando-os em diversos programas, oferecendo-os ao telespectador como âncoras de identificação. Além disso, veicular conteúdo identificado com o Rio de Janeiro significava uma tentativa de aproximação a padrões estéticos e técnicos praticados no grande centro, numa tentativa de dotar a TV Industrial do *status* de emissora de televisão de primeira linha, digna da modernidade e do progressismo que se esperava encontrar em Juiz de Fora. Segundo certa lógica da construção de identidade pelo estabelecimento da diferença (WOODWARD, 2000; SILVA, 2000), tudo se passou como se a produção da TV Industrial se esforçasse para parecer e mesmo vir a se confundir a uma emissora carioca.

No entanto, de maneira geral, no intento de se afirmar local, o que proprietários e comunicadores da TV Industrial verbalizam parece contrariar esta intenção. Segundo os depoimentos gravados, o intuito principal era mostrar a cidade, seus assuntos correntes e seus habitantes, pondo em debate questões referentes ao dia a dia e aos destinos de Juiz de Fora. Nesse sentido, a construção identitária da emissora balizava-se pela demarcação da diferença entre a “TV da cidade” e a “TV de fora da cidade”. Segundo nosso levantamento, o jornalismo da TV Industrial era o setor que melhor suportava esse processo. Apesar de carente na captação e exibição de imagens em vídeo, os entrevistados indicam que o con-

teúdo telejornalístico produzido pela equipe da TV Industrial privilegiava pautas claramente identificadas como locais, por exprimir as singularidades da cidade de Juiz de Fora.

Isso configura uma forma efetivamente nova de os habitantes juizforanos se relacionarem com seu espaço urbano. Com a constituição de uma programação predominantemente local, o telespectador de Juiz de Fora passou a ver sua comunidade representada em áudio e vídeo, chegando ao interior do seu lar e à sua vida cotidiana, diariamente, na tela da TV. Isso também significava que a cidade passava a “existir” no ambiente televisivo, já que, até então, na vida social juizforana, o espaço público local midiaticado estava restrito a impressos, ao rádio e a cinejornais³⁰.

Além disso, ao consolidar-se como único espaço televisivo local por um período de dezesseis anos, a TV Industrial exerceu solitariamente o papel do “espelho” da sociedade apontado por Wolton (1996), ou seja, reflexo do cotidiano que poderia ser vivenciado pelo juizforano nos espaços da cidade real. Sintonizando o aparelho de TV na sala de suas casas, os juizforanos viam imagens, pessoas e situações reconhecíveis, muitas vezes constatáveis em distintos lugares de Juiz de Fora, tais como a Rua Halfeld, o ponto mais central e um dos mais frequentados pelos juizforanos. Imagens, sons e falas veiculados pela TV Industrial forneciam conceitos e ofereciam elementos para uma definição (ainda que transitória) da identidade e da constituição do imaginário da cidade de Juiz de Fora.

³⁰ Mais uma vez ressaltamos aqui as transmissões experimentais realizadas pela TV Mariano Procópio, com a produção de pequeno conteúdo local.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Benedict. **Nação e consciência nacional**. Trad. Lólio Lourenço de Oliveira. São Paulo: Ed. Ática, 1989.
- ANKERKRONE, Elmo Francfort. **Seu Olavo, o gênio da televisão**. São Paulo, 2001. Disponível em <<http://www.sampaonline.com.br/colunas/elmo/coluna2001ago03.htm>>. Acesso em 3 jan. 2007.
- BARA, Sérgio Gattás; PEQUENO, Isabel Barroca Alves. **Os anos dourados do rádio em Juiz de Fora**. 1993. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 1993.
- BARROS, Cleyton Souza. **Eletricidade em Juiz de Fora: modernização por fios e trilhos (1889-1915)**. 2008. Dissertação (Mestrado em História) Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2005.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 27 ed. Trad. Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. Trad. Carlos Felipe Moisés, Ana Maria L. Ioriatti. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CABRAL, Luciano Neiva. **TV Industrial: um resgate histórico**. 1985. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 1985.
- CALDERANO, Mônica de Azevedo; BOTELHO, Cid . A instalação da Mercedes-Benz em Juiz de Fora: a história contada pela Tribuna de Minas. **Heera** - Revista de História Econômica e Economia Regional Aplicada, v. 2, p. artigo4, 2008.

