



## **“Capital da Televisão”: promessa de progresso ao público da TV Mariano Procópio, primeira emissora de Juiz de Fora<sup>1</sup>**

Lívia Fernandes de Oliveira<sup>2</sup>

Faculdade Santa Rita - FASAR / Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Iluska Coutinho<sup>3</sup>

### **Resumo**

Identificar como os relatos sobre a implantação da TV Mariano Procópio (Juiz de Fora/MG) influenciaram e/ou reforçaram a constituição de uma identidade(s) juizforana(s). Para isso, foram analisados os relatos dos periódicos da cidade a partir de uma pesquisa documental seguida de uma análise de conteúdo, tendo como proposta teórica o modelo de promessa proposto por François Jost (2004). O objetivo foi identificar quais foram as promessas realizadas pelos periódicos da atrair o público juiz-forano para a primeira emissora da cidade. Assim, compreendem-se os jornais da época como espaço legitimador de um discurso e como vestígios (BARBOSA, 2007) que ajudam a narrar a história audiovisual do interior do Brasil.

### **Palavras-chave**

Modelo de Promessa; TV Mariano Procópio; História da TV

O presente trabalho visa identificar de que maneiras os relatos sobre a implantação da TV Mariano Procópio (Juiz de Fora/MG) influenciaram e/ou reforçaram a constituição de uma identidade(s) juizforana(s). Para isso, foram analisados os relatos dos periódicos da cidade a partir da proposta de François Jost (2004) de modelo de promessa, com o objetivo de verificar como estes tornaram-se um espaço legitimador de um discurso que visava atrair o público da cidade para a telinha. Desta forma, compreende-se que os produtos culturais, sobretudo os audiovisuais, são também relevantes para a construção de opiniões, comportamentos e valores de uma determinada sociedade. A concepção que o indivíduo tem de si e da sociedade na qual ele está inserido é mediada na atualidade, principalmente, pelos discursos de representação.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012

<sup>2</sup> É jornalista e mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Tem experiência na área de assessoria de comunicação, em jornalismo e na área acadêmica (docência e pesquisa). Atualmente, trabalha como assessora de Comunicação da Faculdade Santa Rita (MG).

<sup>3</sup> É professora adjunto da Universidade Federal de Juiz de Fora, coordenadora do PPGCOM/UFJF e líder do grupo de pesquisa Telejornalismo, Imagem e Representação. Membro do Conselho Consultivo da Intercom (Representante Sudeste), é responsável por seu Grupo de Pesquisa em Telejornalismo. Integra o Conselho Científico da SBPJor e participa de sua Rede de Pesquisadores de Telejornalismo.



Em Juiz de Fora há uma narrativa de que a cidade tenha uma identidade marcada pelo pioneirismo, denominada por Christina Musse (2008) de “mito desenvolvimentista”. Essa visão da história começou em 1856, com a vinda de imigrantes alemães que chegaram à cidade para a construção da primeira estrada com características modernas do Brasil. Também são marcas simbólicas lembradas, o fato do município ter tido a primeira escola agrícola de Minas Gerais; a primeira usina hidrelétrica da América Latina, a primeira agência do Banco do Brasil e a primeira rádio do Estado, e, ainda, pela história da televisão na cidade. Assim, a narrativa construída é de que o município tem a capacidade de ser precursor em vários aspectos, de se constituir/ representar como uma cidade de vanguarda, principalmente em relação a outras cidades de Minas Gerais. Também há uma narrativa da cidade industrial, herança de um período no qual o município atraiu vários investimentos industriais, fazendo com que Juiz de Fora construísse um cognome de “Manchester Mineira”, alusão à cidade inglesa marcada pela vocação industrial. Esta denominação colocava Juiz de Fora em uma posição de progresso industrial e vanguarda; em 1938, a cidade tinha 169 indústrias. Outra narrativa identitária da cidade é a de “carioca do brejo”, apelido que faz alusão a proximidade geográfica e cultural da cidade com o Rio de Janeiro.

Para Tomaz Tadeu da Silva (2000), a identidade e a diferença têm uma relação de estreita dependência. Ambas são atos de criação lingüística. Elas precisam ser produzidas cultural e socialmente, são fabricadas no contexto de relações culturais e sociais. Assim, o estudo dos produtos culturais midiáticos pode elucidar a construção de uma identidade juiz-forana a partir da diferença em relação a outros municípios do estado.

