

TV Visão: Um Retrato da Múltipla Identidade Juizforana⁰¹

Haydêe Sant'Ana Arantes⁰²

Christina Ferraz Musse⁰³

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Resumo: O artigo pretende analisar como a implantação de um canal de TV local pode contribuir para resgatar a identidade de uma cidade, fortalecendo assim os laços de pertencimento entre os cidadãos. Para isso, escolhemos abordar a construção do projeto TV Visão em Juiz de Fora, Minas Gerais. Um canal de TV a cabo com produção exclusivamente local que surgiu da necessidade da cidade em se ver representada na televisão. Trazendo histórias, personagens, elementos e figuras de Juiz de Fora, a TV funcionava como uma espécie de praça pública, por disponibilizar um espaço para a discussão e reflexão de assuntos importantes para aquele município. No caso da TV Visão, percebemos uma total prioridade aos assuntos locais, no entanto, assuntos nacionais também eram discutidos, mas através de uma perspectiva juizforana.

Palavras Chave: comunicação; identidade; televisão regional

A questão da identidade local

Diante da intensidade do processo de globalização, responsável por mudanças em diversos setores na sociedade, o conceito de identidade passa a ser questionado sob a ótica da Modernidade Tardia. A idéia de uma identidade formada, consolidada, como aquela aceita pelo sujeito do Iluminismo não descreve mais o sujeito Pós-Moderno.

O sujeito do Iluminismo estava baseado numa concepção da pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo “centro” consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo-contínuo ou “idêntico” a ele ao longo da existência do indivíduo.

(HALL, 1992, p.11)

Num mundo cada vez mais pautado por novas tecnologias que permitem ao indivíduo navegar por espaços, conhecer e se relacionar com outras pessoas, criar, participar e produzir cultura, as relações de pertencimento adquirem novas configurações.

01- Trabalho apresentado na Jornada de Iniciação Científica em Comunicação no II 07 - Comunicação, Espaço e Cidadania em Interfaces Comunicacionais da Intercom Júnior – do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

02- Estudante de graduação do 6º período do curso de Comunicação Social da UFJF email:ydesantana@yahoo.com.br

03- Orientadora do trabalho: Professora doutora Christina Ferraz Musse email:musse@terra.com.br

O sujeito Pós-Moderno vivencia experiências diferentes em que o seu grau de identidade é continuamente transformado em função do contexto social da situação. Essa flexibilidade em ora assumir um papel identitário, ora assumir outro completamente diferente caracteriza a chamada “crise de identidade”. O conceito de identidade passa por uma fragmentação, um descentramento, um deslocamento, que é sentido pelo sujeito Pós-Moderno como um conflito interior do seu.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora narrativa do eu. (HALL, 1992, p. 13)

Para exemplificar essa situação vamos analisar o caso da inserção das mulheres na política. Muitas mulheres candidatas às eleições utilizam o discurso do gênero feminino como forma de conquistar eleitoras, ou seja, antes de serem candidatas a um cargo político, apelam para condição de gênero (de identidade) alegando que ganhando as eleições conquistariam mais do que um cargo político, mas sim o espaço feminino na política.

Isso demonstra que a identidade de gênero é colocada como superior à identidade política que as fazem candidatas. A Pós Modernidade desafia o tempo todo o homem a rever seus conceitos já que promove mudanças nas suas relações sociais. “Se a Modernidade foi a inspiradora da criação das nações e da consciência nacional, do lugar e da identidade, a Pós-Modernidade, ao contrário veio implodir a noção de origem, raiz e pertencimento, criando o que Marc Augé chamou de não-lugar.”(MUSSE, 2008, p.43) Segundo Augé, “ se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico, definirá um não-lugar.” (AUGÉ apud MUSSE, 2008, p.43)

E o fenômeno da globalização contribuiu para isso, para a criação de não-lugares, já que transforma as formas de atuação do homem, confundindo e misturando marcas identitárias, noções de pertencimento. Até mesmo noções como tempo e o espaço que o homem tinha, ganham novas significações. A globalização atua paradoxalmente une e desune, constrói e destrói, integra e desintegra. Neste sentido, segundo Bauman, A globalização nada mais é que a extensão totalitária de sua lógica a todos os aspectos da vida.