CAMILO, Bruno Soares; BRUM, José Eduardo da Costa Pereira. **A história do Camisa 10 – um campeão de audiência**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** – a era da informação: economia, sociedade e cultura – volume I. Trad. Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CID, Wilson. Wilson Cid: depoimento. In: MUSSE, Christina; RODRIGUES, Cristiano. **Cidades Possíveis**. Juiz de Fora, 2009. DVD.

CONTAVA Sérgio Mendes, às suas netas, a história do menino Anacleto. Texto fornecido por Cristina Villela Mendes e Dolores Villela Mendes. Juiz de Fora, 198?. 4 p.

COSTA, Ivan. **Ivan Costa**: depoimento [nov. 2009]. Entrevistador: Rodrigo Lobão. Juiz de Fora, 2009. Uma fita Mini-DV (60 min): estéreo.

COUTINHO, Iluska. (coord.) **Um olhar sobre a comunicação regional**: reflexões sobre a história da mídia em Juiz de Fora. Grupo de Pesquisa Comunicação, Identidade e Cidadania/ CNPq-UFJF, 2005. (mimeo).

DELGADO, Alexandre Miranda. A identificação do Juiz de Fora. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico de Juiz de Fora**. Juiz de Fora, ano 2, número 2, 1966. Disponível em «<http://www.ihgif.com.br/rev2-17.htm>». Acesso em 29 de março de 2010.

DILLY, Roberto. **Biografia do comendador Henrique Halfeld**. Juiz de Fora, 2006. Disponível em «<http://www.sgai.pjf.mg.gov.br/premios/biografia.php>». Acesso em 2 jan. 2007.

DÓRIS Monteiro. In: INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN. **Dicionário Cravo Albin da Música da Música Popular Brasileira** [on line]. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em «<http://www.dicionariomb.com.br/doris-monteiro/biografia>». Acesso em 1 jun. 2010.

ENFIM um presidente que deu certo: um balanço da Presidência Itamar e a busca de um veredicto sobre ela, por trás do nevoeiro e do topete. Revista **Veja**, 16 de novembro de 1994. disponível em «http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_16111994.shtml». Acesso em 5 jun. 2009.

ENNE, Ana Lucia S. Memória, identidade e imprensa em uma perspectiva relacional. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos (Unisinos). Unisinos, vol. 2: 101-116, jul - dez 2004.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da Comunicação: Rádio e TV no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1982.

GAIO, Regina. **Regina Gaio**: depoimento [nov. 2009]. Entrevistadores: Frederico Belcavello e Rodrigo Lobão. Juiz de Fora, 2009. Uma fita Mini-DV (60 min): estéreo.

GIDDENS, Anthony. **As Consequências da Modernidade**. Trad. Raul Fiker. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.

GIROLETTI, Domingos. **Industrialização de Juiz de Fora: 1850 a 1930**. Juiz de Fora, Universidade Federal de Juiz de Fora, 1988.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiano**. 4. ed. Trad. Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis: Vozes, 1989.

HAGUETTE, Tereza Maria Frota. História Oral, História de Vida e Entrevista. In: HAGUETTE, Tereza Maria Frota. **Métodos qualitativos na sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1990.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 4ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HARVEY, David. **A Condição Pós-moderna**. Trad. Adail Ubirajara Sobral, Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa 3.0**. Rio de Janeiro, Objetiva, 2009. CD-ROM.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Juiz de Fora – MG. In **IBGE-Cidades@**. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais. 2009. Disponível em: «<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=313670>». Acesso em 30 jan. 2010.

IDENTIDADE in HOUAISS, Antônio. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa 3.0**. Rio de Janeiro, Objetiva, 2009. CD-ROM.

INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN. **Dicionário Cravo Albin da Música da Música Popular Brasileira** [on line]. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em «<http://www.dicionariompb.com.br>». Acesso em 1 jun. 2010.

JUIZ. in **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa** [em linha], 2009, «<http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx?pal=juiz>» [consultado em 29-01-2010].

JUIZ. in **Michaelis – Moderno Dicionário da Língua Portuguesa** [on line], São Paulo, Melhoramentos, 2009. Disponível em «<http://michaelis.uol.com.br>». Acesso em 28 jan. 2010.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Trad. Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KLÔH JÚNIOR, Carlos Eduardo. **A Estrutura Comercial de Juiz de Fora (1888-1930)**. 2008. Dissertação (Mestrado em História) Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2008.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. **A primeira emissora de TV do interior da América Latina**. Revista Facom, São Paulo, v. 14, p. 69-76, 1.sem.2005.