Analisar as características particulares da história da televisão em Juiz de Fora é relevante para o estudo da narrativa de pioneirismo da cidade e para a história dos meios de comunicação no país, uma vez que a cidade foi considerada o primeiro município de interior da América Latina a ter uma emissora geradora de sinal televisivo<sup>4</sup>. Em geral, essa história começa a ser contada a partir do surgimento da TV Industrial, em 1964. No entanto, a descoberta do funcionamento da TV Mariano

---

<sup>4</sup> Juiz de Fora possui uma narrativa de ter sido a primeira cidade de interior da América Latina a ter uma emissora geradora de sinal televisivo. De acordo com Moraes (1994), a TV Mariano Procópio em Juiz de Fora e a TV Tupi Difusora em São José do Rio Preto foram estabelecidas em 1959, no entanto não há registros confirmados da primeira emissão da TV no interior paulista. Há uma controvérsia sobre o pioneirismo por causa do Canal 2 de Bauru, que teria sido inaugurada no final dos anos 50, mas de acordo com a pesquisadora Valquiria Kneipp esta é uma pesquisa ainda em andamento.



Procópio com emissões televisivas, anteriores as da TV Industrial, reforça a narrativa de pioneirismo do município.

A TV Mariano Procópio funcionou em Juiz de Fora nos primeiros anos da década de sessenta e integrava o grupo dos Diários Associados (DA) de Assis Chateaubriand, que possuía na cidade dois jornais impressos (o “Diário Mercantil” e o “Diário da Tarde”), e uma estação de rádio (“Rádio Sociedade”). Além da geração local de sinal de TV (fase experimental), a emissora ainda produziu um bloco de cinco minutos com notícias do município, veiculado no Jornal Tupi do Rio de Janeiro (FERNANDES, 2007; p.9)<sup>5</sup>.

De acordo com Marialva Barbosa (2007), a visualização do passado é possível por diversos caminhos, um deles é por procurar os indícios e os sinais que chegam ao presente. Isso porque, para a autora, não é possível recuperar o passado tal como ele se deu, mas a partir dos vestígios desse no presente pode-se interpretar este passado. Estes vestígios podem ser documentos, produções culturais ou entrevistas com personagens da época a ser estudada.

O fato de a TV Mariano ter sido implantada no início dos anos 1960, impediu que a pesquisa fosse desenvolvida a partir da análise das emissões da própria emissora, ou de seu material de arquivo. Assim, o estudo foi desenvolvido a partir dos vestígios deste passado ainda disponíveis no presente. Primeiro, foi desenvolvida uma análise documental dos jornais da cidade de 1956 a 1966, com o objetivo de criar o *corpus* do estudo e encontrar informações que ajudassem a contextualizar o início da televisão no município. A etapa seguinte envolveu a análise de conteúdo dos impressos selecionados a fim de verificar se e como as narrativas identitárias da cidade estavam presentes nos discursos produzidos a respeito da implantação da TV.

O estudo da história da mídia ajuda a compreender como os meios de comunicação de massa conquistaram um lugar relevante de significado cultural e social na sociedade contemporânea. A análise da história da televisão, e de seus vestígios em outras mídias, auxilia o entendimento sobre como as mensagens veiculadas por esse meio são as principais responsáveis pela construção do conhecimento da grande maioria da população, principalmente no Brasil.

Iluska Coutinho (2003) argumenta que a percepção e a apreensão do mundo para grande parte da população brasileira se dão principalmente por meio das

---

<sup>5</sup> Para mais informações sobre o funcionamento da emissora depois da fase experimental, ver LINS (2010)



transmissões televisivas. As mensagens televisivas integram a cultura da mídia (KELLNER, 2001) ao colocar à disposição do público imagens e figuras com as quais os indivíduos possam identificar-se. Assim, a televisão exerceria efeitos socializantes e culturais por meio de seus modelos, papéis e “posições de sujeito” que valorizam certas formas de comportamento no lugar de outras. Isso amplifica a relevância do estudo sobre a cultura da mídia para a compreensão de comportamentos e valores de determinada sociedade.

Neste sentido, investigar a história da televisão em Juiz de Fora, cidade pólo da Zona da Mata Mineira, é relevante para a compreensão de como o veículo conquistou a população do interior do Brasil. O estudo da TV Mariano Procópio propõe-se avaliar a mídia como uma fonte documental e como agente que intervém nos processos e episódios da história e na constituição da identidade de uma sociedade.

### **Televisão enquanto promessa de sociabilidade**

A importância da TV na contemporaneidade fez deste veículo um objeto para diversos estudos. Para François Jost (2004), as produções televisuais fazem referências a universos simbólicos, que o autor denomina de mundo. Segundo Jost, todo gênero televisivo é estabelecido sobre um mundo cujo grau de existência condiciona a adesão ou participação do telespectador. Os mundos referenciais da televisão, de acordo com o autor, são: mundo real, mundo ficcional e mundo lúdico.

