

A representação da identidade juizforana na TV Industrial¹

Frederico BELCAVELLO²

Resumo

A TV Industrial foi uma emissora de televisão que 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 com programação local. Assim, o objetivo desta comunicação é discutir o lugar ocupado pela emissora nos processos de representação da identidade juizforana na televisão, considerando a relevância da mídia televisiva para a construção de discursos sobre o espaço urbano. O estudo bibliográfico que baliza estas reflexões recorre a autores como Zygmunt Bauman, Stuart Hall e Dominique Wolton para tratar da discussão sobre a construção de identidades na contemporaneidade, aliada aos processos de produção de sentido e representação na televisão, em especial no âmbito da comunicação local.

Palavras-chave: Televisão; História da Televisão; Mídia Local; Identidade.

1. A televisão como espaço de representação e construção de identidades

A organização social do mundo, desde o início do século XX, vem atribuindo aos meios de comunicação papel de primazia no que se refere à produção de significados acerca da vida pública da humanidade. Constata-se 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, inscritos na ideia da opinião pública. Esta lógica estabeleceu-se tendo o jornal – ainda antes do século XX – como principal mídia, mas ao longo dos anos, descobriu e se rendeu aos meios eletrônicos de comunicação. O rádio, primeiro, e, sobretudo, a televisão, potencializaram drasticamente o sistema de mídia de massa e alçaram os meios de comunicação ao patamar de protagonistas na produção social de sentido.

¹ Trabalho apresentado no GT de História das Mídias Visual e Audiovisual do VII Encontro Nacional de História Mídia.

² Mestrando em Comunicação e Sociedade pela Facom-UFJF, Juiz de Fora - MG; Professor do Curso de Comunicação do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, da Graduação em Comunicação Social e da Pós-graduação Lato Sensu Televisão, Cinema e Mídias Digitais da Faculdade de Comunicação – UFJF.



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).

Se considerarmos, então, a relevância alcançada pela televisão no cotidiano social, poucos anos após seu surgimento, é inevitável inferir-se que cada vez mais os processos de representação dos espaços sociais e construção de identidades se dariam em torno da relação entre telespectadores e TV. Dominique Wolton (2006) aponta a televisão como um dos principais laços sociais da sociedade individual de massa, por protagonizar a organização dos espaços simbólicos.

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).

Essa noção da televisão como “espelho da sociedade” é particularmente notabilizada no âmbito local, ou seja, na circunscrição das cidades, se levarmos em conta as características que reforçam o laço nesses limites sociais. Para Renato Ortiz, a intensidade do local estaria baseada na proximidade do lugar, na familiaridade e na diversidade (em oposição à padronização do modelo global) que se contrasta em relação ao distante. O local, por estar realmente presente em nossas vidas, é associado à ideia de autêntico (ORTIZ, 1999, p. 38 apud PERUZZO, 2006, p. 144). Assim, os elos estariam vinculados muito mais aos laços de identidades de interesses e de identidades simbólicas, do que à questão puramente territorial. Nesse sentido, Alain Bourdin (2001, p.17) destaca que não é possível “definir um objeto local e principalmente dar-lhe um contorno territorial preciso”. Assim, a necessidade do telespectador de referenciar-se estimula seu interesse pelo que está mais próximo, afeta mais palpavelmente sua vida e, portanto, produz identificação.



Particularmente, até os grandes meios de comunicação de massa, que historicamente sempre deram mais atenção às comunicações de longa distância e aos temas de interesse nacional ou internacional, passam a regionalizar parte de seus conteúdos. Por que ocorre esse novo interesse pelo local? Justamente pela percepção de que as pessoas também se interessam pelo que está mais próximo ou pelo que mais diretamente afeta as suas vidas e não apenas pelos grandes temas da política, da economia e assim por diante. Elas curtem as benesses trazidas pela globalização, mas não vivem só do global, que em última instância é uma abstração. Elas buscam suas raízes e demonstram interesse em valorizar as “coisas” da comunidade, o patrimônio histórico cultural local e querem saber dos acontecimentos que ocorrem ao seu redor. (PERUZZO, 2006, pp.145-146).

É fundamentando-se nestes pressupostos que se ergue e se mantém um canal de televisão com programação local.