Neste cenário em que os laços de pertencimento são frágeis, os meios de comunicação é que vão exercer um papel na construção da identidade da nação, da comunidade.

É fato histórico que muitos governantes já utilizavam os meios de comunicação para criar laços de pertencimento na população. Devido à força de expressão e ao alcance de cobertura junto ao público, o rádio funcionou como um aliado do governo Vargas. Para promover sua imagem política, Vargas criou o programa *Voz do Brasil*, especificamente no período de 1937 à 1945 durante o regime do Estado Novo. No exterior, na Alemanha nazista, Hitler (1933-1945) também usou o rádio como ferramenta política.

Embora cada meio detenha seu poder e suas influências, atualmente a TV tem se destacado pela sua popularidade e credibilidade, sendo a maior difusora de ideologias e discursos que visam à integração do público em torno de uma identidade.

A imprensa, a literatura e o rádio tiveram um papel fundamental na construção da sociedade brasileira até a década de 1960, quando a tv aberta foi consolidada como instrumento de integração e da ordem nacional. Nas últimas décadas, tem desempenhado papel fundamental na construção não só da nação, mas também do mundo global, junto com a tv por assinatura e também com o cinema e a própria internet. Hoje, age sobre o cotidiano e produz efeitos de unificação dos laços sociais e afetivos, com poderes muitas vezes maiores que a família, a Igreja, a escola e a polícia, já assumindo o lugar do Estado como defensora dos direitos públicos, principalmente no espaço dos noticiários. (BECKER, 2005, p.15)

E mesmo com a oferta de informações oriundas de lugares distintos do globo, o indivíduo sente falta de se sentir integrado à sua comunidade local, à sua cidade, ao seu bairro, a seus vizinhos, se interessando principalmente por assuntos que relatem sua realidade, seu cotidiano.

Para o indivíduo, a necessidade de pertencimento à comunidade significa também o seu enraizamento no cotidiano do outro, bem como o reconhecimento de sua própria existência. Ou seja, o compartilhar o espaço, existir com o outro funda a essência do ser, sendo possível perceber-se na medida em que se descobre pelo olhar do outro. Além disso, relacionar-se pressupõe o cumprimento de uma série de papéis, porque, vivendo em comunidade, o indivíduo pode nomear-se: “Eu sou irmão, filho, pai, membro desta família e, portanto, possuidor de um elenco determinado de características físicas, genéticas, comportamentais e morais.” (PAIVA, 1998, p.93)

Um exemplo da força do localismo na relação de identidade de uma população com a cidade é o caso da TV Visão em Juiz de Fora que analisaremos a seguir.

História da TV Visão

Com o objetivo de inovar a programação televisiva e trazer as narrativas da cidade de Juiz de Fora para a TV, surge em 2003 a TV Visão. A TV Visão, única TV a cabo com programação local, nasceu da parceria da Produtora *Lupa Vídeo*¹ com a *TV Cidade*². Em 2001, os diretores da *NET*³, responsáveis pela TV Cidade ofereceram à *Lupa Vídeo* o direito de exploração de um canal local para a produtora. Inicialmente, devido aos elevados custos, a parceria não se concretizou. Só em 2003, após uma nova negociação, o acordo foi fechado.

No dia sete de setembro de 2003, a TV Visão estreou fazendo a cobertura do *Fashion Days* - a Semana de Moda de Juiz de Fora. Embora tivesse se lançado no mercado, a TV Visão ainda não possuía uma programação própria.

Após a estréia exibiu curtas metragens, documentários e reproduziu entrevistas enquanto preparava sua programação. Em novembro de 2003, lançou sua primeira grade de programação caracterizada principalmente por programas de entrevistas.

É importante esclarecer que, apesar da ligação com a *TV Cidade*, esta não interferia nas atividades da TV Visão. Toda a programação foi criada e planejada pela *Lupa Vídeo* e equipe. Tanto que a maior parte dos profissionais da produtora participaram dos projetos da TV. No total, a equipe contava com 20 pessoas entre diretores, editores, produtores, técnicos e cinegrafistas. A equipe de produção era dividida em grupos que pensavam e planejavam cada programa.