O mundo real é constituído por signos que fazem referência ao mundo dos telespectadores, no lugar de quimeras. Os gêneros televisivos desse mundo visam fornecer conhecimentos sobre os acontecimentos mundiais, tem um caráter de “verdade verificável”, sua autenticidade é construída, muitas vezes, por meio de transmissões ao vivo. Exemplo desse tipo de transmissões são jornais televisivos, reportagens e documentários (JOST, 2004, p. 36).

O mundo da ficção por sua vez seria fundado por signos que fazem referência a um universo imaginário. Ainda que suas produções tenham uma semelhança com o “mundo real”, o autor é livre para inventar os desfechos de suas criações. No entanto, o telespectador exige uma coerência do universo criado com os postulados e as propriedades que o fundam. Entre as produções do mundo ficcional estão as telenovelas, filmes e seriados.

Já no mundo lúdico o signo refere-se a si próprio. Entre as atividades lúdicas



estão os jogos, que Jost (2004, p. 39) classifica em *Ilinx*, cujas atividades visam inicialmente ao prazer e divertimento, jogos fundados nas sensações de vertigens; *Alea*, jogos fundados numa decisão que não depende do jogador, como todos os jogos de sorte; *Agôn*, jogos que se localizam na competição seja ela coletiva ou individual; e o *Mimicry*, jogos em que o jogador simula um personagem sem vontade de enganar o telespectador. Os jogos não formam uma categoria homogênea, alguns imitam a realidade e outros são marcados pela ficção.

Apesar destas classificações de mundo, Jost observa que a comunicação televisual é um processo dinâmico e incerto, de maneira que nenhuma emissão pode ser classificada como “pura”, pertencendo seguramente a este ou àquele mundo, pois há hibridismos. Para o autor, os mundos da televisão compõem um terreno comum que atribui sentido aos gêneros televisuais e permite a comunicação entre emissoras, programadores, mediadores e telespectadores.

Ao trabalhar o que é comunicação televisual, François Jost (2004) propõe um modelo de promessa que marcaria a relação emissor/receptor. O autor contrapõe o modelo de promessa ao de contrato. Este último é definido como um acordo no qual o emissor e receptor reconhecem que se comunicam e o fazem por razões compartilhadas. Segundo Jost, há três perspectivas de contrato, a semiótica, em que a noção de contrato é interna ao texto (imagens e palavras), este constrói em seu interior uma relação virtual entre quem fala e quem recebe a mensagem; a de análise do discurso, em que a noção de contrato é inerente ao ato comunicativo, o contrato é definido pelos próprios elementos envolvidos no processo discursivo, (no caso de produções televisivas haveria um duplo contrato o de credibilidade e o de captação, pautados pelo interesse do emissor); e o sociológico, em que há um vínculo entre os programas de televisão e seu público, este vínculo é estabelecido pelo tipo de programa.

A crítica ao modelo de contrato está no fato deste construir um ponto de vista restrito ao emissor, em que a idéia de contrato midiático se baseia num modelo inseparável do objeto. Para Jost, a idéia de contrato ignora o passado de um conceito, por exemplo, considera que todos os espectadores de uma ficção saibam automaticamente o que é ficção e o que não é. A teoria de contrato funciona unicamente no quadro de uma comunicação recíproca, mas para o autor no caso de produções televisivas não há uma reciprocidade plena.

No caso da comunicação televisual, isso não ocorre: não há reciprocidade no processo televisivo no sentido homossemiótico. O que se quer dizer é que, em televisão, há imagens. Como telespectador, posso também enviar cartas



aos emissores, posso utilizar o aparelho, posso mudar de canal; no entanto, não nos comunicamos empregando o mesmo sistema semiótico de comunicação. (JOST, 2004, p. 16)

Outra crítica ao modelo de contrato é de que neste a relação emissor/receptor se dá em um único momento, no da emissão; e que há um acordo bilateral, que é co-assinado pelo telespectador e pelo produtor cultural. Jost também critica o fato de que no modelo de contrato confunde-se a definição de gênero com a atribuição de uma etiqueta a um programa particular.

Já no modelo da promessa, proposto por Jost, o gênero é uma interface, que permite a conexão entre emissor e telespectador. Os gêneros contêm dois tipos de promessa: uma ontológica, por exemplo, em uma transmissão ao vivo há uma promessa de autenticidade maior do que em outros programas; e uma promessa pragmática, que consiste em atribuir uma etiqueta genérica a um programa, por exemplo, as emissoras atribuem antecipadamente uma determinada denominação de gênero a uma emissão. De maneira, que Jost propõe que a análise de determinado programa televisivo não deve se basear estritamente na emissão do programa, mas há de se estudar o que se fala a seu respeito, em qual contexto este foi inserido (2004, p. 18).