Em Juiz de Fora essa noção começa a fazer sentido, em 1964, quando o sistema de mídia local expandiu seu roll de veículos, agregando ao conjunto formado por impressos e rádios um novo agente: a TV Industrial³. Tratava-se de 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 1964 a 1979, a Industrial manteve-se como único canal de televisão local na cidade, configurando-se, portanto, como um novo espaço de mediação das identidades juizforanas.

Pautada primordialmente pelos assuntos locais ou 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 seus programas, grade de programação e a visão de

³Antes 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 Livia Fernandes de Oliveira (2008) e Flávio Lins Rodrigues (2008). A emissora funcionou em caráter experimental entre 1959 e 1965, como afiliada à TV Tupi. No entanto, 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 (MUSSE, 2008b, p. 5). Terceiro, por, ao entrar em operação, ter permanecido no ar por 16 anos, ultrapassando assim o caráter experimental.

Cabe também ressaltar a contribuição para o sistema de mídia juizforano dos cinejornais produzidos pela Carriço Film, entre os anos de 1933 e 1956, exibidos em salas de cinema antes das sessões de filmes (ROCHA, 2008).

seus comunicadores e suas estratégias de comunicação configuram-se relevantes objetos de investigação sobre a produção de sentidos e a representação de identidades no escopo da mídia juizforana. Reforça 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.

2. Identidades, representação e memória

A abordagem que propomos para analisar a relevância e o papel desempenhado pela TV Industrial na representação e na construção da identidade juizforana através da televisão fundamenta-se, sobretudo, no conceito de *identidade*. E, para chegarmos ao entendimento das reflexões que dizem respeito ao processo de construção de identidades e sua relação com os processos de *representação*, *identificação* e *memória*, podemos tomar como base uma abordagem *construcionista* da produção de sentidos e significados. Isso implica 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). Isso significa, também, perceber a identidade como um processo social.

Todo processo social é tomado para dentro da consciência individual, o que significa a *interiorização*, “a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objetivo como dotado de sentido” (BERGER; LUCKMANN, 2007, p. 174). A *identificação* é pressuposto para que haja interiorização e é pela realização da interiorização que um indivíduo se torna membro efetivo de uma sociedade.

O século XX, especialmente a partir do período pós-segunda guerra mundial, corresponde a uma fração da história marcada por reconfigurações das relações de espaço e de tempo que vão impelir os indivíduos à busca dessa inserção social por meio da identificação, em uma intensidade jamais experimentada, valendo-se, inclusive da televisão.



Zygmunt Bauman (2005) chama a atenção para a emergência, nesse tempo, de uma “crise de pertencimento” que incita o sujeito em direção à busca pela(s) identidade(s), o que inclui a determinação de seu espaço, sua comunidade e seu lugar na sociedade. Na verdade, a visão construcionista da identidade aponta para uma busca constante pelo pertencimento.

[...] a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada” [...] em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação, e vê-la como um processo em andamento. (HALL, 2002, pp. 38-39).

Daí depreendemos a relevância da atuação midiática no processo identificatório, dada sua característica de presença cotidiana na vida social, reforçando que “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, pp. 12-13).

Considerando ainda que a identidade “é definida historicamente” (HALL, 2002, p.13) devemos relacioná-la às categorias de *memória*. Ana Lúcia S. Enne apresenta como “afirmação já consensual” a premissa de que a construção de identidades e a memória possuem uma relação intrínseca (ENNE, 2004, p.102). A memória funciona como uma espécie de lugar de nutrição da identidade, uma vez que funda identidades coletivas – como é o caso das cidades e da noção de coletividade urbana – através de um registro memorial de representações, mitos históricos, crenças, ritos, heranças. (BARBOSA, 2005, p. 3-4).

No entanto, apesar de se referir ao universo do passado, a construção da memória 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.

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).



Dessa forma, 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.

No caso da TV Industrial de Juiz de Fora, tanto a constituição do canal como emissora eminentemente local quanto a representação que faz da cidade na sua programação são processos importantes de construção de identidade amparados nas categorias de memória. O nome Industrial é um exemplo explícito: remete ao imaginário da cidade de economia pujante, parque fabril desenvolvido e numerosa população operária, cujo auge foram os anos 1920. No entanto, em termos de índices econômicos efetivos, a atividade industrial e o destaque de Juiz de Fora neste segmento já estavam em declínio desde fins dos anos 1930 (MUSSE, 2008a, p.108-112). A identidade industrial baseava-se, portanto, na memória dos “tempos áureos”.