Já com relação à sua infra-estrutura, a TV tinha apenas um estúdio para a gravação dos programas e três ilhas de edição não-lineares localizadas no Bairro São Mateus, onde fica a *Lupa Vídeo*. A princípio, como forma de economia de custo, os cenários da maioria dos programas eram constituídos por quatro painéis que retratavam a cidade: a foto do Colégio Stella Matutina, o painel de Portinari (do Edifício Clube de Juiz de Fora), o mosaico de Di Cavalcanti (no Bairro Poço Rico) e a imagem do Caminho Novo com a logomarca da TV Visão.

No entanto em cada programa os painéis eram organizados de forma diferente a fim de parecerem ao telespectador cenários distintos.

1- *Lupa Vídeo* - produtora criada pelo fotógrafo e cinegrafista Lúcio Paulo Alves Martins conhecido como Papaulo.

2- *TV Cidade*- criada em 1996 por dois grupos de mídia o SBC empresa do Grupo Sílvio Santos e a Band a cabo. Proprietária da concessão federal para operar a TV a cabo em Juiz de Fora.

3- *NET Serviços de Comunicação S. A* operadora de TV a cabo inaugurada em Juiz de Fora no dia 15 de maio de 2001.

Embora trabalhasse em condições precárias em comparação com outras emissoras, a TV Visão conseguiu manter um bom nível de qualidade na transmissão de sua programação.

Os primeiros programas criados pela TV foram: *Dimensão* com Ismair Zaghetto, *Papo de Mulher*, com Alcione Maracolo, o *Cenário*, com Paulo César Magella, *Agridoce*, com Gisele Cid, *Repórter Visão* com Carla Arantes, e o *Zinecultural*.

Devido às dificuldades em produzir conteúdo local totalmente inédito, para se manter no ar 24 horas, a TV Visão se valia de alguns recursos. Nos primeiros meses, a emissora entrava e saía do ar assim que transmitia seus programas, exibindo no restante do tempo um *slide*: “TV Visão, Canal 36, NET”.

No entanto, como isso contribuía para a instabilidade da sua audiência, sendo formada normalmente por telespectadores que aproveitavam os comerciais para passear pelos canais, adotou-se o modelo de reprises.

Como explica Frederico Belcavello:

O que vai ao ar à noite, reprise no dia seguinte de manhã, no outro dia na hora do almoço, e assim, sucessivamente, no meio e no fim da tarde. O programa tem um horário fixo que é respeitado, mas ainda é exibido outras vezes, podendo chegar a ter em um dia quatro ou cinco reprises. (BELCAVELLO apud BARBOSA, 2006, p.44)

Além disso, o fato dos programas serem constituídos basicamente por entrevistas sobre diversos temas (moda, cultura, política, etc.) levava à repetição de um entrevistado em um ou mais programas. “Muitas vezes, uma mesma pessoa pode servir de entrevistado para vários programas e é preciso estabelecer a prioridade e deixá-la de fora de entrevistas por algum tempo, para não se tornar uma fonte batida.” (BELCAVELLO apud BARBOSA, 2007, p.42)

Em 2006, a TV Visão ampliou sua produção para nove programas: *Cenário*, sobre política; *Agridoce*, culinária; *Dimensão*, economia; *Olhar Clínico*, saúde; *Radiola*, música; *À Moda da Casa*, moda e decoração; *Paraybuna Connection*, humor; *Espaço Público*, urbanismo; *César Romero* com sua coluna social e o programa *Ponto de Vista*, sobre cultura, produzido pela UFJF e exibido pela TV.

Houve outros programas também exibidos pela TV Visão, no tempo em que ela permaneceu no ar como o *Circuito* e o *Na Pressão*, dedicados ao esporte, o *Biosfera*, que tratava de ecologia, o *Viação Canela*, de turismo, e o *Super Mercado*, com caráter comercial.

Uma das características marcantes da TV Visão é que cada programa “casava” com o apresentador, isto é, o apresentador possuía uma grande sintonia com o tema tratado. Para melhor compreensão deste casamento, traço uma pequena sinopse dos programas que constavam na última grade de programação da emissora.

Cenário

O programa *Cenário*, composto por três blocos num total de 45 minutos de duração, era apresentado pelo jornalista Paulo César Magella, e discutia desde temas locais e nacionais até internacionais. Tudo com um olhar e uma perspectiva voltados para a cidade de Juiz de Fora.