A relação comunicacional no modelo promessa acontece em dois tempos, no momento em que o telespectador aceita a promessa do programa televisivo, seja a de rir no caso de uma comédia, seja a de brincar no caso de um jogo, ou de ter conhecimento sobre a realidade no caso de um telejornal; e em um segundo tempo, quando o espectador tem o dever de verificar se a promessa foi efetivada. Esse modelo exige uma participação ativa do telespectador.

O conceito de gênero é essencial para o modelo de promessa, pois este exerce funções na comunicação televisual. A primeira apontada por Jost (2004, p. 20, 21) é o fato de o gênero permitir à TV agir no interior de um quadro semântico do telespectador; outro aspecto é o poder de informação ao telespectador contida na denominação de gênero; outra função é a noção de arquivagem, e por último é que a determinação de gênero é relativa a aspectos de regularização das produções televisivas, que tem repercussões econômicas fortes.

Assim, quando uma emissora decide em que categoria ou classificação seus programas serão inscritos, esta definição nunca é neutra, mas busca-se agregar valores às emissões. As promessas são uma questão estratégica para as produtoras de programas televisivos. A tentativa é direcionar a interpretação por parte do receptor.



As promessas televisivas hoje estão em especial para além do texto, pois todo produto televisual vem acompanhado de uma variedade de comunicados – entrevistas com autores, atores, produtores, revistas editadas pelas emissoras, anúncios publicitários, entre outros – divulgados na mídia, que visam anunciar o prazer simbólico proposto ao telespectador. Esse fato justifica a metodologia desse trabalho que visa apurar como se deu a divulgação da implantação da TV Mariano Procópio em Juiz de Fora, nos jornais da cidade. Uma vez que não é possível o acesso às emissões da época, acredita-se que o material divulgado em questão do funcionamento da emissora seja relevante para compreender o início da história da televisão no município e para analisar quais as promessas narradas na tentativa de conquistar o público juizforano.

De acordo com Jost, o modelo de promessa se funda em três proposições: primeira, a de que o gênero é uma moeda de troca que circula as produções televisuais no mundo midiático; segundo, que todo programa é um objeto semiótico complexo; e por último, o gênero é uma construção por exemplificação de algumas propriedades das produções audiovisuais, é o enunciador que irá definir qual a promessa a ser feita ao telespectador. Jost recorre a Ricoeur para definir a importância da intitulação:

Enquanto ato promissivo, esse quase batismo (trata-se certamente de batizar cada programa) tem o estatuto de um ato unilateral, tal como Ricoeur o define: “É um enunciado, nem verdadeiro nem falso, mas que pode ser bem-sucedido ou modificar seu curso, ou ser vazio, ou ser invalidado; por outro lado é um enunciado que faz aquilo que lê diz: dizer eu prometo é fazer uma promessa” (JOST, 2004, p. 28)

Para Jost, os gêneros não são objetos estáticos e estáveis, nem entidades sem histórias, sua estruturação está sempre em movimento. No momento da comunicação midiática, é impossível atribuir aos sentidos de um texto uma única interpretação. Diante das promessas feitas, as utilizações de um produto cultural são variadas e cada um dos envolvidos no processo tira prazer à sua maneira.

Assim como no modelo comunicacional televisivo proposto por Jost, Dominique Wolton (1996) vê o espectador da televisão como um sujeito ativo. Para o autor, a televisão tem o caráter de reunir indivíduos e públicos que a realidade tende a separar, além de oferecer a possibilidade de cada telespectador participar individualmente de uma atividade coletiva. A TV é vista por Wolton como um objeto de conversação, pois um grande público assiste suas produções e fala sobre elas.

Ao cumprir um papel de laço social na sociedade contemporânea, as mensagens televisivas atuam como um fio condutor que ligaria pessoas de diferentes



raças, gêneros e classes sociais. Ao assistir à TV, este público, marcado por diferenças e muitas vezes solitário, participa de uma atividade coletiva e vivencia um mesmo cotidiano. A TV geralista cumpriria melhor este papel de laço social do que a temática. De acordo com Wolton (1996, p.123), embora a televisão temática seja apresentada como a mais adequada para a “massa folhada” da sociedade, sua programação especializada limita a reunir indivíduos isolados de uma sociedade de massa para participar de certa identidade coletiva; já a televisão geralista, em uma sociedade ameaçada pela fragmentação, por meio de sua programação voltada para um grande público, constituiria um laço social de uma comunidade nacional. A TV geralista contribuiria para uma socialização à distância, realizada por meio de sua grade de programação, que embora não obrigue o indivíduo a se interessar por aquilo que interessa a outros, permite o reconhecimento de sua legitimidade.