LADEIRA, Marilda. **Marilda Ladeira**: depoimento [nov. 2009]. Entrevistadores: Frederico Belcavello e Rodrigo Lobão. Juiz de Fora, 2009. Uma fita Mini-DV (60 min): estéreo.

LADEIRA, Marilda. Marilda Ladeira: depoimento. In: MUSSE, Christina; RODRIGUES, Cristiano. **Cidades Possíveis**. Juiz de Fora, 2009b. DVD.

LUZ, Natálio. **Natálio Luz (Natale Chianello)**: depoimento [nov. 2009]. Entrevistadores: Frederico Belcavello e Rodrigo Lobão. Juiz de Fora, 2009. Uma fita Mini-DV (60 min): estéreo.

LUZ, Natálio. Natálio Luz (Natale Chianello): depoimento. *In*: MUSSE, Christina; RODRIGUES, Cristiano. **Cidades Possíveis**. Juiz de Fora, 2009b. DVD.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão no Brasil**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Um Perfil da TV Brasileira**: 40 anos de história - 1950/1990. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda/ Capítulo Bahia: A Tarde, 1990.

MEDEIROS, Adriano. **Cinejornalismo brasileiro**: uma visão pelas lentes da Carriço Film. 1. ed. Juiz de Fora: Funalfa, 2008. v. 01. 188 p.

MENDES, Cristina. Cristina Mendes: depoimento. *In*: MUSSE, Christina; RODRIGUES, Cristiano. **Cidades Possíveis**. Juiz de Fora, 2009b. DVD.

MENDES, Geraldo. **Dados sobre a TV Industrial**. Juiz de Fora, 1982. (mimeo).

MENDES, Geraldo. **Geraldo Mendes**: depoimento [nov. 2009]. Entrevistadores: Frederico Belcavello e Rodrigo Lobão. Juiz de Fora, 2009. Uma fita Mini-DV (60 min): estéreo.

MICHAELIS. **Moderno Dicionário da Língua Portuguesa**. São Paulo, Melhoramentos, 2009. Disponível em «<http://michaelis.uol.com.br>». Acesso em 28 jan. 2010.

MONACHESI, Walter. **Walter Monachesi**: depoimento [fev. 2010]. Entrevistadores: Frederico Belcavello e Rodrigo Lobão. Juiz de Fora, 2010. Uma fita Mini-DV (60 min): estéreo.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e técnica. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

MUSSE, Christina Ferraz. **Imprensa, cultura e imaginário urbano**: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora. 2006. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, Rio de Janeiro, 2006.

_____. **Imprensa, cultura e imaginário urbano**: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora. 1. ed. São Paulo: Nankin; Juiz de Fora, MG: Funalfa, 2008a.

_____. **Telejornalismo e imaginário urbano: a cidade na TV**. Revista do NP de Comunicação Audiovisual da Intercom, São Paulo, v.1, n.2, p.217-233, ago/dez 2008b.

MUSSE, Christina; RODRIGUES, Cristiano. **Cidades Possíveis**. Juiz de Fora, 2009. DVD.

O LINCE. Juiz de Fora, 1963-1979.

_____. TV-Industrial nos vídeos da região. **O Lince**, Juiz de Fora, p.20, ago. 1964.

_____. O rádio em JF. **O Lince**. Juiz de Fora, n.1507, p.6-11, mar./abr. 1976.

OLIVEIRA, Livia Fernandes de. **TV Mariano Procópio**: representação e pioneirismo na história audiovisual de Juiz de Fora. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Juiz de Fora, 1. sem. 2007.

_____. **TV Mariano Procópio**: representação e pioneirismo na história audiovisual de Juiz de Fora. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

_____. **TV Mariano Procópio e Identidade juizforana**: A construção do mito do pioneirismo nas páginas do Diário Mercantil e do Diário da Tarde. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2010.

OLIVEIRA, Paulino de. **História de Juiz de Fora**. 2. ed. Juiz de Fora, Gráfica Comércio e Indústria Ltda, 1966.

_____. A Imprensa em Juiz de Fora antes de 1930. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico de Juiz de Fora**. Juiz de Fora, ano 2, número 2, 1966. Disponível em <<http://www.ihgjf.com.br/rev2-20.htm>>. Acesso em 29 de março de 2010.