3. Juiz de Fora se vê na tela da TV

A trajetória da televisão em Juiz de Fora evoca outro cultuado traço identitário da cidade: o pioneirismo. Em 28 de setembro de 1948, o técnico em eletrônica, Olavo Bastos Freire colocou em serviço os equipamentos por ele montados para uma das primeiras experiências de transmissão pública televisiva da América Latina. A demonstração se deu com equipamentos instalados em dois pontos do centro da cidade: no primeiro andar do Edifício Clube Juiz de Fora, na Avenida Rio Branco, e na Casa do Rádio, que ficava na Avenida Getúlio Vargas, onde convidados assistiram a cenas captadas 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 e o jogo de futebol entre Tupi e Bangu, em comemoração ao centenário de Juiz de Fora, em 1950.

Entretanto, as primeiras experiências juizforanas de consumo da televisão só se iniciaram 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 en-



tão conhecidas como estrelas do rádio nacional, chegam aos lares juizforanos, exibindo o sotaque e a identidade da capital federal.

Pouco depois, o desenvolvimento da televisão na cidade evoca, novamente, a identidade pioneira. Em 1964, é inaugurada em Juiz de Fora uma das primeiras⁴ emissoras geradoras a operar em cidade do interior do Brasil, a TV Industrial, fundada e administrada pelo empresário e advogado Sérgio Vieira Mendes e seus filhos Geraldo e Gudesteu.

A incursão da família no ramo da comunicação começou em 1954, quando Sérgio Mendes adquiriu, nos últimos dias do governo Getúlio Vargas, 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. Em 1956, os Mendes adquiriram também a Rádio Industrial⁵ e formaram a cadeia Dial (Difusora e Industrial) de rádio.

Em janeiro de 1963, após intensa disputa com outros grupos empresariais da cidade, a Rádio Industrial tornou-se detentora da concessão para estabelecer uma estação de televisão geradora de programas na cidade de Juiz de Fora. Um ano e meio depois, em 29 de julho de 1964, ao vivo, direto da sede construída no Morro do Imperador (popularmente conhecido como Morro do Cristo em função da imagem do Cristo Redentor lá edificada), a emissora fez sua primeira transmissão.

A 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 progra-

⁴ Apesar de se autointitular “A Pioneira” e afirmar-se como “a primeira emissora geradora do interior do Brasil”, há publicações que apontam a TV Modelo, de Bauru, como a “primeira emissora do interior da América Latina” (KNEIPP, 2005, p. 71.): 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.

Para a população juizforana, no entanto, o pioneirismo da Industrial continua cultuado, presente 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. É frequente 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 exemplo.

⁵ A Rádio Industrial havia sido inaugurada em 1949, pelo empresário Alceu Nunes Fonseca, e passou ainda pelas mãos do empresário Alonso Ascensão de Oliveira antes de ser comprada por Sérgio Vieira Mendes.

mação composta, principalmente, por programas de auditório, esportivos e noticiários, todos transmitidos ao vivo.

O principal esforço para marcar sua diferença em relação às emissoras cariocas que podiam ser sintonizadas em Juiz de Fora 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.

No entanto, a Industrial também operava em caminho inverso, esforçando-se para se indiferenciar das concorrentes, e se afirmar como canal de nível semelhante às TVs do Rio de Janeiro. Isso se manifestava com a busca pela reprodução de programas em formatos já consagrados nos canais cariocas – como acontecia na própria Rádio Industrial cuja programação buscava espelhar-se na Rádio Nacional, Mayrink Veiga, etc. A inspiração (e muitas vezes imitação) ficava ainda mais evidente na “importação” de astros e artistas do rádio e da TV carioca para participar e, muitas vezes, comandar os programas de auditório e de variedades, usando sua fama e notoriedade como atrativo de audiência e de público para o auditório. Também se enquadra nessa lógica a transmissão de jogos dos clubes cariocas – os preferidos na cidade –, ao vivo do Maracanã, acrescida pela cobertura esportiva e os debates sobre as atuações de Vasco, Botafogo, Flamengo e Fluminense. Havia ainda os contratos com distribuidoras de filmes, com os quais a grade era preenchida e chegava a totalizar 12 horas de programação diária. A Industrial costumava também investir na promoção de shows, concursos de danças e outros eventos, que eram gravados e posteriormente exibidos.