A televisão cumpriria o papel de laço social na sociedade a partir de dois aspectos: pelo fato do espectador, diante da telinha, agregar-se a um público potencialmente imenso e anônimo, estabelecendo com ele uma espécie de laço invisível e silencioso; e pela possibilidade de reflexão também potencialmente diante das representações coletivas da sociedade.

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 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 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, 1996, p. 124).

Neste sentido, a promessa da telinha é ser um fio condutor capaz de unir indivíduos diferentes, na perspectiva de compartilhar um mesmo cotidiano, via representação midiática. Assim, a televisão é um espaço privilegiado para produzir discursos capazes de refletir a sociedade.

Os estudos de Vera França (2006) também abordam a TV como um veículo de socialização. Na visão da autora, a televisão se insere na vida social de maneira polivalente, ao estabelecer um repertório coletivo de vocabulário, representações, imagens e de formas expressivas e ampliando o mundo comum. Por meio de suas representações a televisão torna certo mundo acessível e conhecido para grande parcela da população e fornece os assuntos que povoam as conversas cotidianas. A telinha atua





na vida individual e coletiva dos indivíduos exercendo funções de lazer, distrações, informações e identitárias ao criar referências comuns.

Inserida na rotina da vida cotidiana, e prioritariamente no lar, ela preenche o espaço doméstico como possibilidade de lazer e descanso: a televisão distrai, descansa, alivia as tensões do trabalho e das diversas relações. Na perspectiva do grupo, ela suscita conversas e partilhamentos; numa perspectiva individual, ela abre janelas próprias (para o futebol, para a novela, para o desenho animado) e inclusive ajuda a quebrar a solidão. A televisão também cumpre uma função identitária ao criar referências comuns, estabelecer partilhamentos [...] (FRANÇA, 2006, p. 25)

Douglas Kellner (2001, p.303) também destaca as questões identitárias afloradas por meio da televisão. O autor acredita que é por meio das mensagens televisivas que as pessoas modelam comportamentos, estilos e atitudes. Os programas da TV apresentam ao público a fragmentação, a reconstrução e fragilidade da identidade na cultura contemporânea, e as identidades, neste contexto, são construídas por meio de “posições de sujeito”. Essas seriam contraditórias, frágeis e poderiam ser reconstruídas e transformadas rapidamente, no ritmo da sociedade moderna. Assim, os discursos presentes na TV fornecem moldes e idéias que irão compor as identidades pessoais e também coletivas.

No entanto, Kellner observa que públicos diferentes assistem à televisão de modo diferente, assim os usos das mensagens também são diversos. Para algumas pessoas, assistir à televisão é apenas acompanhar um fluxo de imagens desconexo, para outros é se tornar integrado à ordem social. É por meio destas mensagens que alguns indivíduos se posicionam no mundo moderno, marcado por mudanças aceleradas.

Depois de analisar algumas das funções e usos da televisão considerados por autores que trabalham a TV na sociedade contemporânea, faz-se necessário verificar quais são os aspectos deste veículo que tentaram conquistar o público juiz-forano por meio da TV Mariano Procópio.

### **TV Mariano Procópio promessa de progresso para os juiz-foranos**

A análise dos jornais que fizeram referência à implantação da TV Mariano Procópio em Juiz de Fora auxiliam na compreensão de qual foi a promessa realizada ao público da cidade para atraí-lo para esta primeira emissora.



Uma vez que a TV Mariano Procópio foi inaugurada em uma época em que não existia o videoteipe<sup>6</sup>, as primeiras emissões da TV se perderam. Assim, o presente trabalho buscou encontrar os vestígios do passado da emissora em conteúdos impresso sobre ele nos jornais do grupo dos Diários Associados em Juiz de Fora (Diário Mercantil e Diário da Tarde). A partir desses registros foi possível encontrar a grade de programação, informações sobre a implantação e repercussão da TV Mariano Procópio na cidade.

O primeiro percurso deste trabalho foi a realização de uma análise documental, conforme proposta por Sônia Virgínia Moreira (2005). O período da análise foi de dezembro de 1956 até julho de 1966. Foi realizado registro fotográfico de todo material publicado por esses periódicos e que fazia referência direta à TV Mariano Procópio.

Neste estudo, segundo os critérios sugeridos pela autora, se realizou uma análise de conteúdo para fazer um levantamento de quais são as informações presentes nas narrativas do Diário Mercantil e Diário da Tarde que fazem referência à implantação da TV em Juiz de Fora.

A análise do material mostrou que os periódicos DM e DT foram espaços em que foi prometido ao público juizforano que a TV Mariano Procópio seria uma iniciativa que (re)colocaria a cidade no rumo da vanguarda, do progresso e mais próxima do centro cultural do país, o Rio de Janeiro, conseqüentemente, em oposição aos outros municípios mineiros.