O apresentador, que possui um grande domínio sobre o assunto¹, discutia em pé de igualdade com seus convidados como sociólogos e políticos. Este domínio do apresentador sobre o tema conquistava os telespectadores e garantia credibilidade ao programa. O programa era exibido às sextas-feiras, às 19h30min.

Agridoce

Criado e apresentado pela jornalista e publicitária Gisele Cid, o programa tinha um clima descontraído, que talvez possa ser explicado pelo seu cenário, no caso a cozinha, e também pelo modo como era conduzido na forma de um bate papo entre a apresentadora e o convidado. Enquanto conversavam, o entrevistado preparava um prato de culinária, que era ensinado ao telespectador. O *Agridoce* ia ao ar às quintas-feiras, às 19h30min.

Por ter uma postura mais informal, o programa não possuía um perfil específico de entrevistado, abrindo espaço assim para que pessoas anônimas também pudessem participar. O importante mesmo era ter uma história interessante para contar como destaca Gisele:

É um programa que você não precisa ter nenhuma característica especial para participar. A gente só procura que ela tenha alguma história para contar. As pessoas podem ir porque podem fazer um prato elaborado ou um simples sanduíche. Não é preciso nem saber cozinhar. E acho que o ambiente de cozinha é algo doméstico, que por isso pode passar segurança para o convidado e dá a impressão para o telespectador que ele poderia estar ali também, tanto quanto o entrevistado, porque aquilo é como a cozinha da casa dele. As pessoas se sentem em casa. (CID apud BELCAVELLO, 2007, p.31)

1- Paulo César Magella é editor de política do Jornal *Tribuna de Minas*.

Dimensão

Apresentado pelo sociólogo e professor Ismair Zaguetto, o programa foi um dos pioneiros da TV Visão. Com duração de 45 minutos, era dividido em três blocos. *Dimensão* abordava economia, mas, algumas vezes, também discutia outros temas. O objetivo do programa era esclarecer as possíveis implicações de um fato econômico, revelando suas proporções e consequências na vida do cidadão. O programa era exibido às segundas-feiras, às 19h30min.

Radiola

Com um estilo mais descontraído, que se fazia perceber até na maneira de gravar, pois uma câmera ao fundo revelava os bastidores do programa, o *Radiola* trazia entrevistas com artistas locais e nacionais mediadas pelo jornalista Frederico Belcavello.

O programa, que surgiu como uma reformulação do anterior *2 em 1*, possuía dois blocos dividido em 30 minutos de duração e era exibido às quinta-feiras, às 20h15 min. Assim como seu antecessor, o *Radiola* manteve seu caráter eclético recebendo convidados dos mais variados gêneros musicais.

Paraybuna Connection

Destacado pelo público como um dos programas de maior sucesso da TV Visão, o *Paraybuna Connection* dava sua pitada de humor às notícias da semana. Com a apresentação do jornalista Frederico Belcavello e os integrantes do Grupo de Teatro (TQ)¹ - os atores Gueminho Bernardes, Roberta Abramo e Kadu Campos; o programa discutia assuntos da atualidade e fatos da semana, tendo como referência o jornal *Tribuna de Minas*².

Apesar do programa ter tido mais de um apresentador, a irreverência e o bom humor de Gueminho o consagraram como o dono do programa. Sendo comum as pessoas se referirem ao *Paraybuna Connection* como o “Programa do Gueminho”. Com o formato de três blocos e a duração de uma hora e meia, ele era exibido às quartas-feiras, às 19h30min.

1- Grupo Teatro Quintal criado em 1979 em Juiz de Fora.

2- Tribuna de Minas jornal de Juiz de Fora fundado em 1981.

César Romero: Colunismo Social

Com descontração e bom humor o colunista social César Romero cobria os principais eventos da cidade. Ao lado de personalidades, o apresentador mostrava o melhor da noite juiz forana. O programa com duração de 45 minutos era exibido às sextas-feiras, às 19h45min.

Espaço Público

A proposta de discutir o planejamento urbano da cidade era a pauta central do programa apresentado por dois arquitetos: Aline Andrade e Klaus Chaves, que recebiam dois convidados para discutir o tema. Outros assuntos relacionados à cidade, como trânsito, poluição e arquitetura também eram discutidos.