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 “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 animadores de auditório e, claro, as cores dos quatro grandes times de futebol do Rio de Janeiro.

Em contraponto, foram várias as estratégias utilizadas para dar ao canal o “sotaque juizforano”, utilizando-se de elementos que construíssem uma identidade juizforana e o 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 e, muitas vezes, resultado de improvisos, especialmente nos primeiros anos, como conta o radialista Geraldo Magela Tavares⁶:

Eu tenho a impressão de que foi muita coisa de improviso. Foi muita coisa de improviso e foi aquela vontade de ver ela [TV Industrial] entrar no ar, mesmo porque o Dr. Sérgio [Mendes, proprietário] tinha que botar a TV no ar urgente porque tinha medo de perder o canal, porque logo depois [de conseguir a concessão] veio a revolução [golpe militar de 1964] e ele era muito ligado ao Jango e outras pessoas da época que foram cassados, o Clodesmidt Riani, que acabaram sendo vitimados pela revolução, ele tinha medo de perder o canal, então ele correu, correu, correu, correu pra que ele pudesse botar a emissora no ar. Então não foram muito programadas as coisas não. (TAVARES, 2009).

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 primeiro programa *talk-show* da televisão brasileira foi em Juiz de Fora, produzido pelo Heitor Augusto. Tinha a minha direção e era apresentado pelo Rafael Jorge, do Raffa's [tradicional casa noturna de Juiz de Fora] [...] Esse programa levava cantor, cantora, empresários, médicos, todos que fossem nome iam nesse programa. Era sábado à noite. (TAVARES, 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” (MENDES, 1982) 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 da cidade.

⁶ Magela atuava no programa Resenha Esportiva, que tinha duas edições diárias – uma com conteúdo local e outra sobre o futebol carioca –, fazia comentário esportivo dentro do telejornal da emissora, participava do debate semanal dos domingos, chamado Camisa 10, e das transmissões esportivas, entre outras funções exercidas ao longo dos anos na emissora. O radialista também foi, ao lado de Walter Monachesi, apresentador da transmissão de inauguração da TV Industrial.

Nesse sentido, a participação do público na plateia dos programas de auditório consistia elemento fundamental na construção do laço emissora-telespectador; como destaca Geraldo Magela Tavares, comentando a festa e a transmissão de inauguração da emissora com a frase: “Todo mundo queria se ver na TV.” (TAVARES, 2009). 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, 2009).

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. Durante os anos 50 – mesmo antes da família Mendes assumir o controle da Rádio Industrial – as duas emissoras travaram intensa disputa por audiência, anunciantes e por representarem em Juiz de Fora modelos de rádios compatíveis com a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Para tanto, investiam na composição de elencos para radioteatro e novelas, orquestras, speakers etc.

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. “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).

Também a juizforaneidade dos comunicadores / apresentadores, seus históricos progressos de envolvimento com entidades locais e sua atuação na mídia local, sobretudo no rádio, eram importantes fatores de identificação com a cidade e, por conseguinte, com o público. O texto a seguir, publicado em um impresso da época, exemplifica a colocação em evidência e o peso dos comunicadores na apresentação dos programas:

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 exhibições de conjuntos musicais e artistas locais. (O LINCE, 1964, p.20).

A importância das “caras” dos programas também impactavam 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 esta acolhida dos espectadores.

Quando nós começamos a aparecer na TV, nós tínhamos dificuldade de descer a rua Halfeld [a 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 “coração” da rua Halfeld] Quando a gente descia pra ir pra lá⁷ [vindo da sede da TV que ficava no alto do Morro do Cristo] éramos parados minuto a minuto. (TAVARES, 2009).

Nos anos 1970, a TV Industrial começou a sofrer com o crescimento da TV Globo, que já se organizava como rede e buscava em todo o país a aquisição de emissoras afiliadas. Para sobreviver frente 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, com 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 Luiz⁸, que está no ar até hoje, e trazia o tape pra Juiz de Fora pra ser passado em Juiz de Fora.” (TAVARES, 2009).