Em abril de 1960, a TV Mariano Procópio foi constituída como Sociedade Anônima (DM, 10/04/160, p. 8), o que permitia que o público juizforano financiasse parte dos gastos da TV, por meio de compras de ações públicas. A promessa feita ao público é de que a implantação da emissora seria um grande empreendimento e que levaria a cidade a mais um pioneirismo.

V. está convidado a participar e beneficiar-se deste **grandioso empreendimento**. Lançado sobre a garantia e responsabilidade dos Diários, Televisões e Emissoras Associadas: compre ações desse empreendimento, e v. estará cooperando, para trazer mais rapidamente à sua cidade o melhor veículo de informações e divertimento...

[...]

Prestigie, colaborando na compra de ações da TV Mariano Procópio para que Juiz de Fora seja a **PRIMEIRA** cidade do interior do Brasil e ter a sua própria televisão. (DM, 31/04/1960, p. 7, grifo nosso.)

---

<sup>6</sup> Tecnologia que permite a gravação magnética de imagens e seu registro eletrônico. Chegou ao Brasil em meados da década de sessenta. (COUTINHO, 2006, p. 75).



A implantação da TVMP é anunciada como um importante passo para o progresso de Juiz de Fora.

Pondo em movimentação o seu plano de expansão a organização Associada do Brasil procurou obter os capitais necessários essa pioneira realização. Adotou, porém, a orientação de solicitar uma participação mais estreita do público para a formação da TV Mariano Procópio, como, aliás, já se tinha feito em Porto Alegre, Salvador e Fortaleza. E o público está correspondendo, prestigiando esse empreendimento que tão alto **irá levar o nome e o progresso de Juiz de Fora.** (DM, 23/06/1960, p. 8, grifo nosso)

Essa narrativa foi repetida também por organizações que apoiavam a instalação da emissora na cidade. Por exemplo, em anúncio o Centro Industrial congratulou a iniciativa dos associados associando o pioneirismo ao progresso da cidade.

Ressaltando este magno acontecimento que dará mais um honroso título de pioneirismo, agradecemos à Cadeia Associada formulando votos para que a TV MARIANO PROCÓPIO constitua-se precioso elo entre seus organizadores e a nossa cidade **contribuindo decisivamente para o seu maior desenvolvimento, divulgando JUIZ DE FORA em todo o país!** (DM, 12/06/1960, p. 1, grifo nosso).

No ano de 1961 foi inaugurada a emissora na cidade. As informações sobre o acontecimento relacionavam o empreendimento dos Associados ao desenvolvimento histórico de Juiz de Fora. Um exemplo pode ser visto na notícia sobre a estréia da emissora:

Com curiosidade justificada, ontem, a cidade presenciou a chegada da aparelhagem de transmissão da TV Itacolomi e Tupi. Era o passo decisivo para a concretização do que acontecerá hoje: Juiz de Fora a partir das 9 horas estará ao vivo nos televisores que captam a poderosa cadeia "associada" formada por emissoras de Belo Horizonte, Rio e São Paulo. E o acontecimento é mesmo de júbilo para todos aqueles que amam verdadeiramente esta terra, que confirma, mais uma vez, ser o **centro de progresso constante.** (DM, 10/10/1961, p1; grifo nosso.)

Na divulgação a respeito da repercussão do programa de estréia da TV Mariano Procópio, o Boa Vizinhança, segue a mesma tendência.

Como se esperava, foi um sucesso sem precedentes a transmissão conjunta da TV Itacolomi e TV Mariano Procópio. Juiz de Fora viveu um grande dia, na última terça-feira. A iniciativa dos "Diários Associados" foi coroada de pleno êxito tendo a "**Manchester Mineira**" **lavrado um tento no campo da televisão.** (DM, 13/10/1961, p.1, grifo nosso)

Segundo informações divulgadas no Diário Mercantil, a emissora teria o papel de elevar o nome da cidade.

Tudo isso vem demonstrar mais uma vez os esforços dispendidos pela TV Mariano Procópio, já em fase de organização, para **eleva bem alto o nome**



**de Juiz de Fora e servirá como amostro do que será, no futuro, a nossa estação televisora.** Aguardemos, pois, o acontecimento de depois de amanhã, certos de que a TV-Itacolomi e a TV-Tupi, duas das maiores estações brasileiras, estarão elevando, ainda mais, o nome de nossa terra. Frise-se finalmente, que ambas terão aqui os recursos de que dispõem nas capitais onde funcionam. (DM, 08/10/1961, p. 1, grifo nosso).