No início, o programa com três blocos, com cerca de 15 minutos de duração cada, exibia um vídeo introdutório sobre o assunto e um quadro no qual o público falava e fazia suas reclamações. Depois disso, os convidados debatiam o tema. O programa ia ao ar às segundas-feiras, às 20h15min.

À Moda da Casa

Diferentemente dos demais programas que, na sua maioria, eram gravados no estúdio, *À Moda da Casa* abusava das gravações externas. Toda semana, o programa usava um estabelecimento comercial da cidade como cenário, aproveitando assim para fazer propaganda de seus produtos.

Apresentado pela jornalista Nívea Heluey, o programa de 45 minutos e três blocos possuía um visual bem mais dinâmico, com direito a muitos clipes, filtros de luz e efeitos visuais. A preocupação com a estética visual do programa era fundamental, funcionando como uma vitrine para atrair novos anunciantes. O programa era exibido às terças-feiras, às 22h.

Olhar Clínico

O programa proposto pela apresentadora Carla Arantes surgiu das dúvidas e do interesse da população pela área de saúde. A finalidade do programa era explicar e alertar as pessoas sobre as doenças, fornecendo principalmente métodos para sua prevenção. No primeiro bloco, uma reportagem abria o tema a ser tratado e nos outros dois blocos começava um debate com a função de explicar as dúvidas da população. Seu horário de exibição era às terças-feiras, às 20h15min.

Ponto de Vista

Única produção independente da TV Visão, o *Ponto de Vista* era produzido por alunos da Faculdade de Comunicação Social da UFJF e exibido através de uma parceria entre a Universidade e a TV.

O programa dedicado à cultura e à educação tinha meia hora de duração e três blocos. Todo o processo de produção, desde a gravação até a edição, eram feitos pelos alunos com a supervisão de um professor.

A parceria entre a TV e a Universidade funcionava como uma espécie de treinamento para os alunos do que seria o mercado de trabalho audiovisual.

A identidade juizforana na telinha

A originalidade do projeto da TV Visão se deve ao seu pioneirismo em ter sido a primeira emissora de Juiz de Fora com uma produção totalmente local. A idéia de focar a TV na realidade da cidade surgiu da necessidade de resgatar a identidade juizforana na telinha. Com o fim da TV Industrial em 1980 e da TV Tiradentes em 1999, a cidade perdeu muito o seu espaço de representação tendo que se contentar com os poucos programas de caráter local exibidos pelas grandes redes.

1- TV Industrial – primeira emissora geradora do interior do Brasil fundada pelo empresário Sérgio Mendes em 1964.

2- TV Tiradentes fundada por Josino Aragão em fevereiro de 1990, ficou conhecida como a “cara de Juiz de Fora” por privilegiar focar sua cobertura no que acontecia na cidade.

E as pessoas da cidade sentiram essa perda como relata a publicitária Gisele Cid:

Apesar da globalização, de todas as informações do planeta e dos outros planetas estarem no clique da sua possibilidade de descobri-la e de buscá-la, ao mesmo tempo, as pessoas sentem falta da sua aldeiazinha, aquela lá de trás, você sente falta disso. Então, a gente percebeu isso muito na Visão, que era a vontade das pessoas da cidade, se verem. De ver a pessoa que você encontra no bar, de ver a pessoa que você encontra na faculdade, de ver o seu professor, de ver o seu colega. E isso a gente percebia demais, que era uma carência, que acho que ainda tem, agora sem a Visão, acho que ainda maior, da cidade se ver. (CID apud MUSSE, 2009)

O enfoque no local, a preocupação em mostrar a realidade juizforana imprimiram na TV Visão a identidade da cidade. “Se as imagens do mundo inteiro estão lhe dando saudade da sua esquina, este é o seu lugar: Visão, Aqui você se vê! (*slogan* da TV).

O *slogan* já traduzia a identificação do canal com o público, oferecendo a população da cidade a oportunidade de se ver retratada na telinha. Até mesmo a logomarca da TV remetia a idéia recíproca do ver, de se ver na TV, sendo representada por um olho.