PEREIRA, Mabel Salgado. **100 anos – 1º Cristo Redentor do Brasil**: tradição e reinvenção católica. 1. ed. Juiz de Fora: Editar, 2006. v. 1000. 92 p.

PERUZZO, Cicília. **Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil**. In: Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2006. Vol. 4. No. 1. ISSN: 1807-9474.

PRIBERAM. **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa** [em linha]. , 2009, disponível em: «<http://www.priberam.pt>». Acesso em 28 de jan. 2010.

POLLAK, Michael. Memória, Esquecimento e Silêncio. In: **Estudos históricos**. Rio de janeiro, vol. 2, n. 3, 1989. p.3-15.

_____. Memória e Identidade Social. In: **Estudos históricos**. Rio de janeiro, vol. 5, n. 10, 1992. p.200-212.

PRINS, Gwyn. História oral. In: BURKE, Peter. **A escrita da história**: novas perspectivas. 2. ed. São Paulo: Unesp, 1992.

RIANI, Clodesmidt. **Clodesmidt Riani**: depoimento [fev. 2010]. Entrevistadores: Frederico Belcavello e Rodrigo Lobão. Juiz de Fora, 2010. Uma fita Mini-DV (60 min): estéreo.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; BARBOSA, Marialva. Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional. **Comunicação & Sociedade**, v.28, n.47, p.99-114, 2007.

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo** – história da imprensa esportiva no Brasil. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

ROCCO, Maria Thereza Fraga. As palavras na TV: um exercício autoritário? In: NOVAES, Adauto (org). **Rede imaginária**: televisão e democracia. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

RODRIGUES, Flávio Lins. **Identidade Regional nas Vinhetas dos Telejornais**: uma análise da representação visual na TV Panorama. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Globalização, Mídia e Cidadania) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Juiz de Fora, 2006.

_____. **TV Mariano Procópio: “Cariocas-do-brejo”** entrando no ar. In: VI Congresso Nacional de História da Mídia, 2008, Niterói. VI Congresso Nacional de História da Mídia - 200 anos de mídia no Brasil - Historiografia e tendências. Niterói: Intercom, 2008.

_____. **TV Mariano Procópio: Cariocas do brejo** entrando no ar. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação / Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2010.

SAMPAIO, Carlos. **Carlos Sampaio**: depoimento [out. 2009]. Entrevistadores: Frederico Belcavello e Rodrigo Lobão. Juiz de Fora, 2009. Uma fita Mini-DV (60 min): estéreo.

SAMPAIO, Mario Ferraz. **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Editora Achiamé, 1984.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 4ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da Fala**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. **Televisão e Psicanálise**. 2.ed. São Paulo: Ática, 2000.

TAVARES. **Geraldo Magela Tavares**: depoimento [nov. 2009]. Entrevistadores: Frederico Belcavello e Rodrigo Lobão. Juiz de Fora, 2009. Uma fita Mini-DV (60 min): estéreo.

TAVARES, Geraldo Magela. **Geraldo Magela Tavares**: depoimento. In: MUSSE, Christina; RODRIGUES, Cristiano. **Cidades Possíveis**. Juiz de Fora, 2009b. DVD.

TAVARES, Geraldo Magela. **Geraldo Magela Tavares**: depoimento [jul. 2009]. Entrevistador: Frederico Belcavello. Juiz de Fora, 2009c. Uma fita cassete (90 min): estéreo.

TRINTA, Aluizio Ramos. Identidade, identificação e projeção: telenovela e papéis sociais. In: COUTINHO, Iluska; SILVEIRA JR., Potiguara Mendes da (org.). **Comunicação: tecnologia e identidade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. **Televisão e identidade cultural**. 12 de mar. - 02 de jul. de 2007. Juiz de Fora: PPGCOM/UFJF, 2007b. Notas de aula.

_____. Televisão e formações identitárias no Brasil. *In*: LAHNI, Cláudia Regina; PINHEIRO, Marta de Araújo (org.). **Sociedade e comunicação**: perspectivas contemporâneas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

VARANDAS, Rogério. **Alceu Nunes da Fonseca**. Barbacena, 2004. Disponível em: <http://www.varandasbarbacena.com.br/radialistas/alceu_nunes.html>. Acesso em 19 de janeiro de 2010.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 2006.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In*: SILVA, Tomaz Tadeu da (org); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 4ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2000.