Nesse ambiente de construção de redes, a Industrial resistiu até 1979⁹. As mortes do patriarca Sérgio Mendes, em março de 1978, e de seu filho e figura atuante no dia a dia da emissora Gudesteu Mendes, anos antes, em julho de 1976, aliadas às dificuldades financeiras enfrentadas pela emissora e o assédio da TV Globo para a sua aquisição puseram um ponto final na história da Industrial. A emissora foi adquirida pela Rede Globo, e tornou-se TV Glo-

⁷ 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.

⁸ Locutor esportivo, atualmente, no canal por assinatura Band Sports.

⁹ O fechamento oficial data de 29 de novembro de 1979.

bo Juiz de Fora, de propriedade da família Marinho, como parte de um projeto de conquista dos mercados do Sul de Minas e da Zona da Mata¹⁰.

Entretanto, mesmo com o senso comum sobre a perda de um espaço local de mídia e das relações afetivas de profissionais envolvidos, o empresário Geraldo Mendes destaca que não houve contestação da audiência 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. (CABRAL, 1985, p. 29).

4. Considerações finais

Se considerarmos que a trajetória da TV Industrial está alinhada historicamente com o período em que a televisão alcança extrema relevância no cotidiano social em todo o país, é fato inconteste que o conteúdo por ela veiculado e a relação estabelecida com seus telespectadores têm papel fundamental nos processos de representação dos espaços sociais de Juiz de Fora e de construção da identidade juizforana.

Ao apresentar-se como um canal de televisão essencialmente local, a Industrial buscava prioritariamente traços e marcas de juizdeforaneidade ou, pelo menos, considerava tais elementos ao compor a sua grade. Isso configura uma forma efetivamente nova dos 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 da sua vida cotidiana, diariamente, na tela da TV. Isso também significava que a cidade passava a ‘existir’ no ambiente televisivo, já que, até então, a vida social juizforana, o espaço público local midiaticado estava restrito aos impressos, ao rádio e aos cinejornais¹¹.

¹⁰ A TV Globo Juiz de Fora estreou em 14 de abril de 1980.

¹¹ Mais uma vez ressaltamos aqui as transmissões experimentais realizadas pela TV Mariano Procópio, com a produção de pequeno conteúdo local.

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, ou seja, um espelho de um cotidiano que poderia ser vivenciado pelo juizforano nos espaços da cidade real. Sintonizando o aparelho de TV na sala de suas casas, os juizforanos acabavam por deparar-se com imagens, pessoas e situações bastante reconhecíveis, muitas vezes presentes, realmente, na sua esquina – ou na Rua Halfeld... E, por isso, essas imagens e discursos veiculados forneciam conceitos e elementos para uma definição (ainda que transitória) da identidade e da constituição do imaginário da cidade.

5. Referências

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.

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional**. II Colóquio Brasil–Estados Unidos de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2005. 13 p.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução de 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.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Trad. Orlando dos Reis. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CABRAL, Luciano Neiva. **TV Industrial**: um resgate histórico. Projeto Experimental. Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Juiz de Fora, 1. sem. 1985.

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.

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).



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

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

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

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ 2002.

MAGALHÃES, Patrícia Rocha. **Os programas de auditório na TV industrial: História e memória.** 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.

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

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

MUSSE, Christina Ferraz. **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. 344p p.

_____. **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.

OLIVEIRA, Livia Fernandes de. **TV Mariano Procópio: representação e pioneirismo na história audiovisual de Juiz de Fora.** Projeto Experimental. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

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

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.

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



RODRIGUES, Flávio Lins. **Identidade Regional nas Vinhetas dos Telejornais**: uma análise da representação visual na TV Panorama. In: Intercom Sudeste, 2007, Juiz de Fora. Anais do Intercom Sudeste 2007, 2007.

_____. **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.

RODRIGUES, Ivan Dorneles. **O Pioneiro da Televisão Brasileira**. São Paulo, 2004. Disponível em « <http://www.qtcbrasil.com.br/historias/view.asp?id=29>». Acesso em 3 jan. 2007.

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.

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

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