Além disso, a participação de cada apresentador no processo de elaboração dos programas acabou transferindo-lhes características autorais. Esta ligação apresentador-programa gerou uma relação de intimidade com o público que reconhecia os comunicadores nas ruas da cidade. O contato com o público permitia à TV acompanhar o *feedback* de sua audiência e conhecê-la um pouco melhor. Assim como, a maioria das tevês por assinaturas, a TV Visão tinha um público mais segmentado, mais fechado.

Partimos de algumas linhas mestras e pensamos em um perfil para o telespectador da Visão. É uma classe média alta que tem certo poder aquisitivo para assinar uma tv por assinatura. Esses juiz-foranos estão sempre conectados com o Rio de Janeiro ou São Paulo então, tivemos que criar um local com ares de mundo, de modernidade. Não é um público que se sintam atraído pelo lado barroco de Minas, tem um norte que é de Modernidade, de arrojo. (RODRIGUES APUD BARBOSA, 2006, p.48)

Entretanto, em maio de 2006, esse quadro muda através da parceria estabelecida com a TV Educativa¹, Canal 12, que permitiu a TV Visão ampliar sua audiência, transmitindo também na TV aberta.

1- TVE: Emissora geradora de TV aberta que funciona desde 1981 na cidade, quando o empresário Josino Aragão recebeu a concessão.

A audiência passou por um multiplicador realmente vamos dizer, que foi multiplicado por mais de dez. Assim por exemplo, a gente recebia como canal 36 uma média de quinze a vinte emails assim a cada dois, três dias. A gente passou a receber quinze a vinte emails todo dia. Então foi uma alavanca bem grande a nível de audiência. (PAPAULO apud MUSSE, 2009)

A parceria funcionou como uma locação de espaço em que a TV Visão pagava à TVE uma determinada quantia para poder exibir seus programas. No total, a TV Visão ocupava 30 horas semanais da programação da TVE, com transmissões até no horário nobre da TV aberta.

A mudança exigiu a reformulação dos programas que passaram por adaptações como alteração do tempo de exibição, ganharam maior número de entrevistas, gravações e mais velocidade para se adequarem à nova emissora. Mesmo transmitindo na TV aberta, a TV Visão manteve seu compromisso inicial de produzir uma programação exclusivamente local.

Em 2007, a NET encerrou suas atividades como TV a cabo por não conseguir alcançar sua meta de planejamento que visava em cinco anos ter pelo menos 15.000 assinantes. Dessa forma, a TV Visão continuou a transmitir apenas na TV aberta, a TVE.

Posteriormente a morte do empresário Josino Aragão, dono da TVE, abalou a parceria entre a TVE e TV Visão, que saiu definitivamente do ar no dia 31 de março de 2008. Por fatores de ordem econômica, a TV Visão acabou se tornando inviável e foi desativada. Do ponto de vista comercial, a TV não foi um investimento rentável muito pelo contrário, a sua manutenção deu até prejuízos, como esclarece Papaulo:

Ela nunca foi rentável e nem é hoje. Ela existe porque a Lupa existe, mas nunca trouxe rentabilidade à produtora, ao contrário, já deu até prejuízo. A visibilidade da Lupa aumentou sim, mas isso se for traduzir em faturamento, não é tão simples. (PAPAULO apud BARBOSA, 2006, p.74)

O projeto da TV Visão representou mais do que apenas um novo canal de comunicação, seus programas, seus quadros, a experiência dos apresentadores, as oportunidades criadas, significaram a realização de um sonho de uma equipe de profissionais em resgatar e valorizar aspectos da cultura local.

Parece que aquilo depois de uns anos, quando surgiu a oportunidade da Visão aquilo voltou, sabe. Voltou aquela sensação que a gente podia fazer uma coisa muito melhor. Então de certa forma, foi um pouquinho de paixão mesmo. Aquilo foi um projeto mais movido a paixão mesmo, do que um projeto empresarial. (PAPAULO apud MUSSE, 2009)

A TV Visão pra mim foi talvez o projeto mais importante da televisão em Juiz de Fora nas últimas décadas.

Porque pela primeira vez pensava-se em gerar uma imagem da cidade a partir de si própria. Diferente das grandes redes que tem as suas emissoras aqui, mas que tem o formato decidido pela sede. A Visão foi um projeto que a gente mais ou menos começou do zero, juntou um grupo de pessoas que tinha vontade de trabalhar e essas pessoas começaram a gerar uma quantidade de programas. (GUEMINHO apud MUSSE, 2009)

Uma prova disso é que muitos apresentadores trabalhavam na TV Visão mas nem recebiam, participavam pelo prazer de trabalhar e fazer parte de um projeto que buscava ampliar os olhares sobre a cidade.