De acordo com o DM, a cidade se tornou a capital da televisão no dia da inauguração, pois além da equipe da TV Itacolomi, uma equipe da TV Tupi do Rio de Janeiro, veio para Juiz de Fora, permitindo que a programação fosse retransmitida para os telespectadores do Rio e de São Paulo. (DM, 10/10/1961, p1).

A TV Itacolomi trouxe a Juiz de Fora um material raro (são poucas as emissoras que o possuem) e no valor de vários milhões de cruzeiros. Como a Tupi, trouxe o mais completo equipamento de micro-ondas, e uma equipe de técnicos perfeita, a fim de que sejam levadas aos televisores de grande área do País, as mais nítidas imagens. E o ideal tornou-se realidade, num privilégio para a "Manchester" Mineira: a programação será levada a efeito conforme planejada. **Juiz de Fora é hoje a capital da televisão.** (DM, 10/10/1961, grifo nosso).

Nos anos de 1962 e 1963, tiveram poucas notícias referentes à TV Mariano Procópio, o que pode ser explicado pelo fato de depois da inauguração a emissora ter funcionado na maior parte do tempo enquanto repetidora da TV Tupi do Rio de Janeiro. Em 1964, o número de notícias publicadas que fazem referência a TV Mariano Procópio aumenta, pois foi nesse ano que o grupo dos Diários Associados de Juiz de Fora perdeu a autorização do serviço de exploração de TV para a Rádio Industrial, de Sérgio Mendes. Os associados locais se utilizaram dos jornais Diário Mercantil e Diário da Tarde para solicitar a volta do canal 10.

A defesa do grupo de Assis Chateaubriand para recuperar o canal 10 se baseou no pioneirismo dos associados em Juiz de Fora.

Dispensa qualquer outro comentário a respeito da lisura que norteou nossas atividades para formação da TV Mariano Procópio. Entre seis requerentes, foi a Rádio Sociedade de Juiz de Fora, a mais antiga emissora de Minas Gerais, a escolhida. (DM, 15/04/1964, p. 8)

As narrativas também se baseavam no fato dos Diários Associados terem sido os primeiros a solicitar a autorização para o serviço de televisão. Assim, os diários da cidade se utilizaram da identidade de pioneirismo na tentativa de reconquistar a autorização para a TV Mariano. O grupo de Chateaubriand na cidade se reveste do que era uma marca do município para justificar ao público sua solicitação.

Já provamos que tínhamos o Canal 10 antes de o mesmo ter sido apresentado aos pelego-comunistas ao tempo do ex-presidente João Goulart. Ainda na edição de ontem publicamos o despacho do presidente do Conselho de Ministros no processo advindo do Ministério da Justiça e Negócios Interiores, na exposição de motivos encaminhados e cujo teor é o seguinte: [...] (DM, 15/04/1964, p. 8)



Enquanto o Governo não bandeava francamente para a trilha do comunopeleguismo, a concessão foi, por justiça, dada à Radio Sociedade de Juiz de Fora, a **primeira a ingressar na luta para dotar Juiz de Fora de televisão.**(DM, 25/04/1964, p. 8, grifo nosso.)

O ano de 1965 foi marcado pelo lacre das emissoras de televisão da cidade pelo CONTEL. De acordo com o jornal Diário Mercantil, o público acostumado às transmissões futebolísticas da TV Mariano, pedia o religamento da emissora para acompanhar as partidas do campeonato carioca.

Um vazio no futebol

Além das famosas novelas, dos fabulosos espetáculos e de uma programação sempre bem cuidada e renovada, o Canal 8 sempre constituiu uma linha de frente na transmissão de futebol guanabario, pois principalmente em trabalhos externos, como é o caso do futebol, uma perfeita imagem é absolutamente indispensável, dada a amplitude da focalização.

Assim, impedido de dar curso ao hábito de "assistir bem, de casa", o telespectador local não pode acompanhar as partidas pela Taça Guanabara, com seus cartazes indiscutíveis. Ontem, por exemplo, o "clássico dos milhões", uma tradição de Vasco vs. Flamengo, não pôde ser acompanhado por todos aqueles que assim o desejavam.

A respeito por sinal, um senhor (como centenas de outros) nos telefonou, na tarde de ontem, para indagar se Mariano Procópio voltaria ontem, a tempo de assistir o jogo referido. Recebendo resposta negativa, desabafou: "Como podem privar de assistir a um jogo desses pela TV? Até quando perdurará essa situação?" Certamente milhares de outros telespectadores desta região, que já haviam se deliciado diante da possibilidade de assistir aos cotejos da Taça Guanabara, ficaram igualmente indignados. (DM, 23/07/1965, p. 1)

O grupo de Assis Chateaubriand na cidade vendo a impossibilidade de a TV Mariano Procópio continuar como emissora em Juiz de Fora, empenhou seus esforços para que a TV passasse a funcionar como repetidora da TV Tupi.