A retrospectiva da trajetória da TV Visão demonstra a importância de um canal de TV local na construção do conceito de identidade de uma cidade. Juiz de Fora sempre foi vista como uma cidade de passagem, diaspórica, em que as pessoas iam e vinham por motivos como estudo, trabalho, passeio. A imagem da cidade não remetia a um lugar de permanência, mas sim de efemeridade.

[Juiz de Fora] é sobretudo passagem. Não apenas porque os que vêm de fora passam, estudam e vão embora, mas também porque os daqui que entram lá (na Universidade) logo aspiram a um mercado diferente e maior. Aí está a quebra de raízes. Eu tenho a impressão de que, quando se fala de um “não lugar” (referência a Marc Augé) também nisso a TV influi demais, porque a televisão começou a mostrar muito o que são outros lugares, outras opções, outras alternativas. (CID apud MUSSE, 2008, p.51)

A TV Visão conseguiu modificar um pouco essa realidade, na medida em que, ao mostrar mais a cidade, suas histórias, suas características, seus lugares, seus personagens, despertou sentimentos de afetividade no público, reforçando assim laços de pertencimento entre o público e a cidade. A partir do momento em que a TV revelava as “cidades possíveis” de Juiz de Fora, o telespectador redescobria a cidade se sentindo mais integrado a ela.

Outro ponto importante que a TV Visão suscitou foi o papel dos meios de comunicação como representante dos interesses de uma população, levantando a questão da utilidade dos meios como prestadores de serviços à comunidade. Pois, ao discutir assuntos locais, a TV Visão contribuía para solucionar problemas e promover o desenvolvimento da cidade.

Portanto a construção da imagem da TV Visão como a “TV de Juiz de Fora” justifica-se pela valorização do local em oposição ao global, num período em que as relações globais ganham forças se impondo como uma nova ordem.

Ao resgatarmos uma das reflexões de Stuart Hall sobre a contemporaneidade, podemos dizer, que a TV Visão se encaixaria dentro do modelo preconizado pelo autor de uma identidade híbrida(HALL, 1992, p.63) isto é, reunindo em seu discurso características do global e do local.

Infelizmente a forma ensejada pela emissora não vingou, tornando-se financeiramente inviável, não só pelo problema da falta de planejamento, mas também porque é difícil para uma empresa de pequeno porte enfrentar o mercado de comunicação brasileiro estruturado em oligopólios de comunicação.

Referências

- BAUMAN, Zigmunt. **Globalização: As consequências humanas.**Rio de Janeiro: Ed Ltda, 1999
- BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal: Um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil.** Rio de Janeiro: Ed. E-papers, 2005.
- GUEDES, Belcavello Frederico- **Identidades e representações na TV local: O caso da TV Visão.** Juiz de Fora: UFJF, 2007. Trabalho final do Curso de Pós Graduação em Artes, Cultura Visual e Comunicação.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade.** Rio de Janeiro: Ed DP & A,1992.
- MUSSE, Christina **Imprensa, cultura e imaginário urbano:exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora.** Juiz de Fora: Funalfa, 2008
- PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo.** Petrópolis RJ: Ed Vozes, 1998.
- BARBOSA, Bruna. **TV Visão: Espaço aberto para Juiz de Fora-** O estudo de caso de uma tv por assinatura local Trabalho apresentado ao Curso de Graduação de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF 2006
- SILVERSTONE, Roger. **Porque estudar a mídia?** São Paulo: Ed. Loyola, 2002.
- SQUIRRA, Sebastião. **Aprender telejornalismo.** São Paulo: Ed Brasiliense,1990
- VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs) **40 anos de telejornalismo em rede nacional.** Florianópolis: Ed Insular, 2009
- Material em áudio e vídeo:
- MUSSE, Christina Ferraz; RODRIGUES, Cristiano. **Cidades Possíveis –** Juiz de Fora: UFJF, 2009 Documentário, cor, 98 minutos DVD.