Consumado o fechamento, procurou a direção geral dos "Diários Associados" contornar a situação, desenvolvendo esforços para que a TV Mariano Procópio continuasse a funcionar como repetidora. Esperamos esta solução para breve, já que o problema da TV Mariano Procópio será estudado de outra forma, que venha ao encontro aos reais interesses da coletividade juizforense. (DM, 18/08/1965, p. 1)

Os esforços dos "Diários Associados" em Juiz de Fora: a TV Mariano Procópio voltou a funcionar como retransmissora da TV Tupi. Assim, a população juizforana podia assistir de novo uma programação televisiva carioca, o que ajuda a explicar a identificação que o público da cidade ainda mantém com o Rio de Janeiro.

De acordo com que noticiamos pelo CONTEL - Conselho Nacional de Telecomunicações, foi autorizada a TV Mariano Procópio a retransmitir, em nossa cidade, a TV Tupi do Rio de Janeiro, o que prazerosamente, passamos a fazer, desde ontem à tarde. (DM, 13/08/1965, p. 1)



A análise documental, realizada até julho de 1966, nos jornais da cidade, mostrou que a TV Mariano Procópio depois que voltou a funcionar enquanto repetidora da TV Tupi foi perdendo espaço nos periódicos.

O resultado da análise de conteúdo reforça a perspectiva de que os sistemas de representação são espaços privilegiados na contemporaneidade para projeções identitárias. Neste caso, a promessa do que seria a televisão na cidade, como as narrativas sobre sua implantação, construíram e/ou reforçaram a identidade coletiva de uma juizforaneidade.

O estudo das notícias veiculadas no Diário Mercantil e no Diário da Tarde que faziam referência à TV Mariano Procópio revelou que a implantação da primeira emissora de televisão de Juiz de Fora foi narrada pelos periódicos de modo a reforçar a identidade pioneira do município. No entanto, também foram reafirmadas as construções identitárias de Juiz de Fora presentes até hoje no imaginário da população e nas representações midiáticas à respeito da cidade, como a representação da cidade enquanto “Manchester Mineira” e a narrativa do “carioca do brejo”<sup>7</sup>.

Essa Juiz de Fora pioneira, industrial e cosmopolita construída via representações continua presente nas narrativas midiáticas sobre a cidade e no imaginário urbano de grande parcela da população. Evidência dessa (auto) representação foi a carta do atual prefeito da cidade Custódio Mattos dirigida aos participantes da I Conferência Municipal de Comunicação, realizada em 2009; no documento atribui-se ao município a vocação de vanguardista. Embora estas narrativas continuem sendo utilizadas e reforçadas ela não dá conta mais da realidade econômica e política do município. Assim, por meio da análise dos vestígios da implantação da televisão em Juiz de Fora, das narrativas sobre a TV Mariano Procópio, foi possível reconhecer elementos que auxiliam a compreensão do desenvolvimento da mídia na cidade e das construções identitárias presentes até hoje na sociedade juizforana.

### Referências bibliográficas

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa**: Brasil, 1900 – 2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007a.

BAUMAN, Zigmunt. **Identidade**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

---

<sup>7</sup> Para mais informações sobre as narrativas midiáticas sobre identidades juizforanas ver Coutinho e Mata (2008).



- COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro**: a estrutura narrativa das notícias em TV. Tese de doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2003.
- COUTINHO, Iluska; MATA, Jhonatan. Televisão, memória e celebração: o resgate da identidade do telejornalismo local de Juiz de Fora. In: **Estudos do Jornalismo e Relações Públicas** – UMESP. São Bernardo do Campo: v. 1, n. 11, jun.2008, p. 55-66.
- FERNANDES, Livia. **TV Mariano Procópio**: representação e pioneirismo na história audiovisual de Juiz de Fora. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- FRANÇA, Vera. A TV, a janela e a rua. In: **Narrativas televisivas**. Vera França (org). Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 13-45.
- HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 7.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Trad. Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.
- LINS, Flávio. Telefoto jornal: o ele perdido entre o cinejornal e o telejornalismo em Juiz de Fora. In: XIV Encontro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. **Anais...** (CD' Rom), Rio de Janeiro: 2009.
- MUSSE, Christina Ferraz. **Imprensa, cultura e imaginário urbano**: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora. São Paulo: Nankin; Juiz de Fora: Funalfa, 2008.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). Petrópolis: Vozes, 2000, p. 73-101.
- WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ed. Ática, 1996.
- LINS, Flávio. Telefoto jornal: o ele perdido entre o cinejornal e o telejornalismo em Juiz de Fora. In: XIV Encontro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. **Anais...** (CD' Rom), Rio de Janeiro: 2